

ISSN 2307-5368



ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ



№ 4 • 2013

№ 4 • 2013

ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № 77-12803 от 31 мая 2002 г.

Редакционная коллегия

Барсуков Дмитрий Петрович – главный редактор, проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Маковий Надежда Феодосьевна – заместитель главного редактора, проректор по научной работе, кандидат технических наук, доцент.

Смирнов Алексей Юрьевич – заместитель главного редактора, директор института экономики и управления, кандидат экономических наук, доцент.

Байков Евгений Александрович – научный редактор, профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор военных наук, профессор.

Солдатова Любовь Анатольевна – ответственный секретарь, ведущий специалист научно-исследовательского отдела Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения.

Данилов Павел Вячеславович – доцент кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент.

Калинина Нина Николаевна – начальник редакционно-издательского отдела Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения.

Кроливецкий Эдуард Николаевич – профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Циммерман Галина Александровна – заведующая кафедрой иностранных языков Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат педагогических наук, доцент.

Чеснова Ольга Александровна – декан факультета управления Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент.

Над номером работали: Е. Е. Бурова, Л. Н. Горбачёва, О. А. Оськова, О. Ю. Сажина

Подписано в печать 16.12.2013. Формат 60 × 84 ¹/₈.

Объем 16,5 печ. л. Тираж 500 экз. Заказ

Отпечатано в типографии ООО «Инжиниринг-Сервис»

190020, Санкт-Петербург, ул. Циолковского, д. 13

Адрес редакции: 191126, Санкт-Петербург, ул. Правды, д. 13

Сайт: <http://www.gukit.ru>

«Петербургский экономический журнал»: научно-практический рецензируемый журнал включен в национальную базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) [Договор от 29 апреля 2013 г. № 264-04/2013]. Полные тексты публикаций в открытом доступе размещены на платформе eLIBRARY.RU.

Открыта подписка на «Петербургский экономический журнал» на первое полугодие 2014 г. Подписаться на журнал можно в любом отделении связи по каталогу ОАО Агентство «Роспечать». Подписной индекс 79658 [Договор № 8808 от 22 мая 2013 г.].

Редакционный совет

Евменов Александр Дмитриевич – председатель редакционного совета, ректор Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, Заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор.

Аносова Людмила Александровна – начальник отдела – заместитель академика-секретаря Отделения общественных наук РАН по научно-организационной работе, доктор экономических наук, профессор.

Анфиногентова Анна Антоновна – член Отделения общественных наук РАН, член президиума Саратовского научного центра РАН, директор Института аграрных проблем РАН, доктор экономических наук, профессор, академик РАН.

Барсуков Дмитрий Петрович – главный редактор, проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Благих Иван Алексеевич – профессор кафедры истории экономики и экономической мысли Санкт-Петербургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор.

Гаврильчак Игорь Николаевич – проректор Национального открытого института России, Заслуженный работник высшей школы РФ, лауреат премии Правительства Санкт-Петербурга, доктор экономических наук, профессор.

Загорин Никита Дмитриевич – первый проректор Балтийской академии туризма и предпринимательства, председатель Северо-Западного регионального отделения межрегиональной общественной организации «Национальная академия туризма», Почетный работник высшего профессионального образования РФ, доктор экономических наук, профессор.

Карпова Галина Алексеевна – заведующая кафедрой экономики и управления социальной сферой Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор.

Кузнецов Сергей Валентинович – директор Института проблем региональной экономики РАН, доктор экономических наук, профессор.

Макаров Валерий Леонидович – член Бюро Отделения общественных наук РАН, председатель Научного совета по экономическим проблемам и интеллектуальной собственности, заместитель председателя Национального комитета по системному анализу при Президиуме РАН, директор Центрального экономико-математического института РАН, главный редактор журнала «Экономика и математические методы» РАН, доктор физико-математических наук, профессор, академик РАН.

Пичугин Эдуард Анатольевич – генеральный директор ОАО «Киностудия «Ленфильм», кандидат экономических наук.

Смирнов Сергей Борисович – декан гуманитарного факультета Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики, доктор экономических наук, профессор.

Фокина Марина Львовна – заведующая кафедрой продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Харламов Андрей Викторович – профессор кафедры общей экономической теории Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор.

Петербургский экономический журнал: научно-практический рецензируемый журнал / Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения. – СПб., 2013. – № 4. – 132 с.

При использовании материалов ссылка на «Петербургский экономический журнал» обязательна

Editorial College

Barsukov, Dmitriy Petrovich – Chief Editor, Pro-rector for Academic Affairs, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Makoviy, Nadezhda Feodosievna – Deputy Chief Editor, Pro-rector for Scientific Affairs, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor.

Smirnov, Aleksey Yurievich – Deputy Chief Editor, Director of the Institute of Economics and Management, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Baikov, Evgeniy Aleksandrovich – Science Editor, Professor of the Economic and Social Processes Management Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Military Science, Professor.

Soldatova, Lyubov Anatolievna – Executive Secretary, Lead Specialist of the Research Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television.

Danilov, Pavel Vyacheslavovich – Associate Professor of the Producing Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Kalinina, Nina Nikolaevna – Chief of the Editorial Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television.

Krolivetsky, Eduard Nikolaevich – Professor of the Economic and Social Processes Management Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Zimmerman, Galina Aleksandrovna – Chief of the Foreign Languages Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor.

Chesnova, Olga Aleksandrovna – Dean of the Management Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Editorial Board

Evmenov, Aleksandr Dmitrievich – Chairperson of the Editorial Board, Rector of the Saint-Petersburg State University of Film and Television, Honored Scientist RF, Doctor of Economics, Professor.

Anosova, Lyudmila Aleksandrovna – Chief of Department – Deputy Academician Secretary of the Social Science Department of RAS for Scientific Organizational Affairs, Doctor of Economics, Professor.

Anfinogentova, Anna Antonovna – Member of the Social Science Department of RAS, Presidium Member of the Science Center of RAS, Director of the Institute of Agrarian Problems of RAS, Doctor of Economics, Professor, Member of the Academy of Science.

Barsukov, Dmitriy Petrovich – Chief Editor, Pro-rector for Academic Affairs, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Blagikh, Ivan Alekseevich – Professor of the History of Economics and Economic Thought Department, Saint-Petersburg State University, Doctor of Economics, Professor.

Gavrilchak, Igor Nikolaevich – Pro-rector of the National Open Institute of Russia, Honorary Figure of Russian Higher Education, Prize-winner of the Saint-Petersburg Government Award, Doctor of Economics, Professor.

Zakorin, Nikita Dmitrievich – First Pro-rector of the Baltic Academy for Tourism and Entrepreneurship, Chairperson of the North-West Regional Department of the Tourism National Academy Interregional Public Organization, Honorary Figure of Higher Vocational Education RF, Doctor of Economics, Professor.

Karpova, Galina Alekseevna – Head of the Economy and Social Sector Management, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor.

Kuznetsov, Sergey Valentinovich – Director of the Institute of Regional Economy Problems of RAS, Doctor of Economics, Professor.

Makarov, Valeriy Leonidovich – Member of Bureau of the Social Science Department of RAS, Chairperson of Scientific Council on Economic Questions and Intellectual Property, Deputy Chairperson of the National Committee on System Analyses at the Presidium of RAS, Director of the Central Economic and Mathematical Institute of RAS, Chief Editor of the Economy and Mathematic Methods Journal of RAS, Doctor of Physics and Mathematics, Professor, Member of the Academy of Science.

Pichugin, Eduard Anatolievich – Director General of the Lenfilm OJSC, PhD in Economic Sciences.

Smirnov, Sergey Borisovich – Dean of the Department of Humanities, Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, Doctor of Economics, Professor.

Fokina, Marina Lvovna – Head of the Producing Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Kharlamov, Andrey Viktorovich – Professor of the General Economics Department, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor.

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальные проблемы социально-экономического развития общества, пути их решения

- Ким Ген Хва, Кубракова А. А.** США: структура экспорта и импорта7
- Кислякова М. А.** Развитие благотворительности в России и ее взаимодействие с государством 16
- Леонов В. Е.** Аналогия с физикой и логикой как риторический аргумент экономической теории и попытки его преодоления22
- Скобелев В. Л.** Обобщение знаний о формировании категории социально-экономической справедливости.....28
- Смолокуров Е. В.** Тенденции и проблемы развития киноиндустрии в Российской Федерации38

Теория и практика управления организационно-экономическими системами

- Заставенко В. А.** Коммуникативное поведение руководителя как фактор успешности его управленческой деятельности45
- Литвин Ю. Ю.** Подходы к применению положений теории надежности в экономике.....52

Инновационное развитие экономики и социально-культурной сферы

- Антонова В. Г., Кубракова А. А.** Малый инновационный бизнес: особенности, проблемы и перспективы развития.....57
- Левченко О. В.** Малый инновационный бизнес в России и за рубежом63
- Сахарова И. Н.** Прогноз перспективного экономического и инновационного развития кинематографии69

Региональная экономика

- Кудряшов В. С.** Теоретические и методологические аспекты формирования промышленных кластеров в регионах России на основе системного подхода 74
- Литвин А. Ю.** Анализ факторов, влияющих на мультипликативный эффект в региональной экономике.....79

Экономика и управление хозяйствующими субъектами

- Жуков Д. В.** Виды рисков и методы их минимизации при осуществлении антикризисного управления на малых предприятиях сферы гостиничных услуг 87
- Морозова М. А.** Управление качеством услуг сетевого гостиничного предприятия в свете устойчивого развития туристских дестинаций 95
- Сафонова Е. В.** Факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия сферы услуг 106
- Сахарова И. Н., Бейнарович Л. А.** Особенности текущего функционирования и инновационного развития кинематографии 111
- Угрехелидзе А. О.** Теоретические подходы к пониманию ресурсного потенциала организации сферы услуг 117

Из истории отечественной экономики

- Голубева В. К.** Посткризисное развитие сферы услуг Санкт-Петербурга в 2011–2012 годах 124
- Правила оформления статей 129

CONTENTS

Current Problems of Social and Economic Development of Society and the Ways of Their Solution

- Kim Gen Hwa, Kubrakova A. A.** The USA: Structure of Export and Import.....7
- Kislyakova M. A.** Charity Development in Russia and its Interaction with the State16
- Leonov V. E.** Analogy with Physics and Logic as Rhetorical Argument of the Economic Theory and Ways of Its Overcoming.....22
- Skobelev V. L.** Experience Generalization on Social and Economic Justice Category Forming.....28
- Smolokurov E. V.** Tendencies and Challenges in Film Industry Development in Russian Federation.....38

Theory and Practice of Managing Organizational and Economic Systems

- Zastawenko V. A.** Communicative Behaviour of the Executive as Factor of Their Managing Activity Success45
- Litvin Y. Y.** Approaches to the Reliability Theory Application in Economy.....52

Innovative Development of Economy and Social and Cultural Sector

- Antonova V. G., Kubrakova A. A.** Small Innovative Business: Peculiarities, Problems and Development Prospects57
- Levchenko O. V.** Small Innovative Business in Russia and Abroad63
- Sakharova I. N.** Forecasting Prospective Economic and Innovative Development of Cinematography69

Regional Economy

- Kudryashov V. S.** Theoretical and Methodological Aspects of Industrial Clusters Formation in Regions of Russia Bases on Systematic Approach.....74
- Litvin A. Y.** Factors Analysis Effecting on the Multiplier Effect in Regional Economy79

Business Entities Economy and Management

- Zhukov D. V.** Types of Risks and Methods of Their Minimization in the Crisis Management Implementation in Small Businesses in Hotel Services87

• Morozova M. A. Quality Management of Hotel Chain Service in Terms of Tourism Destinations' Sustainable Development	95
• Sazonova E. V. Factors Influencing on Effectiveness Service Industries Enterprise	106
• Sakharova I. N., Beynarovich L. A. Features of the Current Performance and Innovative Development of Cinematography	111
• Ugrehidze A. O. Theoretical Approaches to Service Industries Enterprise Resource Potential Understanding.....	117
• History of National Economy	
• Golubeva V. K. Post-crisis Service Sector Development in Saint-Petersburg in 2011–2012	124
• Article Submission Guidelines.....	129

США: СТРУКТУРА ЭКСПОРТА И ИМПОРТА

THE USA: STRUCTURE OF EXPORT AND IMPORT

УДК 339.56.055

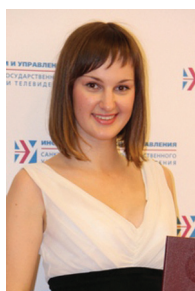


Ким Ген Хва

аспирантка Санкт-Петербургского университета управления и экономики, pluton208@mail.ru

KIM Gen Hwa

Post-graduate student, Saint-Petersburg University of Management and Economics, pluton208@mail.ru



КУБРАКОВА Александра Александровна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, kubikspb@mail.ru

KUBRAKOVA Aleksandra Aleksandrovna

Post-graduate student, Saint-Petersburg State University of Film and Television, kubikspb@mail.ru

Аннотация.

В статье рассматривается и анализируется внешнеторговая деятельность США, страны, играющей ключевую роль в мировой экономике. Подробно исследована структура экспорта и импорта, выявлены крупнейшие торговые партнеры США. Обозначены проблемы, возникшие в экономике во время мирового кризиса 2008 года, и анализируются пути их решения в посткризисный период.

Ключевые слова: внешняя торговля США, экспорт США, импорт США, структура внешней торговли, внешнеторговая деятельность США.

Abstract.

The article examines and analyses the foreign trade activity of the USA which plays a key role in the global economy. The structure of its export and import have been thoroughly investigated, and the largest trading partners of the USA have been identified. It defines problems arising in the economy during the global crisis of 2008 and ways of their solution in the post-crisis period.

Key words: foreign trade in the USA, the USA import, the USA export, foreign trade structure, the USA foreign trade activity.

США уже много лет играют ключевую роль в мировой экономике и международных экономических отношениях, значительно опережая своих экономических конкурентов и заметно воздействуя на общее состояние глобальных рынков. То, что экономические процессы США значительно влияют на мировую экономическую стабильность, никто не берется отрицать. Очередное доказательство данного феномена было получено во время мирового финансового кризиса 2008 г., который зародился в США из ипотечного «мыльного пузыря».

В настоящий момент в администрации США все «экономические» силы брошены на решение последствий финансового кризиса, а именно на решение проблемы сокращения бюджетного дефицита и растущего государственного долга при одновременном решении задачи по стимулированию экономики и повышению занятости. Так, в 2012 финансовом году (закончился 30 сентября) дефицит федерального бюджета по данным министерства финансов США составил 1,089 трлн дол-

ларов, что стало самым низким показателем первых четырех лет пребывания Б. Обамы у власти [1]. Долг сократился на 16% (207 млрд долларов в стоимостном выражении).

Сокращение дефицита было достигнуто в основном за счет увеличения ряда налогов и сокращения налоговых льгот, за счет сокращения бюджетных расходов, а также за счет увеличения таможенных пошлин и налоговых сборов на экспорт и импорт товаров. Так, налоговые поступления, включающие таможенные пошлины, составили 229 млрд долларов (рост 8,6%).

Сам внешнеторговый оборот товаров в США в 2012 г. составил 3,863 трлн долларов против 3,734 трлн долларов в 2011 г. (таблица 1). Таким образом, рост по сравнению с 2011 г. составил 4,4%. Экспорт США по сравнению с 2011 г. увеличился на 3,48 % до 1,564 трлн долларов (в 2011 г. 1,498 трлн долларов), а импорт – на 2,86% до 2,299 трлн долларов (в 2011 г. 2,235 трлн долларов). Торговый дефицит составил 736 млрд долларов и второй год остается на одном уровне (737 млрд долларов в 2011 г.).

Таблица 1
Динамика внешней торговли США в период 2001–2012 гг. [1; 2; 3]

Год	Экспорт, млрд долл.	Темп прироста экспорта, %	Импорт, млрд долл.	Темп прироста импорта	Внешне-торговый оборот, млрд долл.	Темп прироста внешнего оборота, %	Сальдо, млрд долл.
2001	731,0	6,80	1180,1	8,20	1911,1	7,50	-449,1
2002	723,0	-1,09	1148,0	-2,72	1871,0	-2,10	-425,0
2003	687,0	-4,98	1165,0	1,48	1852,0	-1,02	-478,0
2004	714,5	4,00	1260,0	8,15	1974,5	6,61	-545,5
2005	795,0	11,27	1476,0	17,14	2271,0	15,02	-681,0
2006	927,5	16,67	1727,0	17,01	2654,5	16,89	-799,5
2007	1024,0	10,40	1869,0	8,22	2893,0	8,98	-845,0
2008	1291,0	26,07	2112,0	13,00	3403,0	17,63	-821,0
2009	1069,0	-17,20	1575,0	-25,43	2644,0	-22,30	-506,0
2010	1289,0	20,58	1936,0	22,92	3225,0	21,97	-647,0
2011	1498,0	16,21	2235,0	15,44	3733,0	15,75	-737,0
2012	1564,0	4,41	2299,0	2,86	3863,0	3,48	-735,0

Товарная структура как экспорта, так и импорта США уже несколько лет остается практически без изменений. Не стал исключением и не внес существенных изменений также и 2012 г. (рисунок 1).

Уже несколько лет в американском экспорте первое место занимает экспорт машин,

оборудования и транспортных средств. В 2012 г. их доля составила 42%, в 2011 г. – 44% [1], а в 2010 – 39% [4]. Таким образом, доля данной группы товаров остается на уровне 39–44%. Стоимостное выражение данной группы товаров в период 2008–2012 гг. представлено в таблице 2 [1].

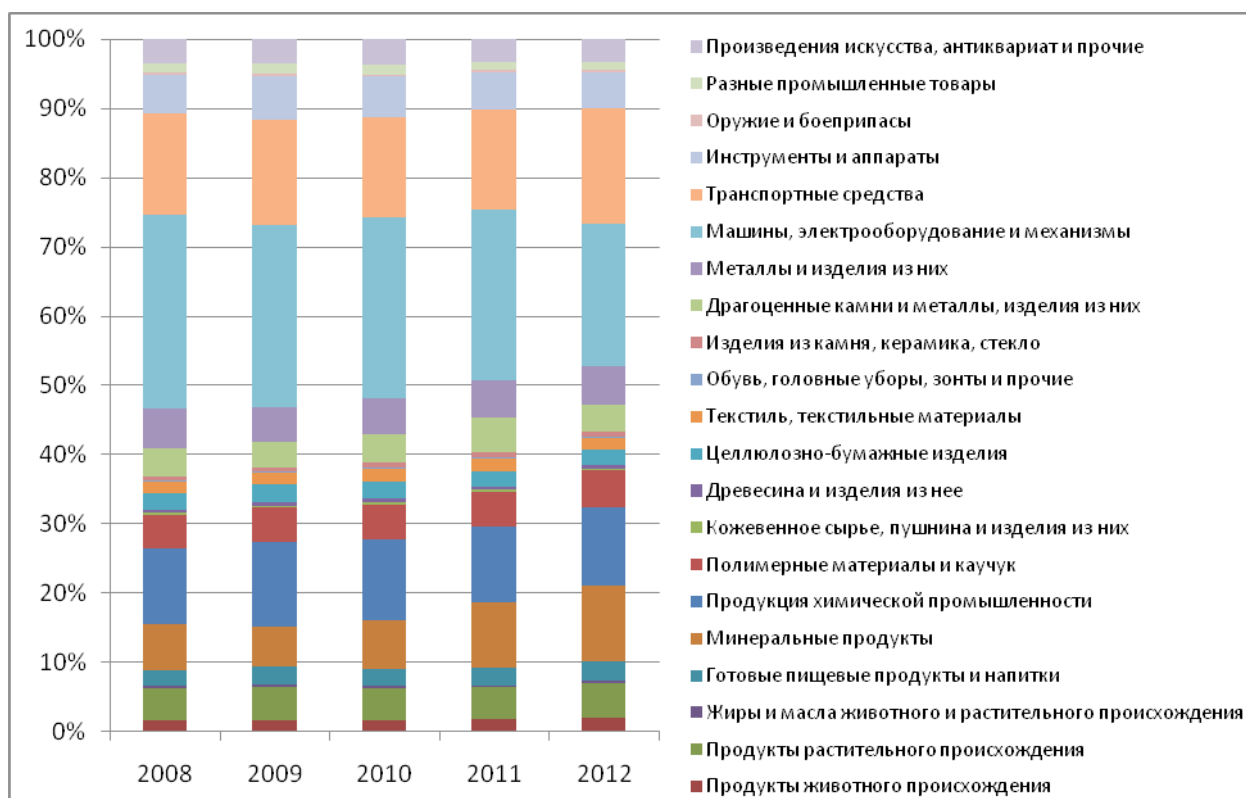


Рисунок 1
Структура экспорта США в период 2008–2012 гг., млн долл.

Таблица 2
Структура экспорта США в период 2008–2012 гг., млн долл.

№ п/п	Код товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)	Наименование группы	Годы				
			2008	2009	2010	2011	2012
1	01-05	Продукты животного происхождения	20 737,4	17 619,2	20 860,2	26 409,3	27 018,2
2	06-14	Продукты растительного происхождения	62 280,1	51 716,6	58 764,4	68 440,0	68 305,4
3	15	Жиры и масла животного и растительного происхождения	4 753,3	3 503,8	4 646,9	4 977,2	4 431,5

№ п/п	Код товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)	Наименование группы	Годы				
			2008	2009	2010	2011	2012
4	16-24	Готовые пищевые продукты и напитки	28 426,3	27 696,8	31 905,2	37 843,6	38 956,5
5	25-27	Минеральные продукты	85 419,7	60 056,3	88 786,8	139 645,1	145 993,9
6	28-38	Продукция химической промышленности	141 894,4	129 174,7	149 257,1	161 050,5	154 540,0
7	39-40	Полимерные материалы и каучук	62 722,2	52 402,2	65 653,2	73 451,8	70 843,8
8	41-43	Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	4 277,0	3 202,6	4 404,3	5 103,4	4 597,0
9	44-46	Древесина и изделия из нее	6 869,6	5 519,5	7 108,6	7 943,3	7 626,7
10	47-49	Целлюлозно-бумажные изделия	29 641,7	25 938,1	30 377,9	32 770,4	29 888,0
11	50-63	Текстиль, текстильные материалы	22 591,6	18 341,1	23 577,1	28 725,9	23 648,2
12	64-67	Обувь, головные уборы, зонты и прочие	1 358,9	1 224,8	1 410,4	1 649,9	1 108,7
13	68-70	Изделия из камня, керамика, стекло	9 156,7	7 488,7	9 324,0	10 212,0	9 716,5
14	71	Драгоценные камни и металлы, изделия из них	51 136,2	38 634,6	52 110,3	72 649,9	51 762,3
15	72-83	Металлы и изделия из них	74 834,4	53 196,5	67 277,6	81 358,5	76 339,6
16	84-85	Машины, электрооборудование и механизмы	365 323,0	278 039,7	333 975,5	364 075,9	277 525,4
17	86-89	Транспортные средства	189 713,0	160 822,6	183 367,6	212 965,4	225 082,4
18	90-92	Инструменты и аппараты	72 195,1	66 545,2	75 522,9	80 994,6	71 485,2
19	93	Оружие и боеприпасы	3 180,2	3 434,3	3 978,3	3 812,2	3 973,0
20	94-96	Разные промышленные товары	18 223,8	15 126,2	16 810,7	18 020,9	14 972,6
21	97-99	Произведения искусства, антиквариат и прочие	45 401,1	37 248,4	48 385,1	48 452,4	45 396,1

Основными статьями экспорта данной категории товаров являются автомобили и автозапчасти, гражданские самолеты и авиационные двигатели [5].

Второе место в экспорте уже несколько лет подряд занимает продукция химической промышленности, доля которой в экспорте страны остается на уровне 16–19%. Так, в 2012 г. ее доля составила 17% в экспорте товаров

страны, в 2011 г. – 16%, в 2010 г. – 19%, в 2009 г. – 17% [6]. Основной рост данной категории товаров приходится на фармацевтические изделия, экспорт которых только в 2010 г. составлял 47 млрд долл. (в 2010 г. экспорт товаров химической промышленности составлял 149 млрд долл.).

Третье место по значимости в экспорте приходится на сельскохозяйственное сырье и

продовольственные товары. Их доля в 2009 г. составляла 8,5%, а с 2010 г. по 2012 г. остается без изменения и равняется 10%.

Далее в экспорте следует такая товарная категория, как «металлы, драгметаллы и изделия из них». Их доля с 2009 г. по 2012 г. остается на уровне 8–10%. Как уже отмечалось выше, товарная структура импорта США в послед-

ние годы остается практически без изменений (рисунок 2).

Так, в 2012 г. в импорте традиционно преобладали товары категории «машины, оборудование и транспортные средства», и доля их составляла 41%. В 2011 г. эта доля составляла 39%, а в 2010 г. и 2009 г. – по 40%. Стоимостное выражение импорта представлено в таблице 3.

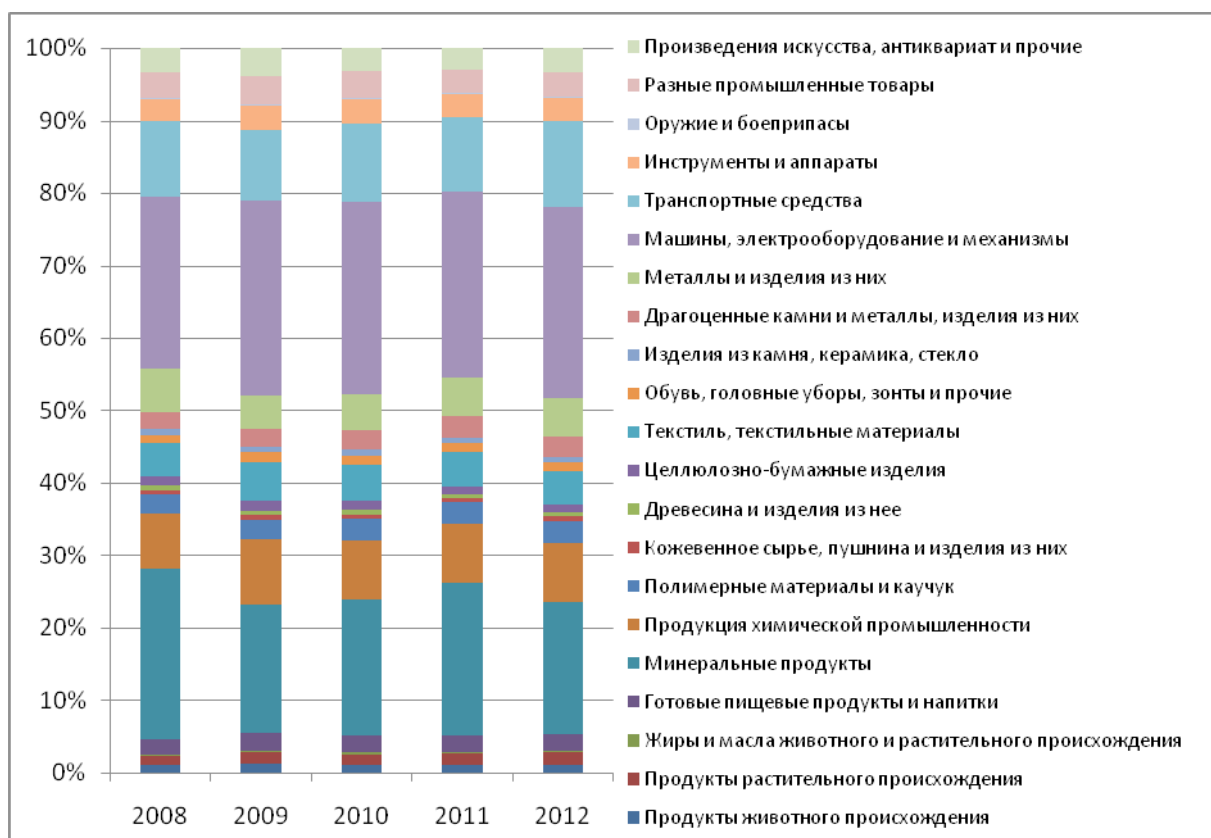


Рисунок 2
Структура импорта США в период 2008–2012 гг., млн долл.

Таблица 3
Структура импорта США в период 2008–2012 гг., млн долл.

№ п/п	Код ТН ВЭД	Наименование группы	Годы				
			2008	2009	2010	2011	2012
1	01-05	Продукты животного происхождения	20 546,4	18 273,9	20 568,8	22 865,1	23 821,9
2	06-14	Продукты растительного происхождения	26 615,9	24 830,8	28 144,7	34 901,0	38 431,1
3	15	Жиры и масла животного и растительного происхождения	5 292,1	3 824,2	4 374,7	6 636,5	6 036,3
4	16-24	Готовые пищевые продукты и напитки	42 742,3	39 694,5	43 767,8	50 368,4	52 301,4
5	25-27	Минеральные продукты	495 581,9	275 015,5	359 130,7	462 344,7	407 644,2

Окончание таблицы 3

№ п/п	Код ТН ВЭД	Наименование группы	Годы				
			2008	2009	2010	2011	2012
6	28-38	Продукция химической промышленности	159 662,1	138 899,5	157 585,8	179 141,9	183 604,3
7	39-40	Полимерные материалы и каучук	56 151,8	43 850,9	56 716,1	67 396,4	70 041,7
8	41-43	Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	11 170,0	8 845,1	10 835,9	12 126,8	13 059,9
9	44-46	Древесина и изделия из нее	14 848,1	10 354,7	11 992,2	11 928,2	13 619,5
10	47-49	Целлюлозно-бумажные изделия	27 468,6	21 135,8	23 743,1	24 342,9	22 695,5
11	50-63	Текстиль, текстильные материалы	95 906,8	83 219,4	95 452,5	103 942,3	103 204,6
12	64-67	Обувь, головные уборы, зонты и прочие	23 029,6	20 525,9	24 575,4	26 977,4	28 102,6
13	68-70	Изделия из камня, керамика, стекло	16 106,9	12 065,4	14 538,2	15 906,5	16 558,2
14	71	Драгоценные камни и металлы, изделия из них	49 575,0	38 641,9	53 656,8	68 289,3	64 335,4
15	72-83	Металлы и изделия из них	124 319,7	72 029,4	94 635,0	114 692,2	119 557,1
16	84-85	Машины, электрооборудование и механизмы	500 638,4	417 356,5	507 933,6	565 728,1	592 340,6
17	86-89	Транспортные средства	220 110,7	151 937,5	204 867,2	226 897,5	268 068,1
18	90-92	Инструменты и аппараты	63 061,9	54 210,1	63 843,0	72 153,2	74 233,9
19	93	Оружие и боеприпасы	2 337,0	2 797,4	2 704,2	2 616,4	3 139,3
20	94-96	Разные промышленные товары	73 728,9	60 481,3	71 264,1	71 431,2	76 360,6
21	97-99	Произведения искусства, антиквариат и прочие	71 247,1	59 886,5	61 761,8	66 243,2	73 879,0

Основными статьями здесь являются легковые автомобили, электрические телефонные аппараты, машины для автоматической обработки информации, теле- и радиоаппаратура и компьютеры [1; 7].

Второе место традиционно занимает импорт минеральных продуктов, доля в импорте страны которых в 2012 г. составила 18%. В 2011 г. их доля была на уровне 21%, в 2010 г. – 17%, в 2009 г. – 18%. Второе место в импорте страны данной группе товаров обеспечивает такая товарная категория, как нефть. В США за последние пять лет суточное потребление всех видов жидкого горючего зафиксировалось на уровне 18,7–20,7 млн баррелей нефтяного эквивалента [8]. Но американские производители не могут удовлетворить всю внутреннюю потребность, производя всего лишь 5–6,43 млн баррелей в сутки. В связи с этим на сегодняшний момент США

являются самым крупным импортером нефти, закупая около 28% всей импортируемой нефти в мире [9]. Рейтинг самых популярных товаров импорта США представлен в таблице 4.

Третье место в импорте страны занимает продукция химической промышленности. Ее доля в 2012 г. составила 11 %, в 2011 г. – 11%, в 2010 г. – 12 %. Основной статьёй в данной категории товаров являются фармацевтические изделия. Только в 2010 г. импорт на эти продукты составлял 85 млрд долл. [5].

Далее по значимости следуют металлы, драгметаллы и изделия из них с долей в импорте с 2010 г. по 2012 г. – 8%; текстиль, текстильные изделия и обувь – 6%; продовольствие и сельскохозяйственное сырье – 5%; древесина и целлюлозно-бумажные изделия – 2%; а также кожа и кожевенное сырье с долей в импорте страны – 1%.

Таблица 4
Рейтинг 20 основных товаров импорта

Рейтинг	ТН ВЭД	Описание товарной позиции
1	2709	Нефть сырая
2	8703	Автомобили легковые
3	8517	Аппараты электрические телефонные
4	8471	Машины для автоматической обработки информации и их блоки
5	2710	Нефтепродукты
6	3004	Лекарственные средства
7	8708	Запчасти к транспорту с 8701 по 8705
8	9801	Возврат ранее ввезенных товаров
9	8528	Мониторы и проекторы
10	8473	Запчасти к транспорту с 8469 по 8472
11	8542	Схемы электронные интегральные
12	2711	Газы нефтяные и углеводороды газообразные
13	8443	Машины печатные
14	7102	Алмазы
15	9018	Приборы и устройства, применяемые в медицине
16	9403	Мебель прочая и ее части
17	8411	Двигатели турбореактивные и турбовинтовые
18	9401	Мебель для сидения
19	6110	Свитеры, пуловеры, джемперы, жилеты и аналогичные трикотажные изделия
20	2933	Соединения гетероциклические, содержащие лишь гетероатом(ы) азота

США в рамках внешнеторговой деятельности сотрудничают с 70 странами [10] мира, среди которых есть крупнейшие развивающиеся рынки, а также имеют 11 стран-партнеров по соглашению о свободной торговле.

В качестве крупнейших торговых партнеров США за последние пять лет выступают Канада (в 2012 г. товарооборот составил 568 млрд долл.), Китай (528 млрд долл.), Мексика (451 млрд долл.), Япония (209 млрд долл.) и Германия (148 млрд долл.). В десятку крупнейших партнеров также входят Великобритания, Южная Корея, Франция, Саудовская Аравия и Бразилия. На данные 10 стран в 2012 г. пришлось более 67% американского импорта и около 60% экспорта.

Сотрудничество США с указанными странами в рамках внешней торговли имеет тенденцию развития как в экспортных, так и в импортных отношениях. Так, в 2012 г. американские экспортные поставки наиболее значительно увеличились по сравнению с 2011 г. в Мексику (на 15,3 млрд долл.), Канаду (10,4 млрд долл.), Китай (6,6 млрд долл.), Японию (3,2 млрд долл.) и Францию (2,1 млрд долл.). В свою очередь, импорт в наиболь-

шей степени вырос в сотрудничестве с Китаем (на 26,4 млрд долл.), Японией (16,6 млрд долл.), Мексикой (13,7 млрд долл.), Германией (8,5 млрд долл.) и Канадой (7,5 млрд долл.).

В контексте региональных экономических группировок структура внешней торговли США по сравнению с предшествовавшими годами не претерпела существенных изменений. Более 60% внешнеторгового оборота США приходится на государства АТЭС. Наибольшая доля по-прежнему приходится на страны Америки – 49%, на страны Азии – 32%, на страны ЕС – 17%, на страны Африки – 2%.

Главным направлением экспорта американских товаров продолжают оставаться страны Америки, на которые приходится около 56% от общего объема экспорта. Доля стран Азии остается на уровне 26%. Совокупный объем поставок в европейские страны, включая Россию, составляет около 18%, причем подавляющая часть этого объема (96%) приходится на страны Евросоюза. Основные импортные закупки осуществляются в странах Америки – 46%, Азии – 38% и Европы – 17%.

Таким образом, стоит отметить, что внешнеторговая деятельность США в последние

годы показывает тенденцию стабильности. Администрация США посредством таможенно-тарифных и нетарифных методов регулирования, а также с помощью предоставления американским производителям экспортных кредитов через Эксимбанк США (Export-ImportBankoftheUnitedStates) предпринимает множество действий для стимулирования и поддержания экспорта и снижения дефицита внешнеторгового баланса. Так, используемые в США ставки таможенных пошлин призваны, в частности, стимулировать импорт сырья и продукции с низкой степенью переработки и затруднять ввоз продукции машинно-технической группы и товаров высокой степени переработки. Но при этом при взаимоотношении со странами, с которыми заключены соглашения о свободной торговле, многие виды сырья ввозятся на территорию США беспошлинно.

Несмотря на экономические интересы, в отношении некоторых стран, с которыми не совпадают политические интересы, США в ущерб своей общей экономической политике содействия свободной торговле предпринимают административные меры ограничительного характера. Эти меры выражаются в виде таможенных пошлин с повышенными ставками, требований о предварительном разрешении на поставки или о запрете торговли. Вследствие этого у американских производителей практически отсутствует возможность легитимно осуществлять торговлю с подобными странами.

Таким образом, необходимо отметить, что на сегодняшний день США занимают второе место в мире по объему экспорта товаров на мировой рынок. За последние десять лет США показывают стабильное состояние во внешне-торговой деятельности. В настоящий момент все «экономические» силы США брошены на решение последствий финансового кризиса, а именно на решение проблемы сокращения бюджетного дефицита и растущего государственного долга при одновременном решении задачи по стимулированию экономики и повышению занятости. Структура внешней торговли США характеризуется преобладанием продукции машиностроения и высокотехнологических товаров. Основными статьями американского экспорта при этом являются автомобили и автозапчасти, гражданские самолеты и авиационные двигатели. США являются ядерной державой и в настоящий момент занимают второе место в мире по экспорту оружия. Импорт США характеризуется расширенным ассортиментом, в котором наибольшую долю занимает продукция общего и специального машиностроения. Во внешне-торговой деятельности США более 60% торговли приходится на государства АТЭС. В десятку крупнейших торговых партнеров входят Канада, Китай, Мексика, Япония, Германия, Великобритания, Южная Корея, Франция, Саудовская Аравия и Бразилия, на которые приходится более 67% американского импорта и около 60% экспорта. Россия занимает 24 место в рейтинге торговых партнеров США.

Список литературы

1. Министерство экономического развития Российской Федерации «Портал внешнеэкономической информации»: «Обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности США в 2012 году». URL: www.ved.gov.ru/exportcountries/us/about_us/ved_us/ (дата обращения: 05.10.2013).
2. Консалтинговая компания «ВЛАНТ». URL: vlant-consult.ru/information/board/284 (дата обращения: 08.10.2013).
3. Информационный сайт «Мировая экономика и мировые рынки». URL: www.ereport.ru/stat.php?razdel=country&count=usa&table=imecia&time=1 (дата обращения: 05.10.2013).
4. Министерство экономического развития Российской Федерации «Портал внешнеэкономической информации»: «Структура внешней торговли США товарами и

- : услугами в 2008–2012 гг». URL: www.ved.gov.ru/exportcountries/us/about_us/ved_us/ (дата обращения: 10.10.2013).
- 5. Министерство экономического развития Российской Федерации «Торгово-экономическое и инвестиционное сотрудничество между Россией и США в январе-августе 2011 г.». URL: www.economy.gov.ru/minrec/about/structure/depAmerica/doc20111027_035?presentationtemplate=docHTMLTemplate2&presentationtemplateid=76b66780446888f597aef7af753c8a7e&WCM_Page.ResetAll=TRUE&CACHE=NONE&CONTENTCACHE=NONE&CONNECTORCACHE=NONE (дата обращения: 05.10.2013).
- 6. «ИПДИГИТАЛ» «Связь с миром». URL: iipdigital.usembassy.gov/st/russian/publication/2011/06/20110607173555x0.755653.html#axzz2SSb8q9rv (дата обращения: 08.10.2013).
- 7. Консалтинговая компания «ВЛАНТ». URL: vlant-consult.ru/information/board/73 (дата обращения: 10.10.2013).
- 8. Консалтинговая компания «ВЛАНТ». URL: www.vlant-consult.ru/information/board/148 (дата обращения: 08.10.2013).
- 9. Информационный портал «Лента.Ру». URL: lenta.ru/news/2013/01/09/oilusa/ (дата обращения: 15.10.2013).
- 10. Официальный сайт «UP TRADING». URL: www.uptrading.ru/main/internet_trejdning_na_finansovyh_rynках/informacionnyj_blok_trejderainvestora/rynok_syrya_neft_i_gaz/krupnejshie_eksportry_i_importry_nefti/ (дата обращения: 15.10.2013).
- 11. «ИПДИГИТАЛ» «Связь с миром». URL: iipdigital.usembassy.gov/st/russian/article/2013/02/20130211142408.html#ixzz2Tq9Ifbdu (дата обращения: 15.10.2013).

РАЗВИТИЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И ЕЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ГОСУДАРСТВОМ

CHARITY DEVELOPMENT IN RUSSIA AND ITS INTERACTION WITH THE STATE

УДК 364.054



КИСЛЯКОВА Мария Александровна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, masha_dasha@mail.ru

KISLYAKOVA Maria Aleksandrovna

post-graduate student, Saint-Petersburg State University of Film and Television, masha_dasha@mail.ru

Аннотация.

В статье рассматривается одна из актуальных для российского общества проблем – развитие благотворительности. Показаны влияние благотворительности на российское общество и ее взаимодействие с государством. Определены основные проблемы в этой сфере и их решения.

Ключевые слова: благотворительность, филантропия, занятость, волонтерство, социальная политика.

Abstract.

This article deals with charity development as one of the topical issues for the Russian society. It has demonstrated charity influence on the Russian society and its interaction with the state. And it shows the main problems in this sphere and ways of their solutions.

Key words: charity, philanthropy, employment, volunteering, social policy.

В России в последние годы наблюдается развитие благотворительности, в которой принимают участие как крупные компании и фонды, так и население. В соответствии с Федеральным законом России «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11.08.1995 г. № 135 [1], благотворительность определяется как добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной

или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной помощи.

Благотворительность – это вид деятельности, который можно достаточно эффективно использовать при организации социальной помощи государственными структурами и негосударственными благотворительными

организациями, а также всеми желающими. Таковыми инструментами выступают социальные проекты, гранты от грантодающих организаций, организаций-доноров, частные пожертвования [2].

Благотворительность – прекрасное русское слово, мягкое, певучее, доброе. Дословный смысл совершенно понятен – творить благо, добро.

Для многих «социальная помощь» сегодня, в XXI в., означает непосредственно материальную помощь или другой вид помощи, оказываемой обеспеченными людьми или организациями малоимущим и другим людям.

Как синоним благотворительности используется понятие «филантропия» (от греч. – «любовь к людям») – деятельность, посредством которой частные ресурсы добровольно распределяются их обладателями в целях содействия нуждающимся людям, для решения общественных проблем, а также усовершенствования условий общественной жизни.

Понятие благотворительности многогранно. Для многих людей понимание благотворительности означает лишь денежные пожертвования, на самом деле это слово имеет более глубокий смысл. Многие из нас, совершая добрые дела, даже не задумываются о своих филантропических действиях. Ведь благотворительность кроме денежных пожертвований выражается в качестве того времени, которое люди тратят на помощь нуждающимся, а также в волонтерской работе.

Благотворительность – это моральное действие в ответ на «человеческую проблематику». Благотворительность в течение долгого времени представляет собой «социальную историю морального воображения». Благотворительность необходима для свободного, открытого, демократического, гражданского общества. Благотворительность выполняет различные задачи: иногда она стремится уменьшить страдания и несчастья нуждающихся, проявить милосердие и сострадание, а иногда основной целью ставит улучшение качества жизни.

На сегодняшний день благотворительные организации имеют не очень хорошую репутацию из-за постоянных этических скан-

далов. Наиболее широко освещался в СМИ скандал в международном благотворительном фонде «Дорога вместе» – самом ярком представителе благотворительной деятельности для миллионов американцев – злоупотребление некоммерческими организациями, связанное с отмыванием денег и привлечением таких работников, как опальный лоббист Джек Абрамофф [3]. Отчеты также поставили под сомнение этическое поведение и решения Красного Креста, других благотворительных организаций, которые принимали участие в помощи пострадавшим при теракте 11 сентября в США.

В то же время ученые прогнозируют массовую передачу имущества в ближайшие десятилетия – 41 триллион долларов по одной из оценок, которые могли бы ознаменовать «золотой век филантропии». Этот рост и топовая концентрация филантропии, а также скандалы привели к усилению контроля благотворительных учреждений, политиков и регуляторов на самом высоком уровне. Конечно, это дискуссия о том, как регулировать благотворительность, заслуживает лучшего понимания обоснования основной деятельности, а также лучшего понимания, по крайней мере, таких соображений, как освобождение от уплаты налогов.

Кубанский опыт показал, что перед лицом беды могут объединяться люди, которых можно считать антиподами: активисты Болотной, «нашисты», представители шоу-бизнеса и добровольцы-электрики. С самого начала в Крымске работало несколько волонтерских групп (более 600 человек). В центре города, неподалеку от администрации, располагался лагерь «Волонтер», на окраине города находились «Добрый лагерь» и лагерь с волонтерами, приезд которых организовала фотомодель Наталья Водянова, и много других. Спонтанность благотворительных действий в ответ на это стихийное бедствие показала миллионам людей во всем мире, что они тоже могут совершать благотворительные поступки. Эти бедствия заставили нас задуматься над ролью таких организаций, как «Красный Крест», «Врачи без границ» и других в ка-

честве альтернативы или дополнения к действиям правительства.

Когда правительства ряда стран были резко раскритикованы за то, что они не в состоянии обеспечить соответствующую помощь, Армия Спасения и другие организации взяли на себя ответственность за адекватное удовлетворение потребностей. Некоммерческие группы не могут быть единственным или даже главным источником помощи в таких случаях. Но какую роль они могут играть? Чему они могут способствовать, а правительство и бизнес не могут? И им нужно позволить сделать выбор: кому они помогают, а кому не помогают? С такого рода вопросами мы сталкиваемся, когда рассматриваем роль неправительственных организаций в оказании благотворительной помощи по всему миру.

Еще до событий в Крымске говорили о «недостаточном нормативно-правовом регулировании деятельности волонтеров» [4, с. 18]. Речь об этом велась еще в 2010 г., когда добровольцы массово тушили лесные пожары. Разработчики законопроекта считают, что главная цель этого документа – борьба с уходом от налогов некоммерческих организаций, которые привлекают волонтеров [4]. Но не обязательно некоммерческие организации должны привлекать волонтеров, добровольцы в Крымске появлялись сами, не от каких-либо организаций.

Благотворительность – это древняя традиция, которая должна стать фактором консолидации гражданского общества. Каждый человек должен знать что-то о традициях добровольческой деятельности на благо общества.

Благотворительность, в широком смысле, в котором мы понимаем ее, проникает в нашу жизнь, хотим мы того или нет. Благотворительность также важна в нашей жизни, как закон и медицина, предметы, о которых мы знаем гораздо больше, чем мы знаем о благотворительности. Филантропия является важным инструментом в наших коллективных попытках решить общественные проблемы.

Независимо от того, где мы живем, большинство из нас были участниками той или

иной формы добровольных действий для общественного блага. Но это не означает, что мы хорошо понимаем эту деятельность.

Несмотря на то, что благотворительность распространена в культуре, некоторые люди размышляют о филантропии очень осторожно. Например, многие американцы считают, что большая часть финансирования поступает от крупных фондов, таких как фонд Форда, и от крупных корпораций, таких как Майкрософт. На самом деле в США 83% всех благотворительных денег поступает от физических лиц, а не от корпораций или фондов. Аналогичным образом многие люди полагают, что большинство средств, полученных и распределенных некоммерческими организациями в Соединенных Штатах, исходит от благотворительных взносов. На самом деле только небольшой процент от доходов некоммерческого сектора – один доллар из восьми – исходит от частной благотворительности. В целом, американские некоммерческие группы получают меньше от частной благотворительности, чем от правительства, и их крупнейшим источником доходов является далеко не частное предоставление, ни государственные субсидии, а плата за услуги и товары, которые они предоставляют [3].

Наше мнение о благотворительности основано на неофициальных и часто случайных источниках. Мы не изучали филантропию так, как изучали экономику или политику.

В отличие от двух больших секторов общественной жизни, а именно бизнеса и политики (или другого большого сектора частной жизни – семьи), филантропия только недавно стала объектом, на который обратили внимание ученые и изучать ее систематически.

Большинство мероприятий, которые маркируются как «благотворительность», происходят на протяжении очень продолжительного времени. Организованная благотворительность старше демократии и капитализма, старше, чем христианство и буддизм, старше обществ и многих традиций, которых больше не существует. Благотворительность в ее менее организованной, стихийной форме, так же стара, как и само человечество.

Добрые дела людей из прошлого или настоящего времени делают нашу жизнь совершенной. Один из самых волнующих недостатков идентификации благотворительности, такой как добровольная отдача или помощь, заключается в том, что слишком много внимания фокусируется на дающем. Это создает неверное представление о благотворительности, создает впечатление, что она больше получает, чем отдает.

Люди по всему миру являются бенефициарами научных или медицинских открытий, финансируемых благотворительными грантами и пожертвованиями. Нам всем когда-нибудь может понадобиться помощь; помогая другим, мы лучше понимаем друг друга. Мы все уязвимы. Но большинство из нас не считают себя таковыми. До тех пор, пока кто-то из нас не столкнется с тяжелой болезнью близких или серьезными последствиями катастрофы, произошедшей, например, с туристами на отдыхе. В таких ситуациях мы придаем больше значения благотворительности и помощи незнакомых людей, о которых мы потом забываем.

Хотя филантропия требует относительно небольшой части наших ресурсов – нашего времени, а также наших денег, ее статистические данные по-прежнему очень впечатляют. Только добровольцы способны оказать адресную помощь нуждающимся. Волонтеры участвовали в ликвидации последствий стихийных бедствий в Таиланде, на Гаити, в Японии. В 2005 г. в затопленный Новый Орлеан на своих автомобилях и мотоциклах съехалось практически из всех штатов США более 13 тысяч добровольцев, с самого начала в Крымске работало несколько волонтерских групп общей численностью более 600 человек.

Благотворительность – это сила, которая имеет большое значение во всем мире. Десятки миллионов американцев оказывают помощь деньгами филантропическим образом, иногда потому, что это легче, чем предоставление нашего драгоценного времени и нашего скромного таланта.

Вместе с тем общий объем благотворительности в мире снизился. При этом Россия за год переместилась со 130 на 127 место, а

по числу волонтеров, вошла в первую десятку стран мира. Об этом свидетельствуют данные исследования «Рейтинг мировой благотворительности» (World Giving Index) [5], которое проводит британский благотворительный фонд CAF на основании данных всемирного опроса компании Gallup. В рейтинге 2012 г. участвовало свыше 155 тысяч человек из 146 стран мира. Впервые были проанализированы данные о личном участии в благотворительности населения Земли за последние пять лет – с 2007 по 2011 г. Место страны в рейтинге зависит от среднего значения по трем показателям: пожертвование денег в благотворительные организации; работа в качестве волонтера; оказание помощи нуждающемуся незнакомому человеку.

Согласно этому исследованию, рост российской благотворительности обусловлен, в основном, увеличением числа людей, оказывающих непосредственную помощь нуждающимся – 36% в 2011 г. против 29% в 2010 г.. В среднем 21% россиян вовлечен в благотворительность, что на три процентных пункта больше, чем в 2010 г.

Лидером рейтинга в 2011 г. были США, переместившиеся с пятого места в 2010 г. Далее следовали Ирландия, Австралия, Новая Зеландия, Великобритания. В первой десятке также были Нидерланды, Канада, Шри-Ланка, Таиланд и Лаосская Народно-Демократическая Республика.

Россия поднялась на 127 место со следующими показателями: 7% благотворительных пожертвований (5% – 2010 г., 6% – 2009 г.), 17% волонтерской работы (23%, 20%), 29% помощи нуждающимся (36%, 29%). В среднем 18% населения России вовлечено в благотворительность, что на 3% меньше, чем в прошлом году – увеличение пожертвований перекрылось снижением по остальным показателям. Подъем России в рейтинге обусловлен в основном тем, что снижение благотворительности во многих странах оказалось еще существеннее.

По количеству волонтеров Россия попала в лидерскую десятку, заняв восьмое место. Добровольчеством в нашей стране занимались в 2011 г. 21 млн человек.

Однако не все так оптимистично: рост благотворительной активности в мире связан с тем, что люди стали больше помогать нуждающимся и заниматься волонтерством, но количество денежных пожертвований в благотворительные организации при этом сократилось. На 2% возросло число тех, кто оказывает помощь нуждающимся непосредственно, и на 1% – волонтеров. Количество же респондентов, которые ответили, что в течение последнего месяца пожертвовали деньги организациям, сократилось на 1%.

«Одно из трагических последствий финансового кризиса во многих странах – уменьшение сумм и сокращение числа благотворительных пожертвований, – прокомментировал результаты рейтинга исполнительный директор CAF Джон Лоу. – Это значит, что будет оказано меньше помощи пострадавшим от стихийных бедствий и катастроф, меньшему количеству людей будет обеспечен доступ к воде, средствам личной гигиены и достойным условиям проживания, меньше будет возможностей для заботы о больных, пожилых и детях» [6].

Забота об общественном благе, помощь людям, оказавшимся в трудной ситуации, всегда становились обязанностью тех, у кого жизнь складывалась удачно. Так, например, в современной Великобритании благотворительность – это неотъемлемая часть повседневной жизни. В стране насчитывается более 9 тыс. различных организаций, существующих на пожертвования граждан. Около 70% населения Великобритании регулярно дают деньги на благотворительность.

Британские благотворители заботятся не только о нуждах соотечественников, но и о гражданах других стран, которым приходится справляться с последствиями стихийных бедствий, голодом, недостатком медикаментов, питьевой воды и т. п.

Масштабы благотворительности являются одним из измерений ее значимости. Ее разнообразие и экстраординарность – это другое. Как отмечалось ранее, благотворительность рассматривает наиболее важные социальные и моральные проблемы, влияющие на общество, а также на нашу индивиду-

альную жизнь. В самом деле, эти важнейшие вопросы, стоящие перед обществом, – нравственные вопросы, такие как социальное обеспечение, права человека, окружающая среда – часто возникают впервые в «третьем секторе», это общественное пространство, где волонтерская работа осуществляется обществом.

Благотворительность имеет значительное влияние в социальных, политических, религиозных, моральных, экономических, научных и технических сферах. Спектр вопросов, решаемых благотворительными организациями, простирается от усилий, направленных на ограничение загрязнения воздуха, до определения прав детей, от помощи в организации выставок для художников до обеспечения приютов по уходу за неизлечимо больными. Благотворительность может влиять на формирование решений вопросов относительно религии, образования, здравоохранения, социального обеспечения и социальных услуг (в том числе семьи, детей и молодежи), искусства и гуманитарных наук, сохранения культуры, общественных работ, спорта и отдыха, международной помощи и развития окружающей среды.

Методы филантропии столь же различны, как и потребности, которым они удовлетворяют. Еда и напитки, товарищеские отношения и сострадание, медицина, работа, образование, вероисповедание, музыка – все это нужды, на которые благотворительность отвечает волонтерскими подарками в виде денег или услуг. Действия, которые доступны, диктуются потребностями.

Тем не менее, оценивая рамки благотворительности, стоит еще раз отметить, что существует огромный и в значительной степени неведомый «океан» неформальной, спонтанной, межличностной филантропии. Можно допустить ошибку в оценке масштабов благотворительной сферы, если пренебречь или забыть о всепроникающих добрых делах, которые являются непосредственными, прямыми или личными, как домен традиционной благосклонности, любви к ближнему, вежливости и терпимости, «обыкновенных добродетелей», если они есть.

Существенная особенность сегодняшнего дня – расширение круга лиц, представляющих уязвимые слои общества. Сюда входят престарелые и старики, безработные, мигранты, инвалиды, хронически больные, лица, находящиеся за чертой бедности, нищие и др. Увеличение численности таких лиц неблагоприятно сказывается на всем обществе, нанося ему экономический, физический, моральный ущерб. Поэтому важно, чтобы общество осознало практическую ценность благотворительности как средства социальной реабилитации истинно нуждающихся граждан и уменьшения остроты медицинских проблем. Через милосердие и сострадание восстанавливается больная ткань человеческих взаимоотношений.

Сегодня полезно было бы обратиться к опыту наших предшественников, благотворительная деятельность которых диктовалась осознанием общечеловеческой солидарно-

сти, стремлением устранить опасность, связанную с наличием в обществе нуждающегося населения.

Успешное функционирование благотворительных организаций обуславливает несколько основополагающих факторов – прежде всего усовершенствование правовой базы деятельности этих организаций, налаживание связей между частными благотворительными организациями и государственной структурой социальной защиты.

Растет спрос на хорошо подготовленных профессиональных работников в данной области. В будущем необходимо также создавать четкие, реально осуществимые программы деятельности благотворительных организаций. Еще один важный фактор – подготовка сознания клиента социальной службы к тому, что помощь ему может быть оказана благотворительной организацией.

Список литературы

1. Президент России: <http://text.document.kremlin.ru> (дата обращения: 02.11.2013).
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. 121 с.
3. Understanding Philanthropy Its Meaning and Mission, Robert L. Payton, Michael P. Moody, Bloomington, Indiana University Press. 2008. 224 p.
4. Деньги // Экономический еженедельник издательского дома «Коммерсант». № 29 [886] 23.07–29.07.2012.
5. World Giving Index 2011. Charities Aid Foundation. 2011.
- 6 Новый регион 2. URL: <http://www.nr2.ru> (дата обращения: 20.11.2011).

АНАЛОГИЯ С ФИЗИКОЙ И ЛОГИКОЙ КАК РИТОРИЧЕСКИЙ АРГУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПОПЫТКИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

ANALOGY WITH PHYSICS AND LOGIC AS RHETORICAL ARGUMENT OF THE ECONOMIC THEORY AND WAYS OF ITS OVERCOMING

УДК 14.141



ЛЕОНОВ Виктор Ефимович

доцент кафедры гуманитарных наук Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат философских наук, доцент, leonov666@gmail.com

LEONOV Victor Efimovich

Associated Professor, Department of Humanities, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Philosophical Science, leonov666@gmail.com

Аннотация.

В статье рассматривается влияние когнитивных стандартов физических и логико-математических наук на процесс концептуализации методологии экономической науки. На примере анализа закона сравнительных издержек Д. Рикардо показывается, что аподиктическая достоверность и нетривиальность вывода в абстрактной экономической теории сочетается с невозможностью верификации последнего, что ставит вопрос об эвристическом потенциале всей теории. Показывается, что данная проблема актуальна в случае анализа развивающихся и изменяющихся обществ.

Ключевые слова: философия экономики, методология социогуманитарных наук, априорность, физикализм, тип рациональности.

Abstract

The article deals with the role and influence of cognitive standards of physical and logico-mathematical sciences on the economic science methodology conceptualization process. On the example of D. Ricardo's law of comparative expenditure analysis we demonstrate that apodictic reliability and nontrivial conclusion in the abstract economic theory is combined with impossibility to verify it that raises the question of the heuristic potential of all the theory. We also show that this problem is of vital importance when analysing developing and changing societies.

Key words: philosophy of economics, methodology of social sciences, apriority, physicalism, type of rationality.

Отличительной особенностью европейской модели культуры является чрезвычайно высокая оценка рационального умозрительного знания. В методологическом плане это нашло выражение в становлении и развитии логики и математики как универсальных способов познания мира. В силу этого отнюдь не случайным является то, что в рамках этой культуры рангом высшей степени достоверности и убедительности обладают интересубъективные аподиктические суждения-тавтологии. Большой вклад в становление именно такого стандарта достоверности был сделан в античной и европейской эпистемологии. В частности, в связи с разработкой Платоном теории «идей», концепцией «*cogito*» Декарта, теорией априорных суждений Канта, дистинкцией логического и психологического Гуссерлем. Наряду с рациональным и умозрительным, выражаемым с помощью понятий, также существует и так называемое «неявное» знание. Неявное знание – это навыки, умения, привычки, стереотипы и практики какой-либо деятельности. С точки зрения физиологии высшей нервной деятельности – это системы условных рефлексов. С позиции гносеологически значимых характеристик неявное знание чаще всего определяется через отрицание как: не формализуемое, не вербализуемое, не интересубъективное.

Человеческие культуры, их специфика и отличие друг от друга во многом определяются тем, что они являются такими системами навыков и практик. Плохо концептуализируемый и в полной мере неинтерсубъективный мир практик и традиций соответствующей культуры часто именно в силу этого и предстает перед мыслителем, который определяет и оценивает действительность в соответствии со стандартами рациональной трансубъективности, как нечто не вполне определенное, не ясное и не имеющее четко очерченного значения.

Гносеологически заданная дистинкция между неявным опытом стереотипов и практик и хорошо формализованным умозрительным и рациональным знанием находит свое дальнейшее естественное выражение в несравнимо лучшей пригодности к операцио-

нализации и масштабируемости последнего по сравнению с первым. На абстрактно-теоретическом уровне принципиальное различие между умозрительно рациональным знанием и системой навыков хорошо показал Ж. Пиаже. Согласно последнему, наиболее характерной особенностью интеллекта является его обратимость, которая проявляется в том, что последний «может сконструировать гипотезы, затем их отстранить и вернуться к исходной точке, пройти путь и повторить его в обратном направлении, не меняя при этом используемых понятий» [1, с. 20]. Примером такой способности интеллекта является логическая и математическая операция транзитивности, так как здесь хорошо видно, как мысль без ущерба для своего содержания может двигаться как в одну, так и в обратную сторону. По сравнению с интеллектом навык – гораздо менее эффективная способность, так как он нетранзитивен. В частности, моторный навык действует только в одном направлении, и, допустим, умение осуществлять движение в другом направлении означает приобретение нового навыка.

Несмотря на столь выгодное отличие, практический успех к видам деятельности, которые целиком и полностью основаны на рационально умозрительных принципах, приходит достаточно поздно. Практическая реализация этого происходит лишь в Новое время и первоначально выражается в создании классической механики с ее абстрактными законами движения. Позднее возникают технические науки, теоретическое и, в силу этого, масштабируемое знание которых приходит на смену во многом случайно-эмпирическим, отрывочным и рутинным навыкам ремесленной деятельности прошлого. Естественно, что деятельность на основе последних гораздо менее эффективна в экономическом смысле и у нее гораздо более низкий потенциал для развития. По словам Д. Мокира, «при отсутствии понимания того, как и почему работает данная технология, дальнейшие усовершенствования быстро приведут к уменьшению отдачи» [2, с. 35].

Очевидный успех в реализации рационально-умозрительной установки применительно

к изучению природы и в связи с созданием теоретических основ техники оказал заметное влияние на характер проблематики и методологию социально-гуманитарных исследований. Это влияние нашло свое наиболее явное выражение в социологии, особенно в начальный момент ее развития. Идея проекта, предложенного А. Сен-Симоном и О. Контом, состояла в том, чтобы применить к исследованию общества тот же принцип, который получил развитие в области естественных и технических наук, и реорганизовать общество по образцу организации производства в промышленности. Эта идея была подвергнута критике Ф. Хайеком, который указал на непонимание сторонниками социальной инженерии методологических особенностей социальных исследований, обвинив последних в зависимости от стандартов объективистских наук и «рабском подражании языку и методам науки» [3, с. 14]. Основной недостаток данного проекта состоял в том, что последний достаточно трудно было согласовать с такой важной чертой поведения человека, как стремление к реализации собственных интересов.

Политическая экономия, будучи альтернативным проектом исследования социального мира, в этом смысле изначально была гораздо более реалистичной и более внимательной к особенностям человеческой природы. Предложенная А. Смитом метафора «невидимой руки» в качестве средства достижения гармонии и благосостояния в обществе посредством реализации каждым собственного интереса впоследствии была концептуализирована в рамках теории предельной полезности, согласно которой спрос и потребности определяют характер производства, а не наоборот, в теории рассеянного знания и гносеологической функции цены Хайека. Если использовать терминологию современной философии науки, то можно сказать, что проект политической экономии в отличие от социологического проекта всегда был эндогенно синергетическим, так как в своей основе содержал принцип самоорганизации в виде непреднамеренного упорядочивания отдельных интересов средствами механизмов рынка.

Одновременно с этим, экономическая наука не избежала влияния физикалистской парадигмы, что было особенно заметно в начальный период ее развития. Влияние физики и методологических постулатов такой абстрактной науки, как геометрия наук, нашло здесь особую форму выражения в виде подчеркнутого внимания и постоянной актуализации темы объективности и линейного характера тех зависимостей и отношений, которые составляют предмет этой науки. Вершиной такого понимания стала концепция «экономического закона» как объективной вневременной устойчивой и повторяющейся связи между явлениями, а также представление об исключительно дедуктивном характере экономической теории. Например, по мнению такого систематизатора классической доктрины политической экономии, как Дж. С. Милль, политическая экономия является «по существу абстрактной наукой, а ее метод – ... метод а priori» [4, с. 60]. Достаточно характерны взгляды другого систематизатора классической доктрины – Дж. Кернса, который прямо утверждал, что «политическая экономия должна быть такой же наукой, как астрономия, механика, химия и физиология» [5, с. 12]. Наличие логически безупречного характера вывода в экономических теоремах как теориях дедуктивного типа позволяет говорить об особом эпистемологическом статусе чистой экономической теории, которую можно рассматривать в качестве особой разновидности априорного знания, обладающего таким же уровнем достоверности, как априорные суждения чистого естествознания, арифметики и геометрии в версии Канта. На такой характер экономического знания указал, в частности, Л. Мизес, прямо говоривший о том, что экономическая теория – это априорное знание, в силу чего «все теоремы экономической теории необходимо действительно во всех случаях, когда даны все сделанные допущения» [6, с. 66].

Простым и ясным примером указанных особенностей чистой экономической теории, который наглядно демонстрирует эвристический потенциал последней в виде неочевидных и даже противоречащих здравому смыслу

лу выводов, является закон сравнительных издержек Д. Рикардо. В формулировке автора закон звучит так: «При системе полной свободы торговли каждая страна ... затрачивает свой капитал и труд на такие отрасли промышленности, которые доставляют ей наибольшие выгоды. Это преследование индивидуальной выгоды самым удивительным образом связано с общим благом всех» [7, с. 116]. Чтобы разъяснить свою мысль, Рикардо рассматривает пример, который по смыслу аналогичен следующему. Предположим, необходимо решить, выгодно или нет международное разделение труда и свобода торговли между двумя странами, в одной из которых производительность труда во всех отраслях выше, чем в другой. Допустим, существуют только два товара, «А» и «Б», причем производительность за час в первой стране («страна 1») составляет: $A = 40$, $B = 60$. Во второй же стране («страна 2») производительность за то же время выше: $A = 50$, $B = 75$. Спрашивается, какая стратегия является более выгодной для каждой из стран: производить оба товара самостоятельно либо же сконцентрироваться на производстве какого-то одного товара, соответственно, покупая второй товар у другой страны. На первый взгляд может показаться, что стране 2 международное разделение труда не выгодно, так как она сама производит любой товар с меньшими издержками, чем страна 1. Действительно, для страны 2 производить товар Б вроде бы более выгодно самой, чем покупать его в стране 1, ибо 75 больше, чем 60. Рикардо предлагает взглянуть на эту ситуацию иначе. Если каждая страна самостоятельно производит оба товара, то суммарное количество благ, которое будет произведено в каждой из стран определяется следующей формулой: страна 1 ($A = 40 + B = 60$) + страна 2 ($A = 50 + B = 75$) = 225. В случае же специализации каждой страны на производстве только одного товара (страна 2 сосредотачивается на производстве только товара Б, а страна 1 только товара А) общая сумма произведенных благ будет определяться по такой формуле: страна 1 ($A = 40 \times 2$) + страна 2 ($B = 75 \times 2$) = 230. Очевидно, что во втором случае общая сумма произведенных благ больше, чем в

первом. На основании этого Рикардо и делает вывод, что специализация и международное разделение труда выгодно.

Приведенные вычисления с формальной точки зрения являются примером априорных суждений и именно про такой тип знания Й. Шумпетер сказал, что «существует класс экономических теорем, являющихся, по сути дела, логическими ... нормами» [8, с. 20]. Очевидная эвристичность нетривиальных выводов дедуктивной экономической теории имеет и обратную сторону, которая связана с проблемой оценки фактического значения изначально безупречных умозрительных рассуждений. Дело в том, что логически корректные выводы из экономических теорем очень опосредованно связаны с практикой хозяйственной деятельности, в силу чего практические попытки реализации последних могут сопровождаться как ростом, так и уменьшением уровня общественного благосостояния. В частности, опираясь на данные, которые получены в результате анализа действия закона сравнительных издержек, можно сделать два взаимоисключающих вывода. В случае первого вывода (этот вывод тождественен позиции самого Рикардо) проведенный расчет можно понимать как теоретическое обоснование и доказательство целесообразности международного разделения труда и специализации. Но также можно предположить и иную интерпретацию и, соответственно, другой вариант развития событий. Одним из возможных следствий вступления страны 1 в систему международного разделения труда со страной 2 является то, что первая страна, сосредоточившись на производстве товара А, не развернет у себя производство товара Б именно потому, что с точки зрения возможного объема потребления такая стратегия для нее невыгодна. Закон сравнительных издержек поэтому не только доказывает выгоду от международной торговли, но, как это ни парадоксально, может способствовать лучшему пониманию того, почему в условиях открытой торговли высокоразвитые промышленные и менее развитые страны, которые занимаются сельскохозяйственным производством или добычей ископаемых, постоянно остаются

на прежних относительных позициях, демонстрируя, соответственно, более высокий и более низкий уровни развития.

По мнению Д. Дальтона, следствием интеграции изначально высоко- и низко-развитых стран может быть феномен вырождающихся изменений, роста без развития последних, который находит выражение в росте валового национального продукта за счет увеличения продажи урожая и труда, а не за счет структурных изменений в экономике, технологии и культуре, которые необходимы для долгосрочного и непрерывного роста [9, с. 146]. Результатом действия схожего механизма Ф. Бродель объясняет феномен рефеодализации в Восточной Европе после XV века, который, по его мнению, в определенной степени был связан с развитием капитализма в Западной Европе, так как «с начала XVI в. конъюнктура ... обрекала Восточную Европу на участь колониальную – участь производителя сырья» [10, с. 259]. В силу того, что безупречность логического следования в априорных экономических моделях сочетается с неприменимостью к последним процедур верификации и фальсификации как стандартных приемов оценки научного знания, вполне естественно возникает вопрос об их эпистемологическом статусе. Д. Макклоски, задаваясь этим вопросом, приходит к выводу, что модели – это метафоры, использование которых порой позволяет лучше понять сложные черты социальной действительности. Проблема в том, что экономисты «очень любят свои метафоры, ... приписывая им «позитивный» и «объективный» статусы» [11, с. 413].

Следует заметить, что трудности, связанные с попытками согласовать абстрактный мир равновесных и линейных экономических моделей с наблюдаемым фактом изменений и существенного различия в развитии разных народов и регионов, в настоящее время привели к попыткам пересмотра и уточнения предметной области экономических исследований посредством отказа от рассмотрения экономических явлений как простых линейных зависимостей и включения в сферу анализа политико-институциональных, социокультурных и психолого-

антропологических факторов. В частности, П. Дэвид на примере истории клавиатуры QWERTY попытался показать механизм закрепления в условиях рыночной экономики неоптимальной технологии ввиду случайности первоначального выбора, в результате чего «конкурентные силы быстро загнали отрасль в рамки стандартов, закрепляющих господство неэффективной системы» [12, с. 149]. Описывая то, как случайно образовавшийся круг положительной обратной связи может сделать практически невозможным переход к более эффективным технологиям, Дэвид по существу предлагает учитывать в рамках экономического анализа историческое измерение или, как он выражается, «зависимость от пути развития». Тема зависимости от пути развития в виде трансляции экономически неэффективных, но исторически обусловленных социально-политических институтов находится в центре внимания Д. Норта, который рассматривает причины разительной несхожести путей и результатов экономического развития сначала Англии и Испании, а затем Северной и Южной Америк. По его мнению, такое различие не может быть объяснено в рамках неоклассической модели, которая описывает выпуск в экономике как функцию от количества и цен затраченных ресурсов – земли, труда, капитала и предпринимательских способностей. По словам Норта, «такая формулировка если не является ошибочной, то, во всяком случае, серьезно запутывает дело, поскольку если бы выпуск в экономике определялся только этим, все страны были бы богаты» [13, с. 78]. Для того чтобы объяснить различие, необходимо учитывать функцию государства по защите правопорядка и, прежде всего, то, как определены права собственности. Г. Кларк, задаваясь вопросом о том, почему промышленная революция первоначально произошла в Англии, а не в Китае или Японии, пытается дать ответ, привлекая антропологические и социокультурные данные. По его мнению, в Англии вследствие острого дефицита земель и менее продуктивной сельскохозяйственной технологии действие мальтузианских законов

ощущалось значительно жестче, чем в Китае и Японии, и, одновременно, демографическая система в этих странах обеспечивала меньшее репродуктивное преимущество для богатых людей, чем в Англии. Вследствие этого в японском и китайском обществах не было такого большого количества выходцев из богатых слоев общества, которые в силу своей избыточности должны были спускаться на более низкие ступени социальной иерархии, принося с собой нравы и культуру среднего класса. Поэтому, как пишет Кларк, «можно предположить, что преимущества Англии заключались в быстром культурном, а возможно и генетическом распростране-

нии ценностей экономически успешного слоя по всему обществу в 1200–1800 годах» [14, с. 375].

Как представляется, отказ от жестких стандартов классической рациональности с ее простыми механически подобными моделями линейных зависимостей и априорным дедуктивным выводом из четырех или пяти исходных посылок в сторону понимания социально-экономических процессов как более сложных явлений, которое предполагает учет и анализ случайных, исторически и культурно обусловленных факторов, является позитивным сдвигом в области социогуманитарных исследований, в том числе и экономических.

Список литературы

1. *Пиаже Ж.* Психология интеллекта / Жан Пиаже. СПб.: Питер, 2003.
2. *Мокир Д.* Дары Афины. Исторические истоки экономики знаний. М.: Издательство Института Гайдара, 2012.
3. *Хайек Ф.* Контрреволюция науки. Этюды о злоупотреблениях разумом. М.: ОГИ, 2003.
4. *Милль Дж. С.* Об определении предмета политической экономии и о методе исследования, свойственном ей // *Философия экономики.* М.: Из-во Института Гайдара, 2012.
5. *Кернс Дж.* Логический метод политической экономии. М.: Книжный дом «Либроком», 2012.
6. *Мизес Л.* Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. Челябинск: Социум, 2005.
7. *Рикардо Д.* Начала политической экономии и налогового обложения // *Избранное:* В 3 т. Т. 1. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955.
8. *Шумпетер Й.* История экономического анализа. В 3 т. Т. 1. СПб.: Экономическая школа, 2001.
9. *Шрадер Х.* Экономическая антропология. СПб.: «Петербургское Востоковедение», 1999.
10. *Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 2. Игры обмена. М.: Прогресс, 1988.
11. *Маккроски Д.* Риторика этой экономической науки // *Философия экономики.* М.: Издательство Института Гайдара, 2012.
12. *Дэвид П.* Клио и экономическая история QWERTY // *Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса.* М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2007.
13. *Норт Д.* Институты и экономический рост: историческое введение // *THESIS.* Теория и история экономических и социальных институтов и систем. Альманах. Вып. 2. М.: Начала-пресс, 1993.
14. *Кларк Г.* Прощай, нищета! Краткая экономическая история мира. М.: Издательство Института Гайдара, 2012.

ОБОБЩЕНИЕ ЗНАНИЙ О ФОРМИРОВАНИИ КАТЕГОРИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ

EXPERIENCE GENERALIZATION ON SOCIAL AND ECONOMIC JUSTICE CATEGORY FORMING

УДК [36 : 33] : 17



СКОБЕЛЕВ Владимир Леонидович

доцент кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, vskobelev0804@gmail.com

SKOBELEV Vladimir Leonidovich

Associate Professor of the Department of Economics of Cinema and Television, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, vskobelev0804@gmail.com

Аннотация.

В статье обобщаются и анализируются накопленные знания о справедливости вплоть до начала XX в. Автор прослеживает путь формирования категории справедливости начиная от ее понимания в обществе как критерия этического до критерия и способа экономических отношений, а также формирования утилитаристской концепции справедливости.

Ключевые слова: социальная и экономическая справедливость, социально-экономические отношения.

Annotation.

This article generalizes and analyses the experience of the category of Equity up to the beginning of the XX century. It observes the formation of the Equity category from its understanding as an ethical criterion in society up to criterion and method of economic relations as well as the formation of the utilitarian concept of justice.

Key words: social and economic justice, social and economic relations.

Справедливость как категория этики применительно к развитию социально-экономической системы (национального хозяйства, межотраслевых, территориальных промышленных комплексов – кластеров, отраслевых рынков и отраслей, объединений юридических лиц, наконец, системы предприятия) состоит в справедливости социально-экономических от-

ношений: справедливой собственности, справедливом обмене и конкуренции, справедливом распределении, при которых достигается согласование социально-экономических интересов всех субъектов. То есть справедливость применительно к многочисленным субъектам, играющим различные роли и выполняющим различные функции в социально-экономиче-

ской системе, не только понимается как этический критерий, но используется в качестве экономического критерия, являясь, по сути, обобщающим критерием согласования экономических частных (групповых) интересов этих субъектов и коллективного (социально-институционального) интереса системы в целом.

Слово СПРАВЕДЛИВЫЙ пришло в русский и другие славянские языки как лексема, вероятно, из польского «sprawiedliwy» или чешского «spravedlivý» и происходит от древнерусского и старославянского слова ПРАВЬДА с корнем prav. В древнерусском прилагательное «правь» означало «прямой», «не отклоняющийся в стороны», позже – «правильный, невиновный». Вероятно, его исходной лексемой было слово provos (добрый, честный, порядочный), родственное латинскому probos, а также древнеиндийскому grabhus (выдающийся по силе и изобилию, превосходящий). Есть также точка зрения, связывающая корень prav с латинским provincia, первоначальное значение которого – «власть, полномочия».

Из Велесовой книги, если верить подлинности существования древнеславянской письменности, дошедшей до нас на деревянных дощечках, следует, что наши предки поклонялись Прави – мировому божеству женского рода. От имени богини Правь происходят два понятия: правый (правильный) и правая сторона. На их основе развивается идея правильности как следование прямому, лучшему пути, проложенному исходя из знания того, что должно быть ПРАВИЛЬНЫМ. В дальнейшем слова ПРАВЫЙ, ПРАВО стали обозначать – «положение, закон, судебное дело», что было отражено в древних правовых текстах XI века – таких как «Русская правда» и «Судебник». Имени древнеславянского божества Прави соответствует слово на санскрите ПРАВхавапья, означающее то, откуда все происходит и в чем все растворяется в конце жизни. Подобное же смысловое соответствие наблюдается при сравнении древнегреческого слова δίκαιος (праведник) с древнерусским – «правдынь» и старославянским «правьдник». Также смысл слова СПРАВЕДЛИВОСТЬ в точности отражается в древнегреческом слове dikh. Богиней справедливости в

Древней Греции считалась ора Дике. Дике была одной из дочерей Фемиды – древнегреческой богини правосудия – юстиции, общепризнанный символ которой изображен на эмблемах работников правоохранительных органов. Фемиды, будучи дочерью титанов Урана и Геи, а также являясь первой женой и сестрой Зевса, занимала на божественном Олимпе почетное место по ПРАВую руку от вседержителя. Зевс вел судебные разбирательства, так сказать высшей инстанции, только в присутствии Фемиды и Дике. Таким образом, Правосудие и Справедливость в древнегреческой и, особенно, в древнеримской мифологии – понятия взаимосвязанные и даже неразделимые, а древнегреческое ДИКЕ означает должный порядок вещей, а также «благое» состояние, тождественное понятию Добра.

Этимология англоязычного аналога слова «справедливость» – equity имеет более, чем в русском языке, утилитарный и экономический смысл – это «акционерный капитал», «доля акционера в капитале компании», «обыкновенные акции», «акции без фиксированного дивиденда», «маржа», а также «право справедливости», «беспристрастность». Оно происходит от англо-французского equité или, изначально, от латинского aequus – равный. Его самый близкий синоним fairness происходит от fair – «базар, рынок; ярмарка, выставка». Таким образом, английское слово «справедливость» означает права, которые не зависят от статуса держателя этих прав, и в этом смысле подчеркивается равенство всех держателей этих прав, например, держателей обыкновенных акций. То есть английское слово «справедливость» содержательно, хоть и локально, перекликается со словом «равенство». Следует также обратить внимание на то, что «справедливость», как и «правда», является не абсолютным, а относительным понятием.

В современном русском языке слово «справедливость» многозначно, так как сама категория справедливости как способ и критерий поведения людей – субъектов общественных отношений в социальной системе, в том числе экономических отношений, имеет много граней – моральную, правовую, со-

циальную, политическую, экономическую и другие.

Справедливость – это «беспристрастность действий, суждений» и «признание кем-либо чьей-нибудь правоты, достоинства», а также «соответствие человеческих отношений, поступков общепринятым моральным и правовым нормам» [1, с. 420]. То есть справедливости равнозначно нравственное и правовое понятие о должном, которое заключает в себе требование соответствия деяния и «воздаяния должного на законных и честных основаниях», а именно: соответствия прав и обязанностей, труда и вознаграждения, заслуг и их признания, преступления и наказания, соответствия роли различных социальных слоев, групп и индивидов в жизни общества и их социального положения в нем. «Отсутствие должного соответствия между этими сущностями понимается как несправедливость» [2, с. 346–347]. В экономической науке справедливость понимается как требование равенства граждан в распределении ограниченных ресурсов и доступе к ним [3]. В социалистическом обществе СССР это требование включало также «равенство по отношению к средствам производства» [2, с. 346], а также согласованность интересов граждан и государства в экономических отношениях [4, с. 42]. Обращаем внимание на то, что в русскоязычных словарях терминов по экономике и финансам отсутствует трактовка понятия «экономическая справедливость».

Жизнедеятельность человека невозможна без применения критериев справедливости, особенно в таких сферах, как нравственность (мораль), политика, социальная практика, экономика. Эти критерии включают как дескриптивные (описательные), так и нормативные элементы, которые в зависимости от институциональных условий и социально-экономических интересов в обществе отличаются в историческом плане изменчивостью и относительностью.

Свойство относительности справедливости и зависимости человеческой оценки справедливости от условий (обстоятельств) впервые отметил Гераклит Эфесский [5, с. 156]. Если кем-то свыше, считал он, будут введены единые для всех людей условия, то такой идеаль-

ный мировой порядок – «божественный логос, которому равно подчинены и люди, и боги», и есть критерий справедливости [6, с. 50]. Древнегреческий философ Демокрит полагал, что справедливость нужно оценивать не по изменчивым, относительным взглядам людей, а в объективных – природных обстоятельствах, понимая под природой космический порядок. «Несправедливо то, что противно природе» [6, с. 159] – был убежден он.

Древнегреческие философы Платон (Сократ) и Аристотель (ученик Платона) первыми предложили развернутые теории справедливости.

В идеалистической концепции Платона категория справедливости не зависит от чувств отдельного человека, это почти синоним права и критерий поведения граждан «в интересах идеального государства» [7, с. 98]. Он считал справедливость центральной проблемой политики и государственного устройства: она задает цель политике и является силой, сплачивающей государство.

Именно у Платона (Сократа) впервые был сформулирован ключевой принцип справедливости «воздаяние за деяние» как должное: «...обратился я к Полемарху, – какие слова Симонида о справедливости ты считаешь правильными? – Да то, что справедливо отдавать каждому должное» [7, с. 131].

Платон сформулировал также следующие критериальные принципы теории справедливости:

- принцип естественных привилегий;
- принцип коллективизма;
- целевой принцип индивида – сохранять и усиливать стабильность государства [7, с. 132].

Ключевая мысль Платона – справедливо то, что полезно властям, то есть сильнейшему, по праву (по закону). «Устанавливает же законы всякая власть в свою пользу: демократия – демократические законы, тирания – тиранические, так же и в остальных случаях. Установив законы, объявляют их справедливыми для подвластных – это и есть как раз то, что полезно властям, а преступающего их карают как нарушителя законов и справедливости. Во всех государствах справедливостью счита-

ется именно то, что пригодно существующей власти. А ведь она – сила, вот и выходит, ... что справедливость – везде одно и то же: то, что пригодно для сильнейшего» [7, с. 135]. Отсюда выводится этическая формула: сильный должен быть справедливым или более известная ее модификация – «сила в правде» как высшей справедливости.

Обращаем внимание на то, что по Платону индивид служит государству (системе), а государство служит индивиду (подсистеме), то есть действует принцип – «служи, да обслужен будешь» [4, с. 6]. В идеальном государстве, убеждал Платон, у всех должны быть общие цели и интересы, в первую очередь в отношении интересов собственности, которая является общественной, и других экономических отношений, а также отношений людей в государстве в тех обстоятельствах, в которых граждане взаимодействуют и взаимозависимы. Справедливость в идеальном государстве достигается через беспрекословное подчинение власти и строгое соблюдение классовой иерархии. Исходной причиной возникновения государства Платон считал неспособность человека удовлетворить свои нужды (свои интересы) в одиночку, поэтому он полагал, что не может быть справедливых отношений при удовлетворении только частных интересов, что справедливыми могут быть (в идеальном государстве) только общественные отношения через удовлетворение коллективного (общественного) интереса. При этом ограничение свободы, осознаваемое гражданами, считается справедливым, поскольку взамен этого ограничения государство в лице правителя – «спасителя» заботится о каждом человеке – «помощнике». «Подлинный правитель имеет в виду не то, что пригодно ему, а то, что пригодно подвластному, так что всякий понимающий это человек вместо того, чтобы хлопотать о пользе другого, предпочел бы, чтобы другие позаботились о его пользе» [7, с. 118]. Снова отметим действие принципа «служи, да обслужен будешь» теперь в паре государство-гражданин. Платон делает вывод: справедливость есть не столько личная, сколько государственная добродетель. Разрешая по справедливости противоречие между личными и общественными интереса-

ми через диктат государства, Платон отдавал приоритет общественным интересам при допущении, что граждане по идейным соображениям добровольно ограничат свои свободы в обмен на государственную заботу о них.

Не зря все политики-государственники, включая Ленина и Сталина, так любили Платона. Теорию справедливости Платона, основанную на приоритете коллективных (общественных) интересов, можно определить в современных терминах как первую утопическую теорию социальной справедливости, то есть справедливости, которую поддерживает идеальное государство с идеальным «правителем-спасителем» и «гражданами-помощниками» на основе нравственных принципов отношений между ними.

Аристотель продолжил за Платоном теоретическое построение идеального государства, но описал механизм и эффективные пути управления реальным государством, во многом предвосхитив теорию Макиавелли [8, с. 4] о поведении политического лидера. Стремясь устранить противоречие между частными и коллективными интересами с позиции справедливости в пользу частных интересов, Аристотель предлагал взять в качестве нравственно-правовой основы критерия справедливости принцип равенства. Он так же, как и Платон, считал: «Все установленное законом в известном смысле справедливо, ибо все, что положено законодателем, законно, и каждое отдельное его постановление мы называем справедливым» [9, с. 84].

Поскольку общество – это совокупность индивидов, а индивиды, живя сообществами, имеют общее имущество и взаимозависимы, то они должны быть равными между собой. Этот фундаментальный принцип равенства предопределяет «справедливое отношение одного индивида к другому» [10, с. 378].

Аристотель, развивая теорию справедливости, вышел за рамки ее нравственной категории и рассмотрел принцип равенства в социально-экономическом ее аспекте. У него равенство проявляется в возможности быть счастливыми и обладать необходимыми для этого благами (для каждого – своими), которые должны быть одинаково доступны всем индивидам.

Социальная практика, основанная на принципе справедливости, предполагает некий, каждый раз исторически конкретный, набор материальных и духовных благ (от бесплатной раздачи пищи в античных полисах до блага свободы в современных либерально-демократических обществах). Исходным правовым нормативом справедливости выступает формальное для всех равенство законов, требований, правил, норм, посредством которых измеряется правильность поведения и поступков индивидов, то есть индивиды рассматриваются Аристотелем как субъекты права, уравненные между собой.

Между нравственным и правовым аспектами справедливого равенства, отмечал Аристотель, имеются существенные масштабные различия. Масштаб равенства в нравственном (этическом) понимании справедливости считается бесконечным, так как равные друг другу люди являются настолько уникальными, единственными, незаменимыми, неисчерпаемыми в своих притязаниях и стремлениях, то есть богом данными, что «могут быть сопоставимы с совершенными мирами». Равенство субъектов права, в том числе индивидов как экономических единиц, есть равенство обезличенное, как если бы у них не было других свойств, интересов, потребностей, целей, кроме как выполнять нормы права [10, с. 544].

Индивиды как субъекты права равны в качестве «соучредителей» социально-экономических обществ (систем) и социального пространства, которое эти системы занимают. При этом учреждение любого социально-экономического общества (социально-экономической системы) в силу необходимости управления этой системой ради достижения общих целей порождает неравенство занятий и положений индивидов, в том числе при разделении труда и создании органов управления. Возникает проблема соблюдения баланса равенства и неравенства, проявляющаяся в несогласованности интересов индивидов и отдельных социальных групп с интересами общества (системы в целом). Эти противоречия являются причиной конфликтов и борьбы за справедливость. «Одни полагают, что если они будут равны относительно, то они

должны быть равны и вообще, другие, признавая себя относительно неравными, притязают на такое же неравенство во всех отношениях», – писал Аристотель в Политике» [10, с. 513].

Первым типичным случаем несправедливости и борьбы за равенство, который был отмечен Аристотелем, является борьба бедных слоев населения, отстаивающих свое гражданское, человеческое равенство в статусном положении, в отношениях собственности и других социально-экономических отношениях. Вторым случаем является сравнительное неравенство позиции бедного (неимущего) населения и позиции привилегированных (имущих) социальных слоев, которые пытаются свою привилегированность довести до обретения гражданских и человеческих привилегий, как если бы они изначально были привилегированными по своему предназначению. «Ошибка первых состоит в непонимании того, что без имущественного, статусного и прочего неравенства не было бы и изначального нравственно-гражданского равенства людей. Ошибка вторых состоит в непонимании того, что без изначального нравственно-гражданского равенства была бы невозможна их имущественная, статусная и прочая привилегированность» [10, с. 603]. И в первом и во втором случае нарушается принцип – «служи, да обслужен будешь».

Исходя из этого противоречия двух позиций равенства, Аристотель выделил две формы справедливости: распределительную (дистрибутивную) и уравнивательную (ретрибутивную), и предложил принципы распределения ограниченных благ и ресурсов. Он называл эти формы справедливости частными – «их не хватает на всех тех, кто на них претендует, и которые вообще не могут быть распределены без того, чтобы кого-то не обделить», в отличие от общих благ, «которые по своей природе не могут быть поделены между индивидами» [10, с. 600] (например, общественная, экологическая безопасность).

Аристотель, таким образом, понимал под справедливостью способ взаимоотношений людей, проявляющийся через их отношения к благам, на которые они претендуют, а также

критерий – нравственную меру в распределении выгод и тягот (затрат), воздаяний и деяний. Он считал такую меру (норму) справедливости нравственной, «которая устраивает всех и на которую получено согласие тех, на чью долю выпадает больше тягот» [10, с. 595].

Справедливое распределение благ (имущества, почестей и прочих результатов деятельности общества), и соответственно тягот и обязанностей должно производиться, по Аристотелю, в зависимости от вклада (от удельного веса) усилий индивидов в общее дело в масштабе всего общества. В разных обществах нормы распределительной справедливости будут различаться, так как они еще зависят от субъективных факторов, ментальных особенностей, от силы воли конкретных народов, поколений и личностей.

Аристотелем были сформулированы три основных принципа распределительной справедливости [10, с. 613]:

- 1) каждому – то же самое (всем поровну);
- 2) каждому – по заслугам;
- 3) каждому – по потребностям.

В современном обществе базовым является принцип «каждому – по заслугам» (воздаяние по деянию). Два других принципа имеют локальное применение.

Эти принципы Аристотель распространял на два типа социально-экономических отношений – обмен вещей («произвольный обмен») и наказание («непроизвольный обмен») [10, с. 616]. Справедливый обмен вещей осуществляется в соответствии с их действительной ценностью, которая устанавливается на рынке, где неважно, кто покупает и кто продает, а важно лишь то, сколько платит покупающий.

Справедливая оценка в отношении наказаний имеет место при адекватном обмене меры наказания на ущерб, нанесенный в результате преступления, а также при неотвратимости наказания независимо от того, кто его совершил.

Аристотель понимал, что законы в изменяющихся условиях не вечны, их изменение также должно быть продиктовано справедливостью. В этих случаях Аристотель применял категорию правды – высшей степени справед-

ливости, то есть особый вид справедливости, призванный корректировать общие нормы и сложившиеся правила с учетом частных случаев [10, с. 621]. Понятие правды означает внесение поправки в закономерности справедливости и сосредоточено не на скрупулезном выполнении закона, а на его целесообразном изменении.

Теорию справедливости Аристотеля можно определить в современных терминах как реалистичную теорию утилитарной справедливости (распределительной и уравнивающей), основанной на приоритете частных экономических интересов, исходя из принципа равенства, а также на нравственных правилах личного поведения (честности и доверия) индивидов.

В современном обществе уравнивающая справедливость стала принципом частного права, распределительная – принципом публичного права в виде совокупности норм, установленных государством. Эти нормативные требования являются формальными, они не определяют, кого следует считать равным или отличающимся (неравным), не указывают, какие правила к кому применять, в отличие от неформальных нравственных правил, на которых базировалась теория Аристотеля.

Принципы уравнивающей справедливости чаще применяются в сфере бизнеса, в которой можно объективно оценить личные интересы индивидов, как минимум двух равноправных субъектов экономических отношений по критерию «равным – за равное». Их действие (поведение) по поводу имущества требует, в частности, равенства (эквивалентности) труда и оплаты ценности вещи (ее цены), стоимости величины вреда и суммы его возмещения.

Распределительная справедливость применяется в нравственной и институциональной сфере социально-экономических отношений как минимум трех субъектов, имеющих общую цель в рамках одного сообщества [10, с. 632]. Один из них является распределяющим («начальником») с превалирующим коллективным интересом, который контролирует пропорциональное отношение к распределению общего результата между субъектами в соответствии с тем или иным критерием распределения («рав-

ное – равным, неравное – неравным», «каждому свое»), а третий является просто исполнителем.

Сочетание и преобладание того или иного вида справедливости исторически различались в разных обществах. Например, противопоставляется социалистическое и буржуазное общество. В социалистическом обществе приоритет отдавался распределительной справедливости и коллективным интересам, в обществе буржуазном – уравнивающей справедливости и частным интересам.

В зависимости от дополнительных требований и ценностей, применяемых к понятию справедливости, были созданы различные модификации концепций (теорий) справедливости.

Наиболее четко сформулированы положения классической утилитаристской теории экономической справедливости, которая появилась в трудах английских экономистов и философов Т. Гоббса и Дж. Локка, что было связано с началом формирования буржуазного общества и раннего капитализма, в особенности с развитием финансов в области налогообложения. В 1642 г. Т. Гоббс писал об абсолютном праве государей облагать подданных налогами, но также указывал на необходимость соблюдать умеренность и равномерность в распределении налогов, отдавая предпочтение косвенным налогам [11], что стало господствующим мнением. Справедливость по Гоббсу отражается в законах государства, а именно [11]:

- в «справедливости коммутативной», которая проявляется в эквивалентности вещей при товарном обмене и должна действовать в сфере торговых сделок;
- в справедливости дистрибутивной, заключающейся в наделении одинаковыми благами людей с одинаковыми заслугами.

Справедливость состоит в том, чтобы не нарушались установленные законы и соглашения, а равенство понималось как равенство всех перед законом [11].

Представляется интересной еще одна основная мысль Гоббса, на которую не обращают внимания, когда он выводит основной естественный закон общественных отношений как необходимости стремления людей к

миру (к согласию). Из первого закона, – продолжает Гоббс, – следует второй естественный закон, который Гоббс трактует так же, как он записан в Евангелии: поступай по отношению к другим так, как ты желал бы, чтобы другие поступали по отношению к тебе [11]. То есть Гоббс интуитивно понимал, что справедливость соответствует такому состоянию общественных отношений, при которых достигается согласование всех участников этих отношений. Естественным механизмом достижения такого согласия он видел договор (соглашение).

Дж. Локк связывал справедливость с сохранением, защитой и уважением прав собственности [12, с. 52; 13, с. 506] на основе применения власти, в том числе силы, если эти права нарушаются. При этом он понимал собственность расширительно как «жизнь, свободы и владения» конкретного человека [14, с. 334]. Согласно представлениям Дж. Локка, справедливость имеет двоякое основание: одна его сторона – естественная человеческая природа, сущностью которой являются имманентное стремление к собственности, способность к труду и требование личной неприкосновенности, другая – установление законов для защиты естественных стремлений человека [14, с. 338].

В теориях Ж. Ж. Руссо, И. Канта справедливость социальных законов и институтов зависит от их соответствия универсальным законам природы. Ими, так же как и Дж. Локком, предлагалось заключение «общественного договора» как способ соблюдения социально-экономической справедливости.

В следующем веке А. Смит в научном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» [15] развил идеи Т. Гоббса в виде пяти экономических принципов налогообложения:

- 1) принцип хозяйственной независимости и свободы налогоплательщика, основанный на праве частной собственности;
- 2) принцип справедливости, заключающийся в равной обязанности граждан платить налоги соразмерно своим доходам;
- 3) принцип определенности, по которому сумма, способ и время платежа должны быть заранее известны налогоплательщику;

4) принцип удобства, согласно которому налог должен взиматься в такое время и таким способом, которые представляют наибольшие удобства для плательщика;

5) принцип экономии, в соответствии с которым издержки по взиманию налога должны быть меньше, чем сами налоговые поступления.

Согласно принципу равенства налогообложения как принципу экономической справедливости каждый гражданин должен принимать участие в финансировании расходов государства соразмерно своим доходам и возможностям с учетом двух ограничений:

- сумма взимаемых налогов должна определяться в зависимости от величины доходов налогоплательщика;
- гражданин, получающий больше благ от государства, должен больше платить в виде налогов, что стало обоснованием принципа справедливости при прогрессивном и шедулярном налогообложении, то есть подходном налоге, разделенном по группам (шедулам) источников дохода [16].

Ученик А. Смита Д. Рикардо в своей теории ренты и заработной платы развил теорию налогов А. Смита [17]. Он обосновал важное положение об объекте налогообложения, а именно: все налоги должны уплачиваться, в конечном счете, из прибыли капиталиста и лишь некоторые – из поземельной ренты, что всякий налог, падающий на народную массу, будет переложен на предпринимателей, и поэтому главным источником государственных доходов является прибыль капиталистов [18].

Изложенные выше принципы утилитаристской концепции справедливости, предложенные А. Смитом, заложили основу современной теории налогообложения и, дополненные в дальнейшем, сохранили свою актуальность и в настоящее время. Теория Д. Рикардо получила широкое распространение в финансовой науке и нашла применение в действующих законодательствах.

Основной принцип утилитаризма – целеполагаемое поведение «экономических людей», для которых мерой достижения цели является польза (выгода). Отсюда максимизация выгоды и выгоды (в широком смысле – эффекта и эффективности) поведения, то есть действий, явлений, событий, становится кри-

терием человеческих поступков – критерием успешности бизнеса и человека. Поскольку цель ставится индивидом, утилитаризм получил развитие как обоснование западного индивидуализма. Родоначальником утилитаризма является И. Бентам (1748–1883), его известными последователями – Джеймс Миллс (1916–1962) и Джон Стюарт Милль (1806–1873).

Даже марксизм, основывавшийся на материализме, был согласен с некоторыми аспектами концепции утилитаризма, хотя и придавал им коллективистский характер (например, «нравственно то, что выгодно пролетариату»). Но основоположники марксизма были диалектичны, они понимали значимость духовной стороны существования человека. К. Маркс и Ф. Энгельс характеризовали буржуазное производство как «систему всеобщей эксплуатации природных и человеческих свойств, систему всеобщей полезности», в которой «даже наука... и все физические и духовные свойства человека, выступают лишь в качестве элементов этой системы всеобщей полезности... и нет ничего такого, что вне этого круга общественного производства и обмена выступало бы как нечто само по себе более высокое, как правомерное само по себе» [18, с. 273]. Из этих высказываний следует, что К. Маркс задолго до М. Вебера, который считается одним из основоположников экономической социологии и социологии как науки [19], отчетливо понимал разницу между целеполагаемым и ценностнополагаемым поведением.

Марксистская теория разрабатывала идею построения справедливого общественного и экономического строя, утверждая, что справедливость и несправедливость – это отвлеченные, идеальные состояния общества, идеологизированное отражение действительных экономических отношений, что категории справедливости и несправедливости так же изменчивы, как изменчивы сами социальные и экономические отношения, которые являются историческими и преходящими. То есть мы видим в представлениях К. Маркса вторичность справедливости по отношению к экономическому базису (согласно классово-партийному, конкретному подходу марксизма). «Справедливость греков и римлян находила справедливым рабство; справедливость буржуа 1789 г. требовала устра-

нения феодализма, объявленного несправедливым» [18, с. 153]. Так и социализм является не осуществлением «абстрактных» принципов справедливости и равенства, а закономерным результатом общественно-исторического развития и классовой борьбы. «Лишь когда данный способ производства прошел уже немалую часть своей нисходящей линии, когда он наполовину изжил себя, когда условия его существования в значительной мере исчезли, а его преемник уже стучится в дверь – тогда все более возрастающее неравенство распределения начинает представляться несправедливым, лишь тогда люди начинают апеллировать от изживших себя фактов к так называемой вечной справедливости.» [20, с. 636]. К. Маркс и Ф. Энгельс отождествляли принципы социальной справедливости с равенством, отмечая, что такое тождество стало характерным только после появления классов буржуазии и пролетариата. «Равенство есть выражение справедливости, принцип совершенного политического и социального строя» [18, с. 54]. «Отношения равенства – это категория, прежде всего, классовая» [18, с. 276].

Основоположники марксизма, говоря о справедливости в высшей фазе коммунистической общественно-экономической формации, подчеркивали, что проблемы равенства и справедливости вообще не будут стоять в повестке дня: «С уничтожением классовых различий само собой исчезнет всякое вытекающее из них социальное и политическое неравенство» [18, с. 40].

Конец XIX в. и начало XX в. стали переходом к господству и расцвету утилитаризма. Утилитаристская модель экономики исходит из максимизации благосостояния индивида, а общественное благосостояние рассматривается как производное от индивидуального. Наиболее яркими сторонниками идей утилитаризма применительно к проблеме справедливости выступили Г. Сиджвик и А. Пигу. Предложенная Г. Сиджвиком формула справедливости такова: «Общество правильно устроено и, следовательно, справедливо, когда его основные институты построены так, чтобы достигнуть наибольшего баланса удовлетворенности для всех индивидов этого общества» [21]. Этот критерий подается в более популистской форме как

«максимум счастья для максимума людей», что, конечно, желательно, но связано с большими логическими трудностями его воплощения.

К началу XX столетия итальянским экономистом Франческо Нитти была сформулирована идея о разделении управленческого труда между государством и частным хозяйством в сфере экономики. Он определил государство как естественную форму социальной кооперации, полагая, что для человека невозможно никакое развитие без этой первоначальной и наиболее важной формы кооперации (взаимодействия), а именно: фундамент экономики – частное хозяйство, государство – своеобразная надстройка экономики. Ф. Нитти сформулировал статус государства в экономике. Без государства экономика не получит дополнительных стимулов, поэтому его деятельность должна определяться требованиями развития рыночного хозяйства [22]. Эти выводы Ф. Нитти смог сделать на основе изучения и обобщения статистических данных роста государственных расходов за период с 1871 по 1902 гг. в различных странах, включая Россию [22].

Пожалуй, никто так обобщенно, но четко и практично, не сформулировал понятие справедливости, как это сделал Давид Юм [23]. На основе критического подхода он синтезировал предшествующую философскую, правовую и экономическую мысль о справедливости, отклонив сразу теологическое и «договорное» ее понимание. Его взгляды на справедливость предвосхитили точку зрения современной прагматической школы в юриспруденции, а также в экономике. Правила и нормы как благоприятные условия возникают по Юму в обществе для решения ключевой утилитарной задачи «ненасильственного согласования разнонаправленных интересов». Справедливость, в понимании Юма это способ управления через поддержание порядка и стабильности с помощью баланса интересов в социально-экономических отношениях, главным образом отношений собственности.

Обобщение знаний о справедливости, сложившихся к началу XX в., позволяет сделать вывод о том, что к этому времени научная мысль окончательно выделила категорию социально-экономической справедливости из

категории нравственности как самостоятельное понятие справедливости экономических отношений, главным критерием которой является согласованность интересов субъектов социально-экономической системы. Также

была создана теоретическая база для разработки методологических, формализованных концепций социально-экономической справедливости и новых направлений теории справедливости кроме утилитаризма.

Список литературы

1. Энциклопедия русского слова. М.: Эксмо, 2002.
2. Большая Советская Энциклопедия. (В 30 т.) 3-е изд. Т. 24. М.: Советская Энциклопедия, 1976.
3. Справедливость. URL: <http://ru.wikipedia.org/> (дата обращения: 20.08.2013).
4. Скобелев В. Л. Моделирование отношений обмена хозяйствующих субъектов: Теория согласования интересов. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005.
5. Кессиди Ф. Х. Гераклит. М.: Мысль, 1982.
6. Материалисты Древней Греции. Собрание текстов Гераклита, Демокрита и Эпикура. М.: Политиздат, 1955.
7. Платон. Государство. / Соч.: в 3 т. (4 кн.) Т. 3. Ч. 1. М.: Мысль, 1971.
8. Пол Стретерн. Аристотель за 90 минут. URL: [RoyalLib.ru](http://royallib.ru). (дата обращения: 24.08.2013).
9. Аристотель. Этика. // Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М.: Мысль, 1983. URL: http://royallib.ru/book/stretern_pol/aristotel_za_90_minut.html (дата обращения: 24.08.2013).
10. Аристотель. Политика // Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М.: Мысль, 1983.
11. Гоббс Т. Левиафан, или материя, форма и власть государства церковного и гражданского (1658): Сочинения в 2 т. М.: Мысль, 1989/1991. Т. 2. 731 с. URL: <http://grachev62.narod.ru/hobbes/content.htm> (дата обращения: 18.08.2013).
12. Локк Дж. Опыты о законе природы: Соч. в 3 т. Т. 3. М.: Мысль, 1988.
13. Локк Дж. Мысли о воспитании: Соч. в 3 т. Т. 3. М.: Мысль, 1988.
14. Локк Дж. Два трактата о правлении: Соч. в 3 т. Т. 3. М., 1988.
15. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. // Кн. 5. Библиотека Гумер. URL: www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/smit/index.php (дата обращения: 18.08.2013).
16. Пушкарёва В. М. История финансовой мысли и политики налогов. М.: Финансы и статистика, 2005.
17. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Экономическая библиотека. URL: <http://e2000.kyiv.org> (дата обращения: 18.08.2013).
18. Маркс К., Энгельс Ф. Полн. собр. соч.: В 30 т. 2-е изд. Т. 3. М.: Наука, 1976.
19. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения: Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. М.: Прогресс, 1990. (Социологич. мысль Запада). URL: <http://www.klex.ru/26q> (дата обращения: 19.08.2013).
20. Энгельс Ф. Материалы к «Анти-Дюрингу». М.: Политиздат, 1986.
21. Henry Sidgwick. The Elements of Politics. – Elibron Classics. URL: www.elibron.com/ <http://bookre.org/reader?file=1187900&pg=1> (дата обращения: 14.09.2013).
22. Франческо Нитти. Народонаселение и общественный строй. Пер. с фр. под ред. Д. Коропчевского. СПб.: О. Н. Попова, 1898. 342 с. // Серия: Культурно-историческая библиотека. Репр. изд. URL: www.litres.ru (дата обращения: 16.09.2013).
23. Давид Юм. Сочинения в 2-х томах. Т. 1. 2-е изд. М.: Мысль, 1996.

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КИНОИНДУСТРИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

TENDENCIES AND CHALLENGES IN FILM INDUSTRY DEVELOPMENT IN RUSSIAN FEDERATION

УДК 336 : 791



СМОЛОКУРОВ Евгений Вениаминович

доцент кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, mail@smolokurov.ru

SMOLOKUROV Evgeny Veniaminovich

Associate Professor, Economics of Film and Television Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic sciences, Associate Professor, mail@smolokurov.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются тенденции развития и проблемы финансирования национального кинематографа, дается анализ существующей в России системы государственной поддержки кино. Предлагаются мероприятия по повышению эффективности финансирования российского кино.

Ключевые слова: киноиндустрия, фильм, финансирование, кинематограф, инвестор, кинопроизводство.

Abstract.

The article deals with development tendencies and national cinematography financing problems. We also analyze the current state support system of Cinema in Russia and offer some measures to increase financing effectiveness of Russian Cinematography.

Key words: film industry, film, financing, cinematography, investor, film production.

Кинематограф – часть массмедиа, зародившаяся более 100 лет назад как новый вид деятельности и представления информации, за это время претерпела существенные изменения и на сегодняшний день является важной сферой как бизнеса, так и искусства. Кинофильм, с точки зрения бизнеса, – проект с ожидаемой возвратностью вложенных средств; с точки зрения искусства, – культурный объект, имеющий высокую художественную и социальную ценность. В любом случае судьба создаваемой картины, ее качество и востребованность на рынке напрямую зависят от правильности распределения выделен-

ных средств, их объема и условий получения. Одна из важнейших проблем российского кинематографа сегодня – это проблема развития системы финансирования кинофильмов силами государства, банковского сектора, путем популяризации российского кино как на родине, так и за рубежом.

В российском кино можно выделить несколько основных тенденций.

1. Значительное доминирование крупных игроков рынка.

Сложившаяся в России ситуация ущемляет права малых компаний как в сфере кинопроката, кинопоказа, так и в сфере кинопроизвод-

ства, препятствует их развитию и расширению сети независимых игроков. Способность оказывать давление, имея в своем распоряжении сильный пакет фильмов или широкую сеть кинозалов, дает возможность крупным компаниям не принимать в расчет мнения своих менее влиятельных конкурентов [1].

2. Рост числа снимаемых фильмов, относительный рост популярности российского кино у зрителя, однако, значительное снижение доли российского кино в прокате в 2011 г. до 16,3% в общем прокате [2].

3. Убыточность большинства российских кинокартин.

Например, в 2007 – 2009 гг. было снято 502 кинофильма, лишь 14 из них принесли прибыль продюсерам. Доход продюсера от проката определен в размере 42,5% от кассовых сборов (50% – доход кинотеатра, в среднем 7,5% – доход дистрибьютора) за вычетом производственного бюджета фильма. При этом методе расчета не учитываются как прочие источники доходов фильма (продажа прав на ТВ, DVD и т. д.), так и другие статьи расходов (продвижение, изготовление копий и т. д.).

В современных условиях для успешного создания и запуска любого кинопроекта продюсеру, прежде всего, необходимо привлечь наиболее выгодные источники его финан-

сирования, которые позволят обеспечить успешное продвижение фильма на кинорынок. При этом в нашей стране давно наметилась неблагоприятная тенденция слабой окупаемости отечественных фильмов даже при довольно хорошо продуманной маркетинговой стратегии, а одной государственной поддержки бывает явно недостаточно. За последние несколько лет наметились некоторые положительные сдвиги, и кинобизнес даже постепенно стал приносить прибыль, но проблема привлечения надежных инвесторов для фильмов является очень актуальной.

В России еще не окончательно сформировалась финансовая инфраструктура киноиндустрии. Согласно Федеральному закону от 30 ноября 2011 г. «О федеральном бюджете на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов» №371-ФЗ ожидается сокращение ассигнований в сферу культуры и кинематографии на 1,7 млрд руб. по сравнению с 2012 г. в 2013 г. и на 3,6 млрд руб. в 2014 г. Помимо этого, расходы федерального бюджета в данную сферу значительно меньше расходов на образование, здравоохранение и социальную политику. Бюджетные ассигнования федерального бюджета по разделу «Культура, кинематография» характеризуются данными, представленными в таблице.

Таблица
Бюджетные ассигнования в сферу культуры и кинематографии за 2011–2014 гг., млн руб.

Наименование	Годы			
			Прогноз	
	2011	2012	2013	2014
Культура, кинематография	87995,4	86201,9	84589,1	82710,1
Культура	78746,4	73668,8	75151,8	73054,2
Кинематография	5417,0	7184,5	7142,2	6948,2
Прикладные научные исследования в области культуры, кинематографии	320,5	436,7	438,3	450,5
Другие вопросы в области культуры, кинематографии	3511,5	4911,8	1856,8	2257,2

Как видно из данных таблицы, объем бюджетных ассигнований в сферу кинематографии за 2014 г. сократится на 3,3% по сравнению с 2012 г. и на 2,7% по сравнению с 2013 г. Выделенные бюджетные средства направлены, прежде всего, на оказание поддержки в проведении международных фестивалей, кинонедель, а также на развитие производства отечественных фильмов [3].

Если города-миллионники в целом обеспечены современными кинотеатрами и кинозалами, то в периферийных городах России ситуация оставляет желать лучшего. По статистике за 2011 г. количество современных кинозалов в городах, население которых превышает 1 млн человек, составляет 424 [4]. При этом величина аналогичного показателя в городах с населением менее 500 тыс. чел. составляет 188, а с населением менее 100 тыс. чел. – 74. Показатель количества жителей на один современный кинозал составляет 151 тыс. чел. Для сравнения в североамериканских странах на один кинозал приходится всего лишь 10 тыс. жителей. А в США, помимо всего, по статистике за 2009 г. насчитывается около 40 тыс. экранов (залов) в 7 тыс. кинотеатров.

Согласно данным опроса, который был проведен фондом «Общественное мнение» в 100 населенных пунктах нашей страны, 62% респондентов вообще не посещают кинотеатры. При этом для 13% кинотеатры просто не доступны территориально. Большинство отдает предпочтение просмотру фильмов по телевизору или через Интернет. Это еще раз указывает на то, что многие города и регионы нашей страны не до конца обеспечены комфортабельными кинотеатрами, что непосредственно влияет на результаты проката вышедших фильмов. Кроме этого, 55% всех опрошенных предпочитают смотреть старое советское кино, и лишь 12% отдают уверенное предпочтение свежим фильмам [4].

Структура киноиндустрии включает в себя четыре взаимосвязанных элемента: производитель–дистрибьютор – ритейлер–зритель.

Производителем кинопродукта является кинокомпания. Помимо этого, существенная

роль по мере продвижения фильма к зрителю принадлежит дистрибьютору, задачей которого является оказание услуг по тиражированию и логистике кинокопий (или других носителей), а также оказание иных сопутствующих услуг. Ритейлером могут являться кинотеатр, телевидение, компании, торгующие кассетами и DVD. Их задачей является осуществление и стимулирование сбыта кинопродукции. Конечным потребителем оказываемых услуг является зритель. Основной задачей первых трех элементов структуры кинобизнеса является обеспечение максимальной удовлетворенности зрителя предлагаемой кинопродукцией.

Каждый участник структуры кинобизнеса по мере продвижения продукта от производителя к потребителю получает определенную часть валовой выручки. Дистрибьюторам достается в среднем по статистике от 10 до 25% общей валовой выручки, ритейлерам – от 15 до 45%. Таким образом, кинопроизводитель получает лишь 20–30% от всей суммы средств, собранных от зрителя.

Успешное привлечение дистрибьюторов – один из основополагающих аспектов последующего запуска кинопроектов, ведь именно от этого фактора зависит эффективность продвижения фильмов на соответствующий рынок. Известность и опыт функционирования на кинорынке дистрибьюторов, с которыми заключены сделки, прямо влияют на решения инвесторов о последующем вложении в проект своих средств, так как они заинтересованы в минимизации любых рисков. По сути, 100% вероятности успешности любого кинопроекта не существует, так как в киноиндустрии цены на фильм диктует рынок, а не наоборот. Нельзя с точностью предсказать, как поведет себя зритель в той или иной ситуации. Для инвесторов зачастую решающее значение имеют громкие имена и успешность продюсеров, режиссеров, сценаристов, задействованных при создании фильма, то есть тех специалистов, которые достигают нужного результата практически всегда, а также участие в проекте компаний с мировым именем и высоким бюджетом. Однако такие проекты

в нашей стране единичны и вложение в их реализацию не решит проблемы финансирования кинобизнеса. Для большинства частных инвесторов российский кинорынок слишком рискован, и они предпочитают вкладывать денежные средства в фармацевтическую и промышленную отрасли, а также осуществлять инвестиции в хорошо знакомые им ценные бумаги, акции, облигации и т. д.

Существенным фактором, объясняющим нежелание инвесторов вкладывать деньги в отечественные кинопроекты, является и господство зарубежных фильмов в российском кинопрокате, доля которых в кинотеатрах РФ составляет в среднем 80%.

Тем не менее примеры серьезного капиталовложения в отечественные проекты имеются. В 2011 г. усилиями инвестиционной компании «Тройка Диалог» и продюсерской компании Тимура Бекмамбетова «Базелевс» был создан специальный фонд, который предполагает вложения частных инвесторов в отечественный кинематограф. При создании 3D мультфильма «Смешарики. Начало» фонд собрал 10 млн долл., при этом 8 млн долл. были использованы непосредственно для съемок фильма [5]. Однако результат вложений оказался неутешительным для инвесторов. Мультфильм заработал в прокате всего лишь 8,4 млн долл. и не окупил даже своего производственного бюджета. Как правило, значительную часть собранных кассовых средств забирают кинотеатры и иные ритейлеры. Для того, чтобы фильм окупился, собранная выручка должна в 2–3 раза превышать потраченные на его создание деньги. Несмотря на это, основатели фонда не собираются ограничиваться лишь одним фильмом и собираются создать полноценный фонд, который будет обеспечивать финансирование киноиндустрии.

В подавляющем большинстве российские фильмы не имеют возможности международного проката, что ведет к потере значительной части доходов. Для сравнения – в США инвесторам фактически возвращается более 50% вложенных средств уже на этапе предпоказа фильма за счет продажи прав на

него международным прокатчиком. Помимо этого, американская налоговая система предполагает существенные вычеты по инвестированным в кинопроизводство суммам, что также способствует снижению рисков для инвесторов. В итоге в большинстве случаев инвестор в сфере кино рискует лишь третьей частью вложенных средств.

Еще один вариант финансирования кинопроектов – краудфандинг, т. е. совместное финансирование проектов интернет-пользователями. На Западе эта система по привлечению средств является достаточно распространенной и эффективной, успешно используемой не только в сфере кино. В 2008 г. действующий на данный момент президент США Барак Обама только на предварительных выборах собрал более 272 млн долл. за счет мелких взносов через Интернет [6]. В 2012 г. состоялась премьера первого в истории кино блокбастера, созданного исключительно на деньги пользователей Интернета «Железное небо». Выпуск фильма является результатом немецко-австралийско-финского производства и показывает насколько доверие аудитории помогает решить любые проблемы при создании кинопроектов. Первым российским фильмом, созданным почти полностью за счет краудфандинга, должна стать картина режиссера Романа Либерова «Ильфипетров». Однако эффективность и масштабы сбора средств пока значительно не дотягивают до иностранных образцов: при планируемом бюджете в 2,2 млн руб. собранные к концу лета средства составили лишь 10 тыс. руб. [6]. Тем не менее постепенное внедрение краудфандинга в отечественный кинобизнес должно настраивать на положительный лад.

Подводя итог всему вышесказанному, стоит отметить, что проблема привлечения средств для финансирования российской киноиндустрии назрела давно и требует комплексного решения. Государственной поддержки кинематографа явно недостаточно. Необходимо достичь реформирования бюджетного процесса, которое обеспечит применение качественно новых подходов при развитии сферы

культуры и кино. Реализация Федеральной целевой программы «Культура Россия», которую планируется завершить к 2018 г., является важнейшим звеном при решении многих проблем.

Несмотря на некоторые положительные характеристики, российское кино в целом находится в депрессивном состоянии, главным образом из-за отсутствия понимания того, что является драйвером притяжения для российского зрителя.

Несомненно, что для решения существующих проблем необходима поддержка государства.

Российской киноиндустрии оказывается государственная помощь в форме создания национальных фильмов (с 1996 г.) и субсидий Фонда кино (с 1995 г., новая редакция Устава Фонда в 2009 г.) [7]. От объема всех средств, выделяемых государством, финансирование Фонда составляет 2/3, 1/3 уходит на финансирование национальных фильмов Министерством культуры. В 2010 и в 2011 гг. субсидии от Фонда кино, реформированного в 2009 г., составили 2,86 млрд руб. в год, основная часть которых была направлена 7–8 продюсерским студиям [8]. Большая часть фильмов, снятых этими компаниями, не снискала большой популярности у зрителя, а также не принесла доходов создателям.

За 2007–2009 гг. только 14 фильмов: «Дом», «Камень», «Иван Царевич и серый волк», «Смешарики. Начало», «Елки 2», «Высоцкий», «Бой с тенью 3D», «2 дня», «Утомленные Солнцем 2: Цитадель», «Темный мир», «Брестская крепость», «На крючке», «Свадьба по обмену», «Кочегар», «Самка» обеспечили доход продюсерам от кассовых сборов за вычетом производственного бюджета фильма [7], и за прошедшие несколько лет ситуация мало изменилась.

Рассмотрев существующую в России систему государственной поддержки кино, можно сделать следующий вывод: государственная поддержка российского кинематографа характеризуется низкой эффективностью, что выражается в несоразмерности выделяемых средств и уровне убыточности картин. Не-

смотря на серьезные бюджеты, российское кино не способно быть финансово успешным и популярным, ведь продукт низкого качества никогда не будет востребован на рынке. Эффективнее было бы помогать только перспективным компаниям, а провалившимся какой-либо проект отказывать в дальнейшем финансировании. На это можно возразить, что снимаемые фильмы имеют высокое социальное значение, однако, это далеко не всегда так, многие картины обладают низким культурным уровнем либо напоминают вольный эксперимент на государственные деньги. Более рациональное распределение средств на сегодняшний день является необходимой мерой для Фонда кино.

Для решения данной проблемы необходимо осмысленное изучение зарубежных примеров системы финансирования национального кинематографа. С точки зрения финансовой успешности кинематографа, американская киноиндустрия достигла наивысших результатов. Примером для российского кинобизнеса могла бы послужить американская модель финансирования кинофильмов. Она включает в себя четыре основных варианта получения дополнительного финансирования:

- получение государственных субсидий у правительства США, других стран и использование налоговых вычетов;
- продажа прав показа американским и иностранным дистрибьюторам;
- соглашение о выпуске фильма на дисках определенного формата;
- получение ссуды в банке [9, с. 78].

По причине значительного разрыва в экономическом развитии стран, а также из-за различного менталитета модель, полностью копирующая западную, никогда не заработает в России. Однако продуманное использование ее элементов должно стать эффективным инструментом.

Программа по повышению эффективности финансирования российского кино могла бы включать следующие меры:

1. Введение единой системы государственной поддержки киноиндустрии вместо существующей сегодня двойственной (Фонд кино

и Министерство культуры). Слияние этих двух структур на качественно новой основе обеспечит эффект синергии, устранение путаницы с двойным финансированием одной киноотрасли.

2. Вновь созданный орган, наряду с субсидированием некоммерческого авторского кино (возврат средств в этом случае не требуется, т. к. создаваемый продукт является объектом высокого искусства, а не бизнес-проектом), должен осуществлять меры по поддержке коммерческой киноиндустрии. Предлагается ввести систему налоговых льгот для кинематографа (отмена НДС либо налоговый вычет на создание спецэффектов, зарплату сотрудников), подкрепленную надежной законодательной базой, обязательным раскрытием финансовой отчетности предприятий, получивших льготы.

3. Также предлагается ввести новую программу кредитования киноиндустрии в банках на основе предоставления средств по сниженным ставкам. Каждый коммерческий фильм будет застрахован государственной страховой компанией (выплаты выгодоприобретателю, т. е. банку, в случае незавершения съемок и убыточности картины). Получается, что банк, даже в случае провала фильма в прокате, получит свои средства назад, а проекты будут тщательно отбираться с целью уменьшения расходов государства, что способствует развитию конкуренции среди киностудий.

4. Повышение качества российского кино, выходящего на экраны, может быть обеспечено государственной поддержкой проката уже снятых фильмов. Интересно, что публику за рубежом привлекает в первую очередь русский арт-хаус, а не блокбастеры. Следовательно, государству необходимо более активно поддерживать российское кино на международных фестивалях, участвовать в международных проектах и обеспечивать возможными средствами популяризацию российского кино за рубежом (например, в рамках года России в какой-либо стране).

5. Борьба с пиратством путем совершенствования законодательства в области авторского права, ужесточения наказания за

распространение пиратской продукции. Прозрачная система финансирования кино, обращение внимания общества на необходимость становления конкурентоспособного кинематографа должны способствовать росту культуры в области авторского права.

6. Снижение цен на лицензионную продукцию путем сотрудничества напрямую с производителями дисков (релизы зарубежных фильмов), выпуск российских фильмов на дисках различных форматов на бюджетные средства, их продажа в розницу по льготным ценам.

Система государственной поддержки должна быть более рациональной, ее главной целью является создание приносящей прибыль отрасли, с льготным финансированием некоммерческого авторского кино. Модель господдержки должна создавать условия для конкуренции.

Для привлечения инвестиций необходимо, прежде всего, качественное окупаемое кино, которое будет приносить инвесторам высокий доход. В свою очередь, для достижения данной цели необходимы современные высокотехнологичные студии, а также успешные проекты и грамотные их творцы. Особое внимание стоит уделить подготовке молодых кадров, которые в скором времени найдут пути решения многих проблем. Основная роль в этом вопросе принадлежит двум крупнейшим киноуниверситетам страны: Всероссийскому государственному университету кинематографии имени С. А. Герасимова и Санкт-Петербургскому государственному университету кино и телевидения. Реформирование учебной базы, открытие новых современных аудиторий, приобретение новомодных технологий, а также эффективное сочетание этих университетов будет способствовать подготовке качественных кадров в сфере кинематографии.

Надлежащее бюджетное финансирование, поддержка инфраструктуры кинематографа, возрождение интереса зрительской аудитории к отечественному кино, совершенствование налоговой системы – все это привлечет интерес инвесторов к российскому рынку кино и будет надлежащим мотиватором для вложения в киноотрасль соответствующих средств.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 17.10.2012).
2. Ежегодный статистический сборник «КиноСтатистика» – 2011 // Исследование компании Romir Movie Research. 2012. URL: http://www.movieresearch.ru/catalog/uploads/file/1022011_kinostatistik. (дата обращения: 30.10.2012).
3. Финансово-экономическое обоснование проекта Федерального закона «О культуре в Российской Федерации». URL: <http://www.duma.gov.ru> (дата обращения: 16.10.2012).
4. Информационно-аналитический портал «Профиль». URL: <http://www.profile.ru> (дата обращения: 17.10.2012).
5. Кинопоиск // Электронный журнал. 2012. URL: <http://www.kinopoisk.ru> (дата обращения: 30.09.2012).
6. Информационно-аналитический портал «О бизнесе, экономике и финансах». URL: <http://www.1bizz.ru> (дата обращения: 19.10.2012).
7. Киноиндустрия Российской Федерации // Исследование компании «Невафильм» при участии «RFilms». 2010. URL: http://www.obs.coe.int/oea_publ/eurocine/russian-filmindustry_nevafilm2010_ru (дата обращения: 28.09.2012).
8. *Волынова Т. С.* Проблемы финансирования отечественной киноиндустрии в аспекте развития социальной инфраструктуры // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2012» / Отв. ред. А. И. Андреев, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов, М. В. Чистякова. М.: МГУ, 2012. URL: http://www.lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2012/1947/48095_dd2b.pdf (дата обращения: 28.06.2013).
9. Экономика Голливуда: На чем на самом деле зарабатывает киноиндустрия / Эдвард Эпштейн. Пер. с англ. М.: Альпина Паблишерз, 2011. 212 с.

КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ ЕГО УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

COMMUNICATIVE BEHAVIOUR OF THE EXECUTIVE AS FACTOR OF THEIR MANAGING ACTIVITY SUCCESS

УДК 658 : 316.77



ЗАСТАВЕНКО Валерий Александрович

доцент кафедры гуманитарных наук Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат педагогических наук, zastawenko.valery2012@yandex.ru

ZASTAWENKO Valery Aleksandrovich

Associate professor, Department of Humanities, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Pedagogical Science, zastawenko.valery.2012@yandex.ru

Аннотация.

В статье исследуется проблема коммуникативной деятельности руководителя организации. С позиции современных подходов рассматриваются психолого-педагогические аспекты коммуникативного поведения руководителя в организационном пространстве, возникающие при этом проблемы и противоречия социальной перцепции, анализируются их причины, предлагаются способы предупреждения и разрешения.

Ключевые слова: коммуникативное пространство, коммуникативное поведение, коммуникативные барьеры, социальная перцепция, технологии общения.

Abstract.

This article deals with the problem of communicative activity of the head of the organization. It considers psychological and pedagogical aspects of communicative behaviour of the executive in the organizational space, problems which they cause, and contradictions of social perception from the prospect of modern approaches. Reasons for that have been analyzed, and also ways of prevention and solution have been offered.

Key words: communication space, communicative behaviour, communication barriers, social perception, communication technology.

В современной экономической теории и практике значение коммуникаций постоянно возрастает, что объясняется усиливающейся ролью человеческого фактора в экономическом и социальном развитии. Коммуникация

возникла в обществе с целью обмена информацией для взаимопонимания и согласованного действия людей в различных областях человеческой деятельности. Без коммуникации невозможно представить существование

и функционирование ни одной организации. Лишенная информационных потоков, циркулирующих внутри и вне организации, она прекратит свое существование. Коммуникация, пронизывая все виды деятельности в организации, выступает важнейшим инструментом интеграции организационных подразделений. Она является средством, с помощью которого реализуются стоящие перед организацией цели, обеспечивается необходимый уровень взаимодействия с деловыми партнерами, конкурирующими фирмами, органами государственного и муниципального управления, потребителями, поставщиками, клиентами. Четко отлаженные коммуникации в организациях позволяют эффективно решать все проблемы, с которыми сталкивается организация. В связи с этим можно утверждать, что любая управленческая деятельность это, прежде всего, деятельность коммуникативная.

Руководитель организации постоянно находится в очень разнообразном информационном пространстве, содержание и направленность которого во многом определяют характер его управленческой деятельности. Под коммуникативным пространством руководителя в психологии понимается социальная и информационная среда, в которой осуществляется целенаправленное и спонтанное информационное и перцептивное взаимодействие различных культурных единиц на основе формальных и неформальных коммуникаций, обусловленных их местом и ролью как внутри, так и вне организации.

Его основными составными элементами являются: культурные единицы (субъекты – носители информации) внутри и вне организации; организационная структура предприятия и сформированные на ее основе способы коммуникационного взаимодействия (коммуникационные сети); каналы коммуникации; содержание и направленность коммуникаций (коммуникационные потоки). К субъектам коммуникативного пространства относятся представители государственных и муниципальных органов управления, партнеры, поставщики, подрядчики, заказчики и клиенты, а также представители конкурирующих организаций и фирм.

В коммуникативном пространстве организации ее руководитель выступает активным субъектом, который не просто осваивает его, а создает и преобразует. Генри Минцберг [1], исследуя управленческую деятельность руководителя, наряду со многими организационными ролями выделял также информационные роли, которые тот играет в организации. Значение информационных ролей обусловлено тем, что руководитель в организации является своеобразным информационным центром. Он выступает одновременно и коммуникантом, и реципиентом. Информация, поступающая к руководителю в силу его статуса и положения, должна быть оценена. В свою очередь руководитель должен передавать необходимую информацию как работникам организации, так и за ее пределы. Таким образом, в функции руководителя входят сбор, распространение и передача информации. Г. Минцберг выявил три соответствующие этим функциям роли – получатель, распространитель, представитель [1]. Известны и другие точки зрения относительно места руководителя в коммуникативном пространстве организации, но все они объединены пониманием особого значения коммуникаций и коммуникативного поведения руководителя в обеспечении эффективности деятельности организации и организационного развития.

Коммуникативное поведение руководителя – это сложная форма его социальной активности, направленная на достижение деловых целей и задач посредством коммуникации с другими субъектами организации в ее внешней и внутренней средах.

Содержание и направленность коммуникативного поведения руководителя в организации обусловлены двумя важнейшими потребностями:

- потребностью в информации, необходимой для принятия управленческих решений;
- потребностью в доведении необходимой информации до подчиненных в целях реализации управленческих решений.

Руководитель организации, реализуя актуальные управленческие задачи, всегда стремится упорядочить коммуникативное пространство, привести его в соответствие с

определенными требованиями, наиболее важными среди которых являются следующие:

- объективность получаемой информации;
- своевременность получения, обработки и передачи информации (информация не должна быть запоздалой или преждевременной);
- полнота и достаточность получаемой и передаваемой информации (информация не должна быть чрезмерной или неполной).

При этом ведущей проблемой коммуникативного поведения руководителя в организации при реализации этих потребностей являются предупреждение и нейтрализация коммуникативных барьеров, которые могут возникать в управленческой деятельности.

Под коммуникативными барьерами понимаются преграды, возникающие в коммуникативном пространстве руководителя и ведущие к искажению проходящей информации, а иногда полностью ее блокирующие. Коммуникативные барьеры возникают как в процессе восприятия руководителем информации, так и при доведении необходимой информации до партнеров и подчиненных в процессе реализации принятого управленческого решения. Содержание возникающих коммуникативных барьеров в разных ситуациях управленческой деятельности руководителя может быть различным, но причины их появления идентичны. Возникновению коммуникативных барьеров в процессе реализации управленческих потребностей руководителя организации способствует наличие следующих причин:

- особенности организационного пространства;
- социально-психологические особенности организации и малых профессиональных групп;
- индивидуально-психологические особенности руководителя как ведущего субъекта коммуникативного пространства организации.

К числу организационных факторов можно отнести следующие: искажение информации при прохождении через различные уровни организационной структуры; информационная перегрузка участников коммуникационных сетей; несовершенство или

плохая работа технических средств коммуникации; низкая квалификация сотрудников организации.

Социально-психологические причины возникновения коммуникативных барьеров, ведущих к искажению получаемой руководителем информации, включают: морально-психологическую напряженность в коллективе; неверную коммуникативную мотивацию сотрудников организации; стремление коммуникаторов использовать имеющуюся у них информацию в целях оказания манипулятивного воздействия на индивидов, социальные группы и общество в целом. Как результат информационных манипуляций может появляться фальсифицированная, дезорганизующая, деморализующая, дезориентирующая и другие виды манипулятивной информации, которые распространяются как устно, так и письменно.

Индивидуально-психологические особенности руководителя организации как субъекта коммуникативного пространства проявляются в следующих его качествах и характеристиках: коммуникативные состояния, коммуникативные способности и коммуникативная компетентность [2].

Понятие коммуникативного состояния представляет собой неустойчивое психическое явление и характеризует меру и полноту включенности личности в коммуникацию, ее возможности и активность в ней. «Оно подразумевает и готовность к приему влияний со стороны других людей, которая обеспечивает глобальную настройку личности на коммуникацию – так называемую рецептивную установку. Ее содержанием является предвосхищение личностью направленных на нее влияний, высказываний, действий, оценок» [2, с. 436].

Коммуникативная компетентность руководителя представлена определенным уровнем личного и профессионального опыта, общих и специальных знаний, позволяющих успешно устанавливать и поддерживать необходимые коммуникации с различными субъектами социального и организационного взаимодействия. Коммуникативная компетентность формируется на основе определенных способностей человека и является результатом личностного и профессионального

развития индивида. Руководитель, обладающий высоким уровнем коммуникативной компетентности, способен выстраивать наиболее оптимальное информационное пространство в организации, постоянно регулировать процессы, протекающие в нем, и осуществлять эффективные коммуникации в любой складывающейся ситуации социального взаимодействия. В то же время недостаточные коммуникативные знания и умения не позволяют руководителю создавать пространство, в котором осуществляется оптимальное и эффективное распространение необходимой информации.

Коммуникативные способности руководителя обусловлены не приобретенными знаниями и умениями, а специфическими личностными качествами и особенностями как результат реализации задатков. К коммуникативным способностям человека можно отнести такие личностные качества, как экстравертированность, открытость, эмоциональность, проницательность, экспрессивность, адекватная социальная перцепция, наблюдательность, мнемонические возможности и т. д. Коммуникативные способности человека, имея в качестве физиологической основы задатки как врожденные особенности нервной системы, могут иметь разную степень и направленность развития. Это связано с влиянием социальной среды, коммуникативной мотивацией, характером, системой ценностей личности и т. д. Поэтому можно говорить о развитых и неразвитых коммуникативных способностях, выделять их направленность и т. д. Степень развитости коммуникативных способностей руководителя обуславливает эффективность его поведения в коммуникативном пространстве на уровне межличностных отношений.

Совокупность перечисленных причин может приводить к возникновению двух основных групп коммуникативных барьеров:

1. Барьеры, возникающие в процессе восприятия руководителем информации в коммуникативном пространстве.

2. Барьеры, которые возникают при передаче информации, необходимой для реализации управленческого решения от руководителя к другим субъектам управленческого процесса.

В первом случае можно говорить о двух типах коммуникативных барьеров. Первый связан с информационной основой деятельности руководителя, характерными особенностями которой являются ее огромный объем, динамичность, а также разнородность (гетерогенность), разнокачественность содержания. Она включает в себя разнородные категории информационных источников: информацию о подчиненных, о технологии, «о фактах» (событиях), «о мнениях», об актуальном состоянии организации, о прогнозах событий, директивно-нормативную информацию и многое другое.

При работе с документальными источниками информации руководитель может столкнуться со следующими коммуникативными барьерами, среди которых выделяются: технические барьеры (недоступность нужных документов или сложность в их поиске); психологические, возникающие вследствие непонимания их смысла; обилие документов и неумение руководителя работать с ними; социальные (цензура, подлог, фальсификация).

Результаты деятельности организации и организационного поведения работников воспринимаются руководителем как на основе устной и письменной информации, так и на основе визуально воспринимаемых произведенных продуктов труда и состояния окружающей природной, социальной и организационной сред. В этом случае к числу возможных барьеров восприятия необходимо отнести: барьеры апперцепции, проявляющиеся в том, что опыт, знания или состояние психики не позволяют объективно отражать исследуемые объекты; барьеры внимания, проявляющиеся в рассеянности, недостаточном объеме и низкой устойчивости.

Поэтому информационная основа деятельности руководителя предъявляет особые жесткие и специфические требования к процессу восприятия в целом как средству получения информации. Решение этой задачи достигается умелой организацией информационной основы управленческой деятельности. Организация информационного пространства руководителя в этом случае представляет собой процесс оптимизации его перцептивной деятельности, основанной

на использовании методов и процедур алгоритмизации и структурирования воспринимаемой информации.

Вторая группа коммуникативных барьеров, возникающих в процессе восприятия руководителем информации, связана с особенностями социальной перцепции, которая охватывает широкий круг явлений.

Во-первых, индивидуальная перцепция (восприятие человека человеком). Она зависит от индивидуально-психологических особенностей субъектов коммуникации. Индивидуальная перцепция проявляется в целом ряде основных перцептивных феноменов, эффектов, которые обладают одной общей чертой. «Они одновременно являются и своеобразными «ошибками», и важнейшими закономерностями, причины которых коренятся в фундаментальных особенностях психики» [2, с. 434].

Среди эффектов социальной перцепции можно выделить следующие:

- эффект ореола (галлоэффект) является наиболее известным среди всех «ошибок» межличностной перцепции (проявляется в том, что первоначальное отношение к какой-либо частной стороне личности распространяется на весь образ человека);

- эффект стереотипизации проявляется в наличии сформированных стереотипов, в соответствии с которыми у руководителя формируется установка, направленная на поиск уже заданных черт;

- эффект первичности заключается в тенденции к сильной переоценке первой информации о человеке, в ее фиксации и высокой устойчивости в дальнейшем по отношению к другой, поступившей позже информации;

- эффект снисходительности заключается в необоснованном положительном восприятии руководителем подчиненных и усилении их позитивных черт при недооценке негативных;

- эффект физиогномической редукции состоит в необоснованном и, как правило, поспешном заключении о внутренних психологических характеристиках человека на основе его морфологических особенностей. Кроме того, могут возникать специфические перцептивные ошибки руководителя, которые проявляются в следующем:

- 1) перенесение общего впечатления о подчиненном на оценку его отдельных характеристик – как деловых, так и личностных («эффект генерализации»);

- 2) завышение оценок тех подчиненных, которые поддерживают руководителя;

- 3) завышение оценок тех подчиненных, которые высказывают сходные с руководителем мнения;

- 4) занижение оценок тех подчиненных, которые не поддерживают руководителя и высказывают противоречащие его мнению суждения;

- 5) руководитель блокирует информацию, поступающую ему от лиц, получивших с его стороны негативную оценку.

Во-вторых, это групповая перцепция, межгрупповое восприятие группами друг друга, а также самовосприятие группой себя.

В групповой перцепции наиболее распространенными барьерами могут выступать:

1. Феномен группового фаворитизма.

Это тенденция каким-либо образом благоприятствовать членам своей группы в противовес членам другой группы.

2. Феномен межгрупповой враждебности.

Это направленность групповых интересов, целей и норм поведения против интересов и целей, норм поведения отдельных членов группы или всего общества.

3. Феномен отрицательной асимметрии (частный случай эффекта группового фаворитизма) начальной самооценки состоит в том, что руководитель переоценивает другие группы и недооценивает преимущества своей.

«Зеркальный» вариант этого феномена: поляризация со знаком «плюс» оценок преимуществ своей группы и со знаком «минус» оценок – чужой.

Все эти виды социальной перцепции буквально пронизывают содержание управленческой деятельности, составляют основу ее коммуникативной функции.

В связи с этим возникает коммуникативная проблема адекватности восприятия самого руководителя возглавляемой им группой. Он особенно важен для эффективного руководства, поскольку именно от того, насколько «принят» руководитель группой (организацией), решающим образом зависит и эффективность совместной деятельности.

В психологических исследованиях разработаны варианты того, как должен восприниматься руководитель своими подчиненными, чтобы его деятельность была эффективной:

- во-первых, как «один из нас»;
- во-вторых, как «подобный большинству из нас»;
- в-третьих, как «лучший из нас»;
- в-четвертых, такой, «какого мы ожидали» [2].

Важнейшим условием успеха руководителя в решении управленческих задач является организация эффективной коммуникации в сфере «руководитель – подчиненный», целью которой является доведение необходимой информации до подчиненных и достижение ими ее понимания.

В этом случае характер и содержание сферы коммуникативного поведения руководителя можно представить в виде определенной системы, основными элементами которой являются: коммуникативные потребности; цели коммуникации; содержание сообщения; форма коммуникаций и средства (каналы) коммуникаций. Потребность коммуникативного поведения руководителя заключается в таком доведении до подчиненных информации, которое позволило бы обеспечить выполнение принятого решения. Следовательно, цель его коммуникативной деятельности в контексте реализации данной потребности предполагает построение наиболее эффективной коммуникации, исключающей или минимизирующей возникновение и функционирование коммуникативных барьеров.

В процессе реализации информативно-распорядительной функции руководителем сохраняется потенциал большинства коммуникативных барьеров, однако, наибольшую опасность представляют барьеры понимания и мотивации. Возможность возникновения и степень проявления коммуникативных барьеров на этапе информационно-распорядительных действий руководителя также обуславливается совокупностью организационных, социально-психологических и индивидуально-психологических причин. Наряду с перечисленными причинами можно отметить такие факторы, как ценностные ориентации руководителя, проявление каузальной атрибуции, локус контроля, особенности вос-

приятия руководителя возглавляемой им группой, коллективом.

Исходный феномен каузальной атрибуции состоит в том, что люди склонны объяснять свое поведение и поведение других либо ситуационными факторами (обстоятельственная атрибуция), либо личностными факторами (личностная атрибуция), либо необходимостью действовать так, а не иначе (стимульная атрибуция). Управленческая практика свидетельствует, что большинство руководителей собственное поведение объясняют с позиции обстоятельственной и стимульной атрибуции, а поведение подчиненных – с позиции личностной атрибуции. Однако и сами подчиненные тоже действуют по этому закону, объясняя общую неудачу также внешними факторами – плохим руководством, неудачной организацией. Объективность оценки собственной деятельности и деятельности других во многом зависит от сложившейся системы ценностей руководителя и специфического личностного качества, связанного с процессом атрибутирования, – локус контроля личности. Оно состоит в общей тенденции субъекта приписывать причины событий и своих поступков преимущественно либо внешним, либо внутренним факторам. Человек может по-разному локализовать эти причины – факторы, определяющие и объясняющие («контролирующие») те или иные явления. Отсюда и сам термин «локус контроля».

В контексте предупреждения и преодоления коммуникативных барьеров, возникающих в процессе реализации коммуникативно-распорядительной функции руководителя, важно понимать роль технологий управленческого общения с подчиненными. Они могут быть авторитарными и либеральными в различных вариациях и могут носить преимущественно демократический характер [3].

Демократические технологии управленческого общения с подчиненными представляют собой комплекс увязанных с управленческими задачами, ситуацией, особенностями сотрудников организации форм и методов оптимального взаимодействия руководителя с подчиненными, ориентированного на формирование и поддержание модели сотрудничающего поведения.

В процессе реализации модели демократического управленческого общения руководителю необходимо придерживаться следующих основных правил:

- правила заинтересованности исполнителя;
- правила необходимой квалификации;
- правила необходимой информированности;
- правила единства источника первичной информации.

Технологии демократической модели управленческого общения в контексте коммуникативно-распорядительной функции решают две взаимосвязанные задачи: достижение подчиненными полного понимания передаваемой руководителем информации и обеспечение убеждающего воздействия на психику сотрудников организации.

Задача достижения подчиненными полного понимания передаваемой руководителем информации, необходимой для реализации принятого управленческого решения, решается путем реализации основных технологий устного и письменного общения, позволяющих предупредить возникновение коммуникативных барьеров. К ним относятся:

- технологии вербальной передачи информации;
- технологии непротиворечивого сочетания вербальных и невербальных коммуникаций;

- технологии построения эффективной обратной связи.

Задача создания необходимой мотивации сотрудников по реализации принятого управленческого решения достигается с помощью следующих технологий демократического общения:

- технологии применения распорядительных методов;
- технологии убеждающего воздействия вербальными средствами;
- технологии использования СМИ, наглядной агитации личного примера;
- технологии конструктивной критики;
- технологии поощрения подчиненных;
- технологии предупреждения негативных поступков и действий подчиненных;
- технологии контроля и оказания помощи.

Практика современного менеджмента свидетельствует о том, что эффективность управленческой деятельности и успешность коммуникативного поведения руководителя тесно взаимосвязаны, что обусловлено постоянно возрастающей ролью информации в процессе управления. Это означает, что подготовка менеджера, способного реализовать задачи по модернизации и инновационному развитию экономики, должна быть во многом ориентирована на развитие его коммуникативных способностей, формирование и совершенствование коммуникативной компетентности.

Список литературы

1. Альберт М., Мескон М. Х., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Вильямс, 2009. 672 с.
2. Карпов А. В. Психология менеджмента: Учеб. пособие. М.: Гардарики, 2005. 584 с.
3. Психология делового общения: Учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / А. П. Шарухин, А. М. Орлов. М.: Издательский центр «Академия», 2012. 240 с.

ПОДХОДЫ К ПРИМЕНЕНИЮ ПОЛОЖЕНИЙ ТЕОРИИ НАДЕЖНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ

APPROACHES TO THE RELIABILITY THEORY APPLICATION IN ECONOMY

УДК 330.113.2



ЛИТВИН Юрий Юрьевич

заведующий кафедрой военной экономики Военно-морской академии, Санкт-Петербург, кандидат технических наук, доцент, jur_ltv@front.ru

LITVIN Yuriy Yurievich

Head of the Military Economics Department, Navy Academy, Saint-Petersburg, Candidate of Technical Sciences, Associate professor, jur_ltv@front.ru

Аннотация.

В работе сформулированы методологические подходы к применению положений теории надежности в экономике. Предложены отдельные дескрипторы тезауруса теории надежности в отраслевой экономике.

Ключевые слова: теория надежности, экономические системы, экономические показатели.

Abstract.

Methodological approaches to the reliability theory application in Economy have been formulated. The article presents some descriptors of the reliability theory thesaurus in industry economy.

Key words: reliability theory, economic systems, economic values.

В настоящее время применение отдельных положений теории надежности в отраслевых экономических науках находится на этапе своего научного становления, основываясь, как правило, на эвристических аргументах, а также использовании отдельных показателей комплексного экономического анализа.

Структура связей между элементами экономических систем при производстве и реализации товаров, работ, услуг, заключении контрактов является достаточно сложной. Поэтому, по мнению автора, использование отдельных положений теории надежности применительно к экономическим системам необходимо рассматривать в аспекте струк-

турно-сложных систем, которые достаточно полно исследованы применительно к техническим системам, например, в работах известных ученых – А. И. Берга, И. А. Рябина, Ю. М. Парфенова и др. [1].

Как правило, структурно-сложные системы описываются сценариями сетевого типа с циклами и неустранимой повторяемостью аргументов при формализации. Но для проектирования и исследования структурно-сложных экономических систем больше подходит моделирование.

Развитие информационных систем, используемых для автоматизации процессов разработки управленческих решений, в на-

стоящее время идет также по пути моделирования процессов человеческого мышления, который получил название «искусственный интеллект». Одним из приложений искусственного интеллекта являются экспертные системы, представляющие собой определенный класс компьютерных информационных систем, основанных на обработке знаний. Но уже сейчас ясно, что подобные системы могут принести пользу не во всех областях, так как не учитывают ключевые аспекты человеческого интеллекта. Поэтому последние несколько лет наблюдается интерес к нейронным сетям, которые успешно применяются в самых различных областях – медицине, технике, геологии, физике.

По мнению автора, сегодня наступает время более широкого применения нейронных сетей в экономике вообще, и в производстве, в частности.

Класс задач, которые можно решить с помощью нейронной сети, определяется тем, как сеть работает, и тем, как она обучается. При работе нейронная сеть принимает значения входных переменных и выдает значения выходных переменных. Таким образом, сеть можно применять в ситуации, когда имеется определенная известная информация, и необходимо получить некоторую, пока неизвестную информацию.

Например, в промышленном производстве важным является прогнозирование трудоемкости выполняемых работ на новых, не имеющих аналогов заказах. Зная трудоемкость определенных, характерных технологических процессов за определенный период времени, их распределение и количество объектов, можно смоделировать трудоемкость выполняемых работ и прогнозировать количество работников на тех или иных объектах.

Более трудной задачей является работа с данными нечислового характера. Чаще всего нечисловые данные бывают представлены в виде номинальных переменных. Но переменные с номинальными значениями можно представить в числовом виде. Однако нейронные сети не дают хороших результатов при работе с номинальными переменными, которые могут принимать много разных

значений. Так, достаточно сложно научить нейронную сеть оценивать стоимость объектов недвижимости. Их цена очень сильно зависит от того, в каком районе территориального образования они расположены. Но территориальное образование может иметь в своем составе и быть подразделено на несколько десятков территорий (районов), имеющих собственные названия. Тогда для обозначения района можно ввести переменную с номинальными значениями либо присвоить каждому району определенный рейтинг, основываясь на экспертных оценках. Также решению этой проблемы могут способствовать методы, основанные на теории дискретных марковских случайных процессов с дискретным и непрерывным временем, нашедшие свое применение в конце 90-х гг. XX в.

Следовательно, на современном этапе разработки и применения отдельных положений теории надежности в экономических системах является важным осмысление достижений в теории надежности технических систем и теории экономического анализа, применение их в синтезированном единстве для разработки агрегированных показателей надежности в отраслевой экономике.

Отсюда следует настоятельная необходимость:

- 1) разработки дескрипторов тезауруса теории надежности в отраслевой экономике;
- 2) определения составляющих надежности применительно к функционированию экономических систем;
- 3) разработки нормативных макро- и микроэкономических показателей;
- 4) формирования методики получения обобщенной количественной характеристики, которая позволяла бы найти большинство основных количественных показателей надежности экономических систем;
- 5) выбора и разработки методов исследования и построения методологического аппарата оценки надежности в экономике.

Под экономической системой на макроуровне понимается система национального хозяйства. На мезоуровне – это отрасль либо комплекс организаций различных отраслей, объединенных в единую сферу функциониро-

вания, как, например, экономика транспорта. На микроуровне – это субъект экономических отношений как в узком, так и в широком смысле [2]. Объединяют их, с точки зрения расчета показателей надежности, условия риска и неопределенности рыночной экономики, коммерческий расчет, которые позволяют говорить о вероятностных характеристиках функционирования этих систем.

Сформулированный выше подход позволяет не только применить, но и существенно развить теорию экономического анализа для субъектов как макроэкономики, так и микроэкономики.

Помимо традиционных показателей эффективности деятельности хозяйствующих субъектов (финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности) можно учитывать факторы неопределенности рыночных отношений не только через отдельные показатели банкротства (Z-коэффициент Альтмана, коэффициенты Бивера и др.), но и через призму специально разработанной теории, позволяющей с точки зрения учета вероятностных характеристик (вероятности банкротства, неплатежеспособности и др.) оценивать и прогнозировать положение хозяйствующих субъектов в системе сложных экономических отношений.

При использовании такого подхода на первое место выходят математические методы, нашедшие свое применение в теории надежности технических систем.

По мнению автора, в целевых задачах оценки надежности экономических систем одно из первых мест занимает проблема получения формы распределения времени жизни исследуемого объекта, что является актуальным для экономических систем как макро-, так и микроуровня. Это особенно важно в настоящее время для деятельности хозяйствующих субъектов в отраслевой экономике в условиях развития рыночного механизма в России.

Следовательно, разработанные математические модели с учетом принятых соответствующих гипотез о форме распределения времени жизни на первом этапе формирования теории надежности позволят формализовать сложные экономические взаимоотно-

шения применительно к отдельным областям экономики. Это, в свою очередь, дает возможность существенно уточнить наиболее распространенные в настоящее время в экономическом анализе способы факторного моделирования, которые достаточно условно учитывают взаимное влияние факторов на результирующий показатель или не учитывают его вовсе.

Статистические модели длительности жизни экономических систем, подверженные различным воздействиям, позволяют выявлять вид распределения длительности функционирования в определенных ситуациях.

В реализации такого подхода особую роль приобретает область статистических проблем надежности экономических систем в различных отраслях экономики, что вызывает необходимость разработки специализированных методов применительно к специфике экономики, учету ее особенностей как исследуемого объекта.

Без сомнения, в дальнейшем развитии теории надежности экономики отраслей найдут свое место такие разделы теории надежности, как методы определения важности элементов систем, логико-статистический и аналитико-статистический методы расчета живучести, логико-вероятностный метод расчета безопасности [3] и др.

Одной из наиболее важных рабочих характеристик для многих видов продукции, выпускаемых промышленными предприятиями, является общая надежность. Ее определение дается в стандартах в области административного управления качеством и обеспечения качества [4; 5].

Обеспечение общей надежности относится к характеристикам надежности и ремонтнопригодности продукции, а также к характеристикам материального обеспечения для технического обслуживания, предоставляемым потребителем (и/или поставщиком). Эта ответственность делится между поставщиком и потребителем. Увеличение зависимости от таких услуг, как транспортирование, электроснабжение, электросвязь и информационное обслуживание, ведет к повышению требований относительно качества обслуживания.

Таким образом, общая надежность продукции, применяемой для таких услуг, является основным фактором их качества.

В настоящее время термин «общая надежность» используется только для общих описаний без количественной оценки, это собирательный термин, используемый для определения характеристики эксплуатационной готовности и влияющих на нее факторов, а именно: характеристик надежности, ремонтпригодности и материального обеспечения технического обслуживания и текущего ремонта.

Интерпретируя различные варианты определения надежности технических систем, приводимые в различных источниках [6; 7; 8; 9], термина надежности применительно к экономической сфере в области управления и учета, надежность в экономике можно, по мнению автора, определить как способность экономических систем сохранять во времени свои свойства в пределах установленных значений основных экономических показателей, характеризующих способность экономических систем выполнять требуемые функции в определенных режимах и условиях в течение требуемого периода времени.

Исходя из вышеизложенного определения, несомненно, важным является выявление специфических особенностей экономических объектов, являющихся элементами (звеньями) экономической системы, в частности, в различных отраслях экономики, которые определяются сочетанием свойств: безотказности, долговечности, восстанавливаемости, поддержания в работоспособном состоянии, сохраняемости.

Безотказность функционирования экономической системы можно определить как ее способность сохранять определенные качества в течение установленного срока.

Определение безотказности неразрывно связано со сроком, который может определяться длительностью отчетного периода, действия договора и т. п. При этом необходимо принимать во внимание неопределенность, которая неизбежно присуща всем будущим событиям и условиям, например, возвратность долгов, продолжительность

полезного использования материальных и нематериальных активов, вероятность возникновения судебных исков и неучтенных обязательств и т. д., что, в свою очередь, способствует реализации принципа непрерывности деятельности Международных стандартов финансовой отчетности.

Следовательно, одним из основных факторов, определяющих безотказность, является вероятность превращения активов в ликвидную форму и возникновения дополнительного оттока финансовых ресурсов – обязательств, что, в свою очередь, приводит к необходимости учета срока действия обязательств.

Безотказность можно рассчитывать по методу предельных состояний, основные положения которого должны быть направлены на обеспечение безотказной работы экономической системы с точки зрения процесса снабжения, производства и распределения с учетом изменчивости свойств экзогенных и эндогенных факторов, условий, а также степени ответственности (и народнохозяйственной значимости) экономической системы, определяемой материальным и социальным ущербом при ее отказе от выполнения своих функций и обязательств, что, в свою очередь, неразрывно связано с долговечностью.

Долговечность определяется как свойство экономической системы сохранять определенные качества до наступления предельного состояния определенных экономических показателей. Конкретные качества и экономические показатели определяются особенностями хозяйственных процессов и операций рассматриваемых экономических систем.

Восстанавливаемость и поддержание в работоспособном состоянии экономической системы связаны неразрывно с санированием, диагностикой состояния экономической системы и проведением упреждающих действий антикризисного характера как в краткосрочном, так и долгосрочном периодах.

Сохраняемость – это свойство экономической системы сохранять значения показателей безотказности, долговечности, восстанавливаемости, поддержания в работоспособном состоянии экономической системы в уста-

новленных границах после вынужденного бездействия, связанного с модернизацией, капитальным ремонтом и т. п.

Таким образом, для дальнейшей разработки теории надежности экономических систем и применения ее в различных отраслях экономики является актуальным определение основных показателей безотказности, долговечности, восстанавливаемости, поддержания в работоспособном состоянии и сохраняемости, комплексных показателей надежности, а так-

же установление их взаимосвязи с показателями безопасности, живучести и устойчивости. Это обусловлено, главным образом, тем, что экономические системы, как и технические, подвергаются постоянным воздействиям со стороны агрессивной рыночной среды, получая «удары» и приобретая под их воздействием «повреждения», а условия их существования находятся в прямой зависимости от положений нормативных документов и экономических условий России.

Список литературы

1. Рябинин И. А., Парфенов Ю. М. Некоторые исследования структурной надежности технических систем. Кибернетические системы управления подвижными объектами. Уфа: УАИ, 1982.
2. Финансово-кредитный экономический словарь / Под общей редакцией А. Г. Грязновой. М.: Финансы и статистика, 2004.
3. Литвин Ю. Ю. Оценка возможностей размещения государственного оборонного заказа на предприятиях промышленности: Отчет по НИР 3915. СПб.: ВМА, 2004.
4. Международный стандарт ИСО 9000-4 МЭК 300-1. Первое издание 1993-04.
5. ГОСТ Р ИСО 9000-2011. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.
6. Надежность и эффективность в технике: Справочник в 10 т. Т. 1: Методология. Организация. Терминология. М.: Машиностроение, 1986.
7. Надежность и эффективность в технике: Справочник в 10 томах / Под ред. В. С. Авдеевского. Т. 2: Математические методы в теории надежности и эффективности / Под ред. Б. В. Гнеденко М.: Машиностроение, 1987.
8. Надежность в технике. Основные понятия. Термины и определения. ГОСТ 27.002-89. М.: Стандарты, 1990.
9. ГОСТ Р 27.002-2009. Национальный стандарт Российской Федерации. Надежность в технике. Термины и определения.

МАЛЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС: ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

SMALL INNOVATIVE BUSINESS: PECULIARITIES, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

УДК 001.895 : 658.155

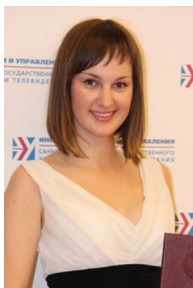


АНТОНОВА Виктория Геннадиевна

старший преподаватель кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, viki-ant@rambler.ru

ANTONOVA Victoria Gennadievna

Senior Lecturer, Department of Economics, Saint-Petersburg State University of Film and Television, viki-ant@rambler.ru



КУБРАКОВА Александра Александровна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, kubikspb@mail.ru

KUBRAKOVA Aleksandra Aleksandrovna

Post-graduate student, Saint-Petersburg State University of Film and Television, kubikspb@mail.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены особенности функционирования малых инновационных предприятий, их влияние на развитие постиндустриальной экономики. Проанализированы факторы, ограничивающие инновационное развитие малых организаций в России, и определены направления перспективного решения существующих проблем в данном виде бизнеса.

Ключевые слова: инновационное развитие, малые инновационные предприятия, новые технологии, малый бизнес, инновации.

Abstract.

The article deals with the functioning peculiarities of small innovative enterprises and their impact on post-industrial economy development. It analyses factors limiting small enterprises innovative development in Russia and it shows tendencies of prospective solutions to the problems in this type of business.

Key words: innovative development, small innovative enterprises, new technologies, small business, innovations.

Инновационное развитие страны в настоящее время способствует укреплению позиций на международном рынке товаров и услуг, повышению их конкурентоспособности, улучшению баланса по торговле услугами, диверсификации экономики и поддержанию мирового уровня научно-технического прогресса.

Именно инновационное развитие позволяет удовлетворять все возрастающие потребности населения, создавая новые секторы экономики и развивая уже существующие посредством постоянного внедрения технологических нововведений. За последние годы экономика России достигла определенных успехов, однако по качественным показателям ее развития мы существенно отстаем от промышленно развитых стран.

Зарубежные страны с рыночной экономикой разработали различные инновационные экономические и административные механизмы, которые основываются на следующих принципах:

- динамичный, адекватный складывающейся ситуации отраслевой и предметно-тематический подход государства к определению того, что считать инновациями, какие виды достижений научно-технического, технологического прогресса должны рассматриваться в качестве ключевых на данный период;
- исключительно весомая и законодательно закрепленная экономическая и политическая поддержка инноваций со стороны власти;
- автоматическое «включение» мер государственной поддержки инноваций по формальным основаниям и независимо от воли государственных чиновников.

Методами экономического регулирования при этом являются: целевое, предметно-ориентированное и проблемно-направленное государственное инвестирование; лизинг; кредитование; программирование и планирование; государственное предпринимательство.

Преодоление сложившегося экономического отставания России от более развитых государств возможно только при ориентации на всемерное повышение производительности труда, укрепление конкурентоспособности страны в международном обмене товарами и

услугами с использованием новейших достижений научно-технического прогресса в процессе формирования динамично-развивающейся постиндустриальной экономики.

Как показывает опыт прогрессивно-развитых стран, такая экономика неоднородна. Она включает в себя крупные компании, которые создают технологические нововведения и меняют структуру производства в отраслях, а также средний и малый бизнес, который обеспечивает широкое поле предпринимательской активности широким массам населения. Малый бизнес в современной экономике приобрел новые черты, расширил свое влияние и стал непременным элементом инновационных процессов.

Ориентированный на разработку, производство и внедрение на рынок нового товара малый инновационный бизнес всегда являлся важным элементом в области предпринимательства. Инновационный бизнес по-своему уникален и сложен, так как затрагивает все возможные виды предпринимательской деятельности, в частности: производство, продажа товара, менеджмент, маркетинг. Охватывая все самые сложные стороны данных сфер, он становится достаточно проблематичным, но тем не менее по многим причинам остается привлекательным для большинства бизнесменов [1].

Преимущества данного вида бизнеса заключаются в его значительной роли в инновационном развитии: необходимости совершенствования деятельности иных сфер предпринимательства и ориентированности на определенные потребности покупателей, гибкость и оперативность в действиях, адаптация к местным условиям, эффективность, невысокие расходы по управлению, возможность более быстрой реализации идей, высокая оборачиваемость капитала, организационная мобильность.

Малый инновационный бизнес интересен ещё тем, что он имеет «соревновательный» характер, потому как всегда есть к чему стремиться в процессе борьбы с конкурентами.

Оценивая инновационный потенциал малого бизнеса, следует отметить его следующие характеристики:

- малое предпринимательство способствует подвижности и динамическому развитию экономической системы в целом, обеспечивает коммерциализацию результатов деятельности, быструю адаптацию к изменяющимся условиям всех сфер деятельности;

- современные информационные технологии меняют модель функционирования различных структур, что обеспечивает доступ малых предприятий к новым видам деятельности и увеличивает их долю на мировом рынке товаров и услуг;

- малые предприятия повышают свою конкурентоспособность за счет снижения издержек производства посредством внедрения новых информационных технологий.

К преимуществам малого бизнеса можно отнести:

1. Создает благоприятные условия для творчества.

2. Малые предприятия отличает их узкая специализация, что позволяет сконцентрировать средства и усилия на заключительных стадиях создания новшества и на начальных стадиях его распространения.

3. Современные информационные технологии создают для малого бизнеса благоприятные условия функционирования.

4. Из-за ограниченности трудовых ресурсов малых предприятий исследователям приходится работать в областях, которые не являются для них хорошо изученными, а это способствует возникновению нового подхода к решению проблем и оригинальных идей.

В странах Евросоюза малое предприятие должно удовлетворять четырем критериям [2]:

1. Занятость (10–49 человек).

2. Оборот (до 10 млн евро).

3. Годовой итог баланса (не более 10 млн евро).

4. В собственности крупного предприятия должно находиться не более 25% капитала малого предприятия.

В Российской Федерации критерии малого бизнеса следующие [3]:

1. Занятость (16–100 человек, включая совместителей и в зависимости от направления деятельности).

2. Предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) и балансовой стоимости активов устанавливаются Правительством РФ один раз в пять лет с учетом данных сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого предпринимательства.

3. В собственности крупного предприятия должно находиться не более 25% капитала малого предприятия.

По некоторым статистическим данным, инновационный бизнес в общей структуре малого бизнеса России составляет всего около 1,5–3%. И только 15% из всех зарегистрированных предприятий малого инновационного бизнеса в России могут считаться действительно инновационными. Они постоянно проводят научные исследования, охраняют интеллектуальную собственность и занимаются коммерциализацией новшеств на рынке. Остальные предприятия свою инновационную составляющую давно утратили. И этому способствовал ряд причин: высокий уровень экономического риска, высокая стоимость инноваций, дефицит собственных денежных средств и финансовой поддержки со стороны государства, неготовность организаций к нововведениям, недостаток квалифицированного персонала, несовершенство правовой базы, недостаток информации о новых технологиях и рынках сбыта, отсутствие спроса на инновационную продукцию и ряд других.

Прежде всего, следует сказать, что до сих пор не существует конкретной правовой основы инновационной деятельности. Не имея четкого понятийного аппарата, статистики, мониторинга, объективной оценки потенциала инновационных предприятий, говорить о развитии малого инновационного бизнеса крайне сложно [1].

Вместе с тем, как известно, малый бизнес имеет небольшой первоначальный капитал, соответственно – незначительные организационно-технические возможности. Это обуславливает длительные сроки развития, связано со сложностью получения кредита, невысокой квалификацией менеджмента, относительно большими рисками, трудностями

ми привлечения высококвалифицированных кадров и др. Малые предприятия организационно независимы, что дает им полную свободу выбора, но препятствует созданию значительных инноваций, совместному участию в крупных проектах и программах [4].

Одним из главных источников финансирования малого предпринимательства остаются прямые инвестиции, в частности, венчурный капитал.

Венчурное инвестирование представляет собой экономический механизм финансирования развития компании, выкупа инвестором прав собственности. Инвестор вкладывает денежные средства в уставный капитал предприятия и (или) выделяет кредит, за что получает определенную долю в уставном фонде компании, которая остается за ним до тех пор, пока он ее не продаст и не получит причитающуюся ему прибыль.

В венчурном финансировании можно выделить четыре формы вложений:

- стартовые инвестиции;
- инвестиции в период развития компании;
- инвестирование при реализации определенной операции;
- прочие (спасательное финансирование; замещающее финансирование; финансирование, связанное с выходом на рынок ценных бумаг).

Индустрия венчурного капитала в России находится на очень ранней стадии. Подавляющее большинство работающих в России и с Россией фондов созданы непосредственно либо международными организациями (региональные венчурные фонды и фонды долевого участия в малых предприятиях Европейского банка реконструкции и развития), либо национальными в рамках межправительственных соглашений (US-Russia Defense Fund, The US-Russia Investment Fund TUSRIF). Частные венчурные фонды пока еще слабо представлены на российском рынке.

Инновации в малом бизнесе пока недостаточно востребованы, что объясняется отсутствием мотивации у предпринимателей, ведь в данной сфере нет гарантии на получение дохода: новый разработанный товар может

совершенно не заинтересовать потребителей. Для развития инновационной деятельности не хватает опытных специалистов, особенно ощутима нехватка менеджеров и маркетологов, которые способны продвигать товар на рынке. Зачастую сами исследователи и научные сотрудники не видят перспектив плодотворного союза бизнеса и инноваций. Малый инновационный бизнес требует вложения существенных финансовых средств, которых у предпринимателей попросту нет. Существует государственный фонд, оказывающий финансовую помощь инновационным предприятиям, но ее, к сожалению, недостаточно [1].

В качестве еще одного фактора, сдерживающего инновационное развитие, необходимо добавить и такой, как качество самой инновационной сферы. Коммерческий успех инновационного товара на рынке должен соответствовать требованиям потенциальных потребителей, быть пригодным к дальнейшему использованию. В России качество инновационной сферы недостаточно высоко. Причины подобного положения кроются как в отрицательном «опыте работы» некоторых научных организаций во времена хозрасчетной системы, когда бумажные отчеты заменяли собой реальные научные результаты, так и в катастрофическом провале финансирования научной сферы в 1990-е гг. Наши производственные предприятия не в состоянии в современных условиях выпускать конкурентоспособный инновационный продукт. Поэтому потенциальный покупатель предпочитает приобретать инновационный товар иностранного производства в виде готовых технологий или оборудования и не вкладывать деньги в отечественные НИОКР.

Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период 2020–2030 гг. основной проблемой российского сектора науки и высоких технологий является низкая эффективность использования имеющихся ресурсов (кадрового, технологического, знаний), что в полной мере проявилось после начавшегося в последнее время увеличения финансирования НИОКР. Россия по-прежнему располагает значительным научно-техническим потен-

циалом. По численности занятых в сфере фундаментальной науки, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ государство находится на третьем–четвертом месте в мире [5].

Россия является одним из лидеров по некоторым важным направлениям исследований: нанотехнологии, охрана окружающей среды, атомная и водородная энергетика, живые системы, разработка прикладных программных средств, энергосберегающие системы и др.

Важно отметить, что малые инновационные предприятия по характеру и масштабу инноваций можно разделить на два вида:

1. Предприятия, нацеленные на создание инноваций как коммерческого продукта.

2. Предприятия, создающие или использующие инновации для внутрифирменного использования.

При этом названные выше факторы, замедляющие инновационное развитие, проявляются в этих группах предприятий по-разному. Для первой группы предприятий на первом месте по значению находится фактор спроса на инновационный продукт, затем – квалификация персонала, информация о новых технологиях и лишь потом – факторы, связанные с финансированием. На предприятиях второго типа формируется ситуация, характерная для российской промышленности в целом. Для них сдерживающие факторы по степени влияния располагаются следующим образом: недостаток денежных средств, высокая стоимость нововведений, высокий экономический риск, низкий спрос со стороны потребителей на инновационный продукт [4].

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период 2020–2030 гг. правительство РФ планирует, что до 2020 г. доля инновационного малого бизнеса возрастет до 10% всей сети малых предприятий, а доля занятости в этой сфере – с 25% до 60–70% [5].

Сформировавшиеся тенденции инновационного развития в экономике России, имеющиеся риски и проблемы, а также возможности роста дают возможность выделить три варианта научно-технического развития

страны, соответствующие основным сценариям развития экономики, которые в значительной степени будут предопределять стратегическое развитие малого инновационного бизнеса [6]:

1. Инерционное импортоориентированное технологическое развитие.

Характеризуется продолжением ослабления национальной инновационной системы и использованием преимущественно зарубежных технологий и оборудования. Инновационная система распадается на отдельные научно-технические территории, сосредоточенные в оборонном комплексе. Это повлечет за собой технологическое отставание от ведущих стран.

Данный вариант не соответствует целям российской экономики на долгосрочную перспективу.

2. Догоняющее развитие и локальная технологическая конкурентоспособность.

Характеризуется тем, что техническое и технологическое перевооружение будет осуществляться не только за счет импортных технологий, но и частично за счет внедрения отечественных технологий. Спрос на отечественные разработки будет формироваться за счет потребностей как оборонного сектора, так и энерго-сырьевого.

Рассмотренный вариант соответствует ориентирам развития национальной экономики лишь частично.

3. Лидерство в ведущих научно-технических секторах и фундаментальных исследованиях.

Характеризуется модернизацией отечественного сектора НИОКР и фундаментальной науки, значительным повышением их эффективности, сосредоточением на таких научно-технологических направлениях, которые позволят увеличить сферу применения отечественных разработок и улучшить позиции России на мировом рынке, что отвечает разработанной программе социально-экономического развития страны.

Инновационная сфера представляет собой ту область, где деятельность малого предприятия должна приносить весьма значительную экономическую отдачу, а преимущества его

организационно-структурной формы могли бы проявиться наиболее отчетливо. Однако для этого необходимо активно развивать систему функционирования инновационного малого бизнеса, преодолевать негативные и даже деструктивные тенденции. Для того чтобы малый инновационный бизнес про-

грессивно развивался, необходимо решить совокупность проблем: создать оптимальные условия для развития бизнеса, сформировать нормативно-правовую базу, подготавливать квалифицированных работников, увеличить источники финансирования, устранять недостатки патентного законодательства.

Список литературы

1. Кредитный портал. Малый инновационный бизнес. URL: <http://www.kredit-business.ru/russianbusiness/335-malyjj-innovacionnyjj-biznes.html> (дата обращения: 29.10.2013).
2. Рекомендация Комиссии Европейских сообществ 2003/361/ЕС от 6 мая 2003 г. относительно определения микро-, малых и средних предприятий (ОJ 2003 L 124/36). URL: <http://eeas.europa.eu/> (дата обращения: 03.11.2013).
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июня 2007г. №209-ФЗ.
4. Тарасенко А. Проблемы малого инновационного бизнеса // Экономист. Вып. № 10. М., 2011. С. 57–62.
5. Министерство экономического развития Российской Федерации URL:http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/macro/prognoz/doc20130325_06 (дата обращения: 03.11.2013).
6. Общественный Совет по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга. URL: http://www.osspsb.ru/experts/otrasli_MB/problematika_innovacii/.html (дата обращения: 03.11.2013).

МАЛЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

SMALL INNOVATIVE BUSINESS IN RUSSIA AND ABROAD

УДК 001.895 : 658.155



ЛЕВЧЕНКО Ольга Васильевна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, oli_lev@mail.ru

LEVCHENKO Olga Vasilievna

Post-graduate student, Saint-Petersburg State University of Film and Television, oli_lev@mail.ru

Аннотация.

В статье приведены основные индикативные показатели, характеризующие малое предпринимательство как в России, так и за рубежом. Изучены современные тенденции развития малого инновационного бизнеса в России, странах Европейского союза, США и Канады.

Ключевые слова: инновации, инновационный бизнес, малое предпринимательство, индикативные показатели.

Abstract.

The article presents the basic indicative values characterizing small entrepreneurship both in Russia and abroad. The current trends in small innovative business development in Russia, the European Union, the United States and Canada have been examined.

Key words: innovations, innovative business, small enterprise, indicative values.

Малое инновационное предпринимательство – особый тип современной предпринимательской деятельности (составная часть сектора малого предпринимательства), направленный на получение прибыли от проведения научно-исследовательской работы, результатом которой являются создание новой (или совершенствование существующей) конкурентоспособной продукции (технологии, услуг), призванной существенно улучшить условия производства или жизни человека, и ее успешная коммерциализация [1]. В экономической теории малое предпри-

нимательство, в том числе инновационное, определяется рядом критериев, которые могут быть как качественными, так и количественными. К количественным, в частности, относятся: численность работающих на предприятии, величина уставного капитала, стоимость активов, объем дохода (прибыли). В странах Европы детализация хозяйствующих субъектов на микро, малые, средние и крупные предприятия базируется, в основном, на трех показателях: численность персонала, объем дохода и балансовая стоимость активов (таблица 1).

Таблица 1

Количественные факторы, характеризующие малый бизнес в Европе

Категория компании	Численность сотрудников, чел.	Доход, млн евро	Балансовая стоимость активов, млн евро
Микропредприятия	<10	≤2	≤2
Малые предприятия	<50	≤10	≤10

Данные критерии относятся только к частным, обособленным компаниям. Организации, которые являются частью группы компаний, должны включать количество сотрудников, объем дохода и балансовую стоимость активов, приходящиеся на весь альянс компаний, в одно целое для определения категории своего хозяйствующего субъекта. Другим критерием, относящим предприятие к разряду малых, является экономическая независимость предприятий, когда доля внешних собственников в капитале предприятия не превышает 25%. Такой принцип деления предприятий на категории применим к таким странам, как: Финляндия, Франция, Италия, Великобритания, Дания, Венгрия, Нидерланды, Швейцария [2].

В странах Северной Америки существует отличная от стран Европы классификация предприятий в зависимости от их размера. В США Администрацией Малого Бизнеса (Small Business Administration) утверждены стандарты для малого бизнеса (NAICS), на основании которых малыми предприятиями считаются организации с численностью сотрудников до 500 человек и ежегодным доходом в размере не более 7 млн долл. США, в состав которых входят микропредприятия с численностью до 20 человек [3]. В Канаде к микропредприятиям относят компании со штатом сотрудников до 9 человек, к малым предприятиям – от 10 до 99 человек [4].

В России малый бизнес был официально разрешен в 1988 г. Тогда к разряду малых предприятий относили государственные организации, с числом ежегодно занятых не превышающем 100 человек. В 1990 г., в соответствии с постановлением Совета Министров СССР, к субъектам малого предпринимательства стали относить организации

с численностью сотрудников, не превышающей: в промышленности – 200 человек, в науке и научном обслуживании – 100, в других отраслях производственной сферы – 50, в отраслях непромышленной сферы – 25, в розничной торговле – 15 человек. При этом учитывался также объем оборота, право на определение количественного значения которого предоставлялось союзным республикам, хотя на практике размер хозяйственного оборота так и не был установлен. Принцип классификации предприятий, основанный на количественных характеристиках, сохранился и в современном российском законодательстве [5].

В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», к субъектам малого предпринимательства относятся юридические лица, суммарная доля участия государства или сторонних лиц в уставном капитале которых не превышает 25%; средняя численность работников за предшествующий календарный год не превышает 100 человек включительно для малых предприятий и 15 человек для микропредприятий; выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не превышает 400 млн руб. для малых предприятий и 60 млн руб. для микропредприятий.

Кроме количественных признаков, обуславливающих категорию «малый инновационный бизнес», существуют также и качественные характеристики, определяющие сущность данного вида деятельности. К ним можно отнести следующие признаки.

Во-первых, признак самостоятельности деятельности. Российские ученые выделяют имущественную и хозяйственную самостоятельность предпринимательской деятельности. Под имущественной самостоятельностью подразумевается наличие у субъекта хозяйственной деятельности права свободного распоряжения обособленным собственным имуществом, в целях предпринимательства и в соответствии с законодательством Российской Федерации. Хозяйственная самостоятельность – это возможность принятия самостоятельных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности. Субъект предпринимательской деятельности определяет пути реализации своей продукции, способы коммуникации с контрагентами, но вместе с тем такая самостоятельность не абсолютна. Малые предприятия, выступая социально – ориентированными экономическими субъектами, должны подчиняться социальным нормам, действующим в обществе, среди которых ведущую роль играют правовые нормы, определяющие основные принципы деятельности организаций на рынке [6].

Во-вторых, направленность на получение прибыли. Главная цель предпринимательской деятельности заключается в получении прибыли, которая является продуктом специфического человеческого ресурса – предпринимательских способностей [6]. К ним, в частности, относят: способность соединения ресурсов земли, капитала и труда в единый процесс производства товара или услуги, а также организационные способности, в том числе принятие основных управленческих решений в процессе ведения бизнеса, определяющих курс деятельности предприятия [7].

В-третьих, профессионализм предпринимательской деятельности. Профессионализм в качестве признака предпринимательской деятельности выделяет российский ученый О. М. Олейник. По словам автора, профессионализм заключается в:

- осуществлении этой деятельности людьми, имеющими определенную квалификацию или информацию, необходимую для принятия и реализации решений. В каче-

стве подтверждения профессионализма действующее законодательство в одних случаях признает ранее полученное образование (например, юридическое, экономическое, медицинское), а в других требует сдачи предпринимателем соответствующих экзаменов (например, для аудиторов);

- осуществлении предпринимательской деятельности по определенным правилам и методикам;
- соответствии результатов деятельности определенным требованиям;
- подконтрольности деятельности государственным органам;
- наличии государственных гарантий деятельности [8].

В-четвертых, новаторский, инновационный характер предпринимательской деятельности. Ученые К. Р. Макконнелл и С. Л. Брю определяли предпринимателя как новатора, лицо, стремящееся вводить в обиход на коммерческой основе новые продукты, новые производственные технологии или даже новые формы организации бизнеса [7]. Й. А. Шумпетер определял предпринимательскую деятельность как деятельность, носящую новаторский характер, направленную на реформирование и революционализацию производства; использование новых технологических решений для изготовления продуктов; выпуск новых товаров или старых товаров с использованием новых способов производства; открытие новых источников сырья и материалов; освоение новых рынков сбыта; реорганизация отрасли [9].

По мнению автора, именно новаторский, инновационный характер предпринимательской активности в условиях глобализации мировой экономики и постиндустриального развития общества представляет собой катализатор эффективного развития всех отраслей народного хозяйства страны. А эффективное функционирование малых инновационных предприятий является залогом качественных трансформаций экономики страны в целом.

В Европе малые и средние предприятия играют важную роль в развитии экономики, предоставляя рабочие места большей части населения. Свыше 95% предприятий на

европейском рынке – это малый и средний бизнес (таблица 2), который обеспечивает работой 60–70% всего трудоспособного населения [10].

Таблица 2

Основные показатели развития малого и среднего бизнеса в Европе в 2003 и 2010 гг.

	Микропредприятия		Малый бизнес		Средний бизнес	
	2003	2010	2003	2010	2003	2010
Количество предприятий, шт.	17218234	19198539	1311799	1378401	207151	219252
Удельный вес в общем количестве предприятий, %	91,7	92,1	7,0	6,6	1,1	1,1
Количество сотрудников, чел.	36476391	38905519	25111595	26605166	20653586	21950107
Удельный вес в общей занятости населения, %	29,6	29,8	20,4	20,4	16,8	16,8
Выручка, млн евро	3590293	4592607	3515476	4670377	3547002	4881221
Удельный вес в общем объеме доходов, %	19,6	18,5	19,2	18,8	19,4	19,7

Анализ данных, представленных в таблице, свидетельствует о количественном преобладании малых предприятий в Европе. К концу 2010 г. по данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), доля малого бизнеса, включая микропредприятия, составляла 98,7% в среднем по Европе. Причем темпы роста данного сектора с 2003 по 2010 г. значительно превысили аналогичные показатели среднего бизнеса. Схожая ситуация наблюдается и в отдельных странах. Так, в Финляндии в 2010 г. микропредприятия со штатом сотрудников, не превышающем 9 человек, составляли 91 099 шт. или 83,9% от всех компаний. На долю малых предприятий приходилось 14514 компаний или 13,4%. В 2007 г. во Франции насчитывалось 2 386 241 микропредприятия или 93% компаний. Малые хозяйствующие субъекты составляли 5,9% от всех компаний или 151 626 шт. В 2009 г. в Италии количество микропредприятий равнялось 4 284 400 шт. или 95,8%, а малых – 160 993 и 3,6% соответственно. В 2007 г. в Великобритании насчитывалось 158 5607 ми-

кропредприятий с численностью сотрудников от 1–9 человек, которые занимали 94,9% всего рынка. 3,1% пришелся на долю малых компаний (51 449 шт.). 2009 г. в Швеции насчитывалось 912 141 микропредприятий и 10 232 малых, что занимали 98,3% и 1,1% рынка соответственно [4].

В США в 2010 г. насчитывалось 5 717 302 малых предприятий со штатом сотрудников до 500 человек или 99,7%, в числе которых 5 160 404 микропредприятия или 89,9% (до 20 работников) [11]. В Канаде доля малых предприятий на рынке в 2010 г. составила 98% (1 074 904 организации), среди которых микропредприятий – 77% или 826 775 шт. [4].

В конце 2010 г. на малых предприятиях в Европе, включая микропредприятия, трудилось более 65 млн чел., или 50,2% трудоспособного населения. Общая выручка европейского малого бизнеса в 2010 г. составила 9 262 984 млн евро или 37,3% от выручки всего сектора малого и среднего предпринимательства. В связи с этим можно сделать вывод, что малые предприятия играют важную роль в раз-

витии экономики страны и формировании стратегий развития национальных хозяйств промышленно развитых стран. Учитывая долю рынка, приходящуюся на малое предпринимательство, можно судить о том, что малый бизнес является важной составляющей экономической системы и вносит ощутимый вклад в процесс функционирования экономики.

Анализируя малый инновационный бизнес в России и за рубежом, необходимо отметить, что, основываясь на статистических данных ОЭСР, примерно 30–60% европейских компаний от общего числа малых предприятий

характеризуются как инновационные. Малые инновационные предприятия в Европе нацелены на создание или усовершенствование товаров или услуг, способных удовлетворить нужды рынка, внедрение новых организационных методик производства, разработку новых технологий с целью увеличения объема продаж [10].

В Российской Федерации количество малых предприятий, включая инновационно-активные, значительно уступает показателям западных стран. Так, к концу 2010 г. число субъектов малого предпринимательства составило 1644,3 тыс. шт. (таблица 3).

Таблица 3

Основные характеристики малого бизнеса России в 2003 и 2010 гг.

Основные показатели	2003 год		2010 год	
	Малые предприятия, в том числе микропредприятия	Удельный вес в общих экономических показателях, %	Малые предприятия, в том числе микропредприятия	Удельный вес в общих экономических показателях, %
Число предприятий, тыс. шт.	893,0	23,2	1644,3	34,1
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), тыс. человек	7458,9	15,0	9790,2	12,6
Выручка от реализации товаров (работ и услуг) (без сумм налогов и аналогичных обязательных платежей), млрд руб.	1686,0	8,1	18933,8	23,3

Примечание: Таблица составлена автором на основании источников [12;13;14;15].

В целом тенденции развития малого бизнеса, в том числе инновационного, за период с 2003 г. по 2010 г. можно охарактеризовать как умеренно положительные. На 1 января 2011 г. общее число зарегистрированных малых предприятий равнялось 1644,3 тыс., что на 751,3 тыс. или 84% больше, чем в 2003 г.; объем выручки от реализации товаров, работ, услуг также значительно вырос с 1686,0 млрд руб. до 18933,8 млрд руб.

При этом необходимо отметить, что только 12,6% работников от всего трудоспособного населения постоянно заняты на предприя-

ях малого бизнеса, в то время как средний показатель в Европе составляет около 50%. Поэтому, несмотря на положительную динамику увеличения количественных показателей, характеризующих развитие малого предпринимательства, относительные показатели эффективности деятельности малого бизнеса по сравнению с промышленно развитыми странами остаются на низком уровне. Кроме того, уровень развития малого инновационного бизнеса также остается низким. В общем объеме постоянно действующих малых предприятий доля малых инновационных предприятий ни-

чтожно мала и не представляет собой основы развития инновационной экономики страны. Так, доля малых предприятий, занимающихся научными исследованиями и разработками в 2010 г., составила 1,2 % от всех хозяйствующих субъектов сектора малого бизнеса или 0,4% от

общего числа компаний [12; 14]. В условиях ориентации государства на развитие малого инновационного сектора экономики сложившаяся тенденция характеризует низкую степень эффективности формирования инновационного потенциала российской экономики.

Список литературы

1. Малое инновационное предпринимательство / А. Н. Асаул, Б. М. Капаров; под ред. засл. строителя РФ, д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. СПб.: СПбГАСУ. 2008. URL: <http://asaul.com> (дата обращения: 01.11.2013).
2. Centre for Strategy & Evaluation Services LLP. Evaluation of the SME Definition. Final Report. Executive Summary. Framework Service Contract for the Procurement of Studies and other Supporting Services on Commission Impact Assessments and Evaluations Interim, final and ex-post evaluations of policies, programmes and other activities. September 2012 URL: <http://ec.europa.eu> (дата обращения: 20.06.2013).
3. US Small Business Administration URL: <http://www.sba.gov> (дата обращения 20.06.13).
4. OECD (2012), *Financing SMEs and Entrepreneurs 2012: An OECD Scoreboard*, OECD Publishing. URL: <http://www.oecd-ilibrary.org> (дата обращения: 05.08.2013).
5. Ланушта М. Г. Предпринимательство: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2008. 608 с.
6. Предпринимательское право: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 030501 «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.]; под ред. Н. М. Коршунова, Н. Д. Эриашвили, П. В. Алексия. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. 535 с.
7. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. / Пер. с англ. 11-го изд. Т. I. М.: Республика, 1992. 399 с.
8. Предпринимательское (хозяйственное) право: учебник/под ред. О. М. Олейник. Т. 1. М., 1999.
9. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер; [предисл. В. С. Автономова; пер. с англ. В. С. Автономова Ю. В. Автономова, Л. А. Громовой, К. Б. Козловой, Е. И. Николаенко, И. М. Осадчей, И. С. Семенов, Э. Г. Соловьева]. М.: Эксмо, 2007. 864 с.
10. Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach. OCED. June 2000 URL: <http://www.oecd.org> (дата обращения: 25.09.2013).
11. Number of Firms, Number of Establishments, Employment, and Annual Payroll by Small Enterprise Employment Sizes for the United States, NAICS Sectors: 2010 URL: <http://www.census.gov> (дата обращения: 25.09.2013).
12. Итоги сплошного федерального статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства за 2010 год: В 3 т. / Федер. служба гос. статистики. М.: ИИЦ «Статистика России», 2012. Т. 1–3.
13. Малое предпринимательство в России. 2005: Стат. сб./ Росстат. М., 2005. 156 с.
14. Российский статистический ежегодник. 2011: Стат. сб. / Росстат. М., 2011. 795 с.
15. Россия в цифрах. 2012: Крат. стат. сб. / Росстат. М., 2012. 573 с.

ПРОГНОЗ ПЕРСПЕКТИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КИНЕМАТОГРАФИИ

FORECASTING PROSPECTIVE ECONOMIC AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF CINEMATOGRAPHY

УДК [001.895 + 33] : 791



САХАРОВА Ирина Николаевна

доцент кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, irisha-85@inbox.ru

SAKHAROVA Irina Nikolaevna

Associate Professor, Producing Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economics, irisha-85@inbox.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены факторы инновационного развития российской кинематографии. Предлагаются меры по повышению темпов роста результатов экономической деятельности хозяйствующих субъектов киноотрасли.

Ключевые слова: кинематография, инновационное и экономическое развитие, инфраструктура киноотрасли, кинопоказ.

Abstract.

The article considers the factors of Russian Cinematography innovative development. It presents measures to improve the economic growth performance of managing enterprises in film industry.

Key words: cinematography, economic and innovative development, film industry infrastructure, film show.

В настоящее время одним из главных факторов инновационного развития российской кинематографии является осуществление комплексных организационно-экономических и инвестиционных мер, направленных на преобразование объектов инфраструктуры отрасли, что обеспечит в свою очередь повышение результативности функционирования её хозяйствующих субъектов. Реализация комплексных мер в рамках научно-технических программ и инновационных проектов, по мнению автора,

возможна с учетом установления ресурсных и организационных возможностей, которые обеспечат принятие обоснованных управленческих решений, а также адекватную реакцию хозяйствующих субъектов кинематографии на происходящие экономические, финансовые и инновационные изменения во внешней среде в средне- и долгосрочном периодах времени.

Прогноз долгосрочного инновационного и экономического развития кинематографии должен осуществляться на основе системно-

го подхода к взаимодействию экономических, инновационных и социальных факторов, обуславливающих текущую и перспективную экономическую результативность, эффективность использования ресурсного потенциала хозяйствующих субъектов киноотрасли.

Системный подход предоставляет возможность на основе учета влияния факторов внешней и внутренней сред на экономическое и инновационное развитие повысить эффективность управления кинематографией. В то же время объективная оценка экономического и инновационного развития кинематографии должна базироваться на прогнозе средне- и долгосрочного функционирования национальной экономики с учетом влияния на специфику не только киноиндустрии, изменениях состояния макро-, микросред в определенном и неопределенном интервалах времени, но и ее отдельных отраслевых составляющих, имеющих различную целевую ориентацию, обладающих разноуровневыми потенциальными возможностями по привлечению внебюджетных источников финансирования и государственной поддержки.

В целом процесс прогнозирования перспективного экономического и инновационного развития кинематографии должен включать такие компоненты, как: определение состава основных факторов внешней среды, оказывающих влияние на эффективность функционирования киноотрасли; формирование вариантов сценарного прогноза (оптимистического и пессимистического) функционирования кинематографической отрасли Российской Федерации и ее локальных и отраслевых составляющих в зависимости от трансформации состояния внешней среды.

Необходимо в этой связи отметить, что в современных экономических условиях внешняя среда подвержена непрерывным экономическим, финансовым и инновационным изменениям, которые существенным образом влияют на динамику развития хозяйствующих субъектов кинематографии и иных экономических видов деятельности. При этом выявить всю совокупность факторов, оказывающих влияние на экономические и финан-

совые результаты деятельности предприятий и учреждений кинематографии, из всего их многообразия представляется весьма затруднительным. В связи с этим в процессе средне-, долгосрочного прогнозирования экономического и инновационного развития кинематографии необходимо учитывать только те факторы, которые имеют доминирующий характер и оказывают наибольшее влияние на принимаемые решения разноуровневыми органами управления кинематографией.

К основным экономическим факторам внешней среды, непосредственно влияющим на социальные, экономические результаты и инновационное развитие киноотрасли в целом и ее отдельных структурных составляющих, можно отнести: динамику роста валового внутреннего продукта (ВВП), уровень налогообложения, государственную поддержку кинематографа, развитие рынка образовательных услуг, изменение объемов инвестиций, направляемых в обновление основных фондов, создание и внедрение новшеств.

Рассматривая указанные факторы, особо следует остановиться на развитии рынка образовательных услуг, который определяет приоритетные формы и условия подготовки кадров для всех отраслей народного хозяйства, в том числе и для кинематографа. Влияние фактора развития рынка образовательных услуг будет способствовать росту числа подготовленных квалифицированных работников и специалистов в сфере кино путем перехода на контрактную основу с последующим трудоустройством выпускников высших и средних профессиональных учебных заведений в структурные подразделения киноотрасли.

Также необходимо отметить, что в современных экономических условиях техническое и инновационное состояние объектов инфраструктуры киноотрасли требует значительных изменений. В настоящее время развитие инфраструктуры кинопоказа, а именно – обеспеченность городского населения Российской Федерации современными кинотеатрами, перешла на стадию насыщения рынка и составляет 100% для городов с численностью населения более 250 тыс. человек. В связи с

этим необходимо развивать кинематографическую инфраструктуру в регионах с численностью населения от 100 до 250 тыс. человек, а также численностью менее 100 тыс. человек, которые составляют по данным на 31.12.2011 г. соответственно 88% и 22% доли городов, имеющих современные кинотеатры [1].

При существующем объеме государственного финансирования расширение рынка кинопоказа в малонаселенных регионах трудноосуществимо. В связи с этим возникает необходимость привлечения частных инвестиций. Это возможно на основе государственно-частного партнерства, которое обеспечит благоприятные условия перспективного развития кинематографического комплекса, его эффективное использование, повышение объемов собственных и привлеченных финансовых ресурсов. В связи с этим становится важным нормативно-правовое обеспечение со стороны государства, обеспечивающее защиту инвесторов и снижение рискованности инвестиций. Существенным становится и фактор стимулирования инноваций в различных структурных составляющих кинематографии с учетом особенностей взаимодействия хозяйствующих субъектов, осуществляющих производство, прокат кинопродукции, предоставление кинозрелищных услуг, с предприятиями других отраслей национальной экономики.

Применяемые органами управления социально-экономическим развитием регионов стратегии выступают как значительный фактор в развитии киноотрасли. В то же время следует отметить, что в случае продолжения действующей бюджетной политики, направленной на увеличение доходов федерального бюджета при сокращении поступлений в бюджеты субъектов Российской Федерации, возможности региональных органов законодательной и исполнительной власти по увеличению финансирования текущей деятельности и перспективного развития хозяйствующих субъектов кинематографии существенно сократятся.

В целях роста показателей развития киноиндустрии в сфере кинопроката и кинообслуживания населения целесообразно при-

обретение новых кинофильмов и проведение социально значимых киномероприятий и киноакций.

Мероприятия по повышению уровня нормативно-правового обеспечения учреждений, предоставляющих кинозрелищные услуги, должны быть направлены на содействие росту эффективности их деятельности при условии сохранения объемов бюджетных расходов. Должны быть созданы также условия и стимулы для сокращения внутренних издержек учреждений кинопоказа и привлечения ими внебюджетных источников финансового обеспечения, а также возможности и стимулы для развития инфраструктуры киносети в малонаселенных пунктах.

Сложившееся состояние развития кинопроизводства и процесса оказания кинозрелищных услуг позволяет сделать принципиально важный для определения перспективы инновационного развития кинематографии вывод о том, что за последние несколько лет удалось обеспечить высокие результаты в возрождении производства отечественной кинопродукции, сформировать инфраструктурный комплекс кинопоказа в регионах, в силу чего главные усилия в ближайшие годы должны быть направлены на повышение эффективности использования сложившегося ресурсного потенциала и в целом на развитие кинематографии.

В целях повышения темпов экономического роста хозяйствующих субъектов, осуществляющих производство, прокат кинопродукции, предоставление кинозрелищных услуг на период 2013–2018 гг., в соответствии с программными целями развития киноотрасли, как представляется, необходимо:

- создать рыночные механизмы финансирования процесса перевода всех хозяйствующих субъектов кинематографии на цифровой формат;
- развивать объекты инфраструктуры киносети в регионах с численностью населения менее 100 тыс. человек за счет государственно-частного партнерства;
- производить социально значимую кинопродукцию, соответствующую потребно-

стям зрителей, и дальнейшее ее распространение в киносети страны;

- сформировать системы подготовки и переподготовки кадров, повышения квалификации работников в связи с внедрением цифрового оборудования;

- внедрить инновационные подходы в деятельность хозяйствующих субъектов кинематографии на всех уровнях управления;

- разрабатывать инвестиционно привлекательные проекты для дальнейшего совместного кинопроизводства;

- повышать качество демонстрации и зрелищности кинофильмов;

- содействовать деятельности отечественных кинопроизводителей;

- создать программное обеспечение для управления процессом кинопоказа.

Оптимистический сценарий развития кинематографии в целом предполагает: создание на федеральном уровне управления объективных условий для ее ускоренного развития; интеграцию кинематографического комплекса с другими экономическими видами деятельности народного хозяйства; усиление инновационной направленности деятельности кинематографических предприятий, осуществляющих производство, прокат кинопродукции; предоставление гражданам страны кинозрелищных услуг. Это потребует перераспределения финансовых ресурсов между отдельными административно-территориальными образованиями с тем, чтобы обеспечить максимально возможный уровень эффективности инвестирования имеющихся средств на основе учета влияния факторов внешней и внутренней сред.

В соответствии с пессимистическим сценарием, кинематографическая отрасль по-прежнему будет финансироваться по остаточному принципу, что не позволит создать условия ни для ее ускоренного развития, ни для усиления влияния кинематографического комплекса на развитие смежных экономических видов деятельности социальной сферы.

Кроме того, учитывая динамику к снижению расходов федерального бюджета на кинематографию, эффективность использова-

ния средств будет оставаться низкой ввиду отсутствия научно обоснованных критериев распределения имеющихся ресурсов, а федеральные целевые программы экономического и инновационного развития киноотрасли по-прежнему будут направлены на расширение кинематографической инфраструктуры в крупных городах, что связано, в первую очередь, с быстрой окупаемостью социально-экономических и инновационных проектов и низкой степенью рисков. Такое состояние кинематографии усугубляется отставанием в развитии хозяйствующих субъектов кинематографии в регионах, что повлечет за собой рост цен на кинопродукцию.

Необходимо отметить, что ввиду отсутствия необходимого уровня организационного потенциала кинопоказа не сможет быть привлечена значительная доля частных инвестиций, что не позволит компенсировать дефицит бюджетных источников финансирования кинопроизводства.

Таким образом, в настоящее время рост российского кинорынка за счет увеличения числа кинотеатров в малых городах страны является единственной гарантией перспективного развития кинопроката, а в целом и кинематографа. Развитие кинопоказа в малых городах должно опираться на местных предпринимателей, а также на поддержку региональных и муниципальных органов управления и строиться на основе внедрения цифровых технологий кинодистрибуции и демонстрации фильмов. При этом кинотеатры в городах с численностью населения менее 100 тыс. человек должны оставаться под руководством крупных участников на рынке кинопоказа. Для перехода российских кинотеатров в малых городах на цифровые технологии кинопоказа, как представляется, необходимо формирование единой концепции разработки обобщающей стратегии и рыночных механизмов переоснащения киносети. При этом концепция должна предусматривать: рыночные механизмы финансирования проектов инвестирования обновления и модернизации основных фондов кинотеатров, объединив государственные и частные средства; снижение затрат на выпуск

и распространение кинофильмов; расширение зрительской аудитории современных кинотеатров за счет увеличения доступа кинозрителей к фильмам различной тематики; создание условий для международного сотрудничества и культурного обмена на основе единых между-

народных стандартов цифрового кинопоказа. Отметим в этой связи то, что в современных условиях социально-экономического развития страны переход российских кинотеатров на цифровые технологии является инновационным направлением развития киноотрасли.

Список литературы

1. Отраслевой каталог. Киностатистика 2012. М.: ООО «Универс-Консалтинг», 2012.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ В РЕГИОНАХ РОССИИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF INDUSTRIAL CLUSTERS FORMATION IN REGIONS OF RUSSIA BASES ON SYSTEMATIC APPROACH

УДК 334.012/.021 + 332.1



КУДРЯШОВ Вадим Сергеевич

аспирант Национального минерально-сырьевого университета «Горный», kudvad88@yandex.ru

KUDRYASHOV Vadim Sergeevich

Post-graduate student, National Mineral Resource University (University of Mines), kudvad88@yandex.ru

Аннотация.

На сегодняшний день развитие промышленных кластеров является широко признанным и применяемым инструментом, который способствует повышению конкурентоспособности и экономическому развитию регионов и страны в целом. При разработке стратегии развития промышленного кластера именно системный подход представляет собой наибольший интерес, поскольку в наибольшей степени способствует формированию и развитию кластера.

Ключевые слова: регион, кластер, промышленность, системный подход.

Abstract.

Nowadays industrial clusters development is a widely recognised and applied tool which attends upon competitiveness recovery and economic development of the regions and the entire country. While making up the strategy of industrial cluster development it is the systematic approach that corresponds to it most of all, as it contributes to cluster formation and developing.

Key words: region, cluster, industry, systematic approach.

Преимущества внедрения в экономику региона эффективных кластерных систем подтверждены как отечественным опытом построения кластеров, так и международным опытом экономически развитых стран. Эффективность функционирования кластерных систем на региональном уровне подтверждена в США (Кремниевая долина), Великобритании (Кембридж), Германии (Баден-Вюртенберг), Италии (Эмилия-Романия) [1].

Региональная кластеризация представляет собой процесс, который направлен на достижение поставленных целей на уровне экономических, социальных и институциональных отношений на основе внедрения различных видов кластеров на региональном уровне.

Под регионом понимается административно-территориальная единица, где находятся и взаимодействуют производительные силы на основе взаимовыгодных отношений между различными экономическими субъектами территории, формирующими среду, которая определяет развитие данных отношений.

Одна из существующих теорий построения региональных кластеров рассматривает построение кластера с точки зрения развития эволюции и распространения кластерных систем на региональном уровне на основании инновационной деятельности и гибкой адаптации к изменениям окружающих условий.

Исследуя имеющиеся теории построения кластеров, описывающих определенные его свойства, можно прийти к заключению, что объект исследования – кластер имеет множество аспектов, и для создания целостной картины на основе синтеза имеющихся теорий необходимо всесторонне рассмотреть сущность построения региональных кластеров и описать непосредственно процесс региональной кластеризации.

С целью определения основных критериев, определяющих сущность региональной кластеризации, можно применить метод системного анализа, который выявит структуру и типизацию взаимосвязей субъектов как внутри кластерной системы, так и во взаимодействии с окружающей средой.

Объект исследования – региональная кластеризация – определяется как система,

состоящая из отдельных элементов, взаимодействующих и взаимосвязанных с целью выполнения определенных функций, обладающая такими признаками, как совокупность элементов, целостность, гибкость, многоуровневость, адаптивность и временной характер.

На основании концепции заинтересованных сторон Р. Фримена, субъектами регионального кластера являются: ведущие предприятия региона; малые и средние предпринимательские фирмы; промышленные ассоциации, торговые палаты; трудовые организации; государственные учреждения всех уровней управления; центры трансфера технологий; университеты и другие учебные заведения; научно-исследовательские институты; финансовые структуры, включая банки, венчурные предприятия; местные политические лидеры и бизнесмены [2].

По определению Майкла Портера основной составной частью кластера является крупная фирма или несколько сходных фирм, взаимосвязанных по вертикали и горизонтали с фирмами, обеспечивающими кластер технологиями, информацией, капиталом, инфраструктурой, специалистами, при взаимодействии с правительственными структурами, оказывающими определенное влияние на элементы кластера [3].

В соответствии с теорией М. Портера структура регионального кластера состоит из компаний, органов государственной власти, образовательных и научных организаций.

Исходя из опыта построения региональных кластеров многих стран мира, можно выделить следующие виды взаимодействия субъектов кластерного объединения:

Япония – концентрация средних и малых фирм вокруг крупной фирмы;

Финляндия, Германия, Франция – взаимодействие бизнеса с научно-исследовательскими и образовательными организациями;

Италия – взаимовыгодное сотрудничество нескольких предприятий крупного, среднего, малого бизнеса без участия науки;

США – концентрация предприятий кластера в одном регионе при эффективном использовании имеющегося природного, инфраструктурного и кадрового потенциала.

Н. Винер предложил следующую классификацию – по особенностям поведения кластеров, разделяя их на пассивные и активные [4].

Активными составляющими элементами регионального кластера являются непосредственные участники кластера, которые при взаимодействии достигают поставленных целей и через участие в региональном кластере.

Пассивными составляющими являются элементы, которые обеспечивают деятельность и развитие регионального кластера.

Эти элементы дополняют недостающие взаимосвязи, обеспечивая социальную, производственную, научную, рыночную, экологическую инфраструктуры, необходимые для обеспечения работы регионального кластера.

Институциональная составляющая регионального кластера представляет собой институты законодательной власти, кодексы поведения, принятые в обществе, определяющие взаимодействие и деятельность данных институтов. Институциональная составляющая регионального кластера имеет важное значение, так как определяет нормы социальных, экономических, организационно-правовых, политических форм взаимодействия, формируя среду кластерного объединения, определяя рамки формального и неформального взаимодействия участников кластера.

Взаимодействие всех составляющих регионального кластера, представляющего целостную систему, лежит в основе процесса синергии, который обеспечивает эффект, значительно превосходящий сумму ее составляющих частей [5].

Целостность региональной системы является важным свойством регионального кластера. Синергетический эффект достигается за счет эффективного взаимодействия и объединения производственных, научно-технических, финансовых, структурных потенциалов, формирующих региональный кластер. Развитие взаимосвязи и эффективного взаимодействия всех составляющих регионально-го кластера определяет процесс интеграцию субъектов кластера.

Совокупность региональных кластеров является составляющей системы более вы-

сокого уровня – системы национальной экономики.

Таким образом, кластерная система является многоуровневой системой, составной частью которой являются подсистемы более низшего уровня.

Необходимо отметить, что взаимодействие бизнеса, государства, наднациональных органов обеспечивать вертикальную целостность системы. Горизонтальные взаимосвязи между участниками кластерных систем интегрирование каждого уровня системы, во взаимосвязи с вертикальными составляющими системы образуют многоуровневую иерархию, образующую многочисленные цепочки, например поставщик–покупатель.

Следует отметить, что данное явление имеет двуединую природу, так как включает сам процесс и результат процесса. С одной стороны, кластерная система находится в движении, развивается и совершенствуется под воздействием меняющихся условий среды, то есть присутствует динамический аспект. С другой стороны, статический аспект обеспечивает целостность системы, упорядочение процессов взаимодействующих составляющих системы, формирующих устойчивые долгосрочные связи. Данные признаки интеграции говорят о возможной адаптации и развитии системы в изменяющихся условиях. Адаптация системы выражается в способности к трансформации (включая структурные преобразования), в условиях изменяющейся окружающей среды. Развитие системы подразумевает приобретение нового качества или состояния.

Применение системного анализа с целью определения основных критериев, определяющих сущность региональной кластеризации, выявления структуры и типизации взаимосвязей субъектов как внутри кластерной системы, так и во взаимодействии с окружающей средой, позволяет сделать вывод, что отличительными свойствами региональной кластеризации являются:

- целостность, проявляющаяся в синергизме интегрированных структур;
- многоуровневость, обусловленная из сложными иерархическими структурами,

включающими множество уровней разнообразных элементов и связей;

- целенаправленность, которая подразумевает подчиненность определенной цели;
- гибкость и адаптивность, которая подразумевает способность к трансформации и приспособлению к изменяющимся условиям окружающей среды.

Функции региональной кластерной системы заключаются в организации, координации, стимулировании, распределении, обеспечении информацией и инновационности проектов.

Реализация данных функций происходит за счет:

- установления взаимовыгодных долгосрочных связей между субъектами регионального кластера;
- координации стратегического развития кооперационных связей отраслей при совместном использовании материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов;
- стимулирования развития региональной экономики на основе «точек роста», что приводит к устойчивому развитию национальной экономики;
- достижения конкурентных преимуществ на основе синергии усилий всех участников кластерной системы;
- формирования многоаспектного подхода к развитию региона с учетом имеющегося потенциала, а также преодоления узкой специализации;
- проведения инновационной политики развития регионов на основе взаимовыгодного развития отношений между бизнесом и наукой по внедрению новых современных технологий, проведению НИОКР, разработке инновационных продуктов;
- формирования информационной составляющей по обеспечению информацией и новыми знаниями, подготовке кадров и обмену опытом.

Таким образом, кластеры способствуют развитию экономики регионов на основе эффективной работы субъектов, входящих в кластер, при использовании и реализации имеющегося потенциала материальных, тру-

довых и финансовых ресурсов при создании новых конкурентоспособных инновационных продуктов путем разработки и внедрения новых инновационных технологий, что приведет к повышению конкурентоспособности экономики регионов, а также повышению конкурентоспособности национальной экономики государства на международном уровне.

Рассмотрение теоретических и методологических аспектов построения кластерных систем в регионах на основе системного подхода позволяет сделать следующие выводы:

- основой методологии построения кластерных систем является совокупность различных теорий и концепций, выявляющих основные преимущества кластерной политики регионов по эффективному размещению и развитию производства, как формы построения региональной конкурентоспособной экономики; развитие современного института формализованных и неформализованных отношений при взаимодействии участников кластера между собой и внешним миром;
- кластерная система построения региональной экономики является объектом системного анализа с присущими ей системными свойствами, выявленными в ходе теоретических исследований, способная к эволюционному развитию;
- региональная кластерная система имеет следующие отличительные признаки: целостность, многоуровневость, целенаправленность, гибкость, способность к адаптации;
- кластеризация имеет двуединую природу, объединяющую процесс и результат: процесс подразумевает появление новых качеств в результате экономического взаимодействия субъектов, результат – сформированная целостная структура регионального кластера, обеспечивающая взаимодействие всех ее составляющих.

Региональная кластеризация является эффективным и научно обоснованным направлением развития экономики регионов на основе взаимовыгодного взаимодействия бизнеса, государства, науки с целью достижения поставленных социально-экономических целей регионального развития,

формирующих конкурентоспособную инновационную экономику региона, готовую динамично развиваться, которая способствует

укреплению национальной экономики и выводу ее на новый эволюционный путь развития.

Список литературы

1. Cluster analysis and cluster-based policy making: the state of the art. In Cluster Analysis and Cluster-based Policy: New perspectives and Rationale in Innovation Policy / T. Roelandt, P. den Hertog // Organisation for Economic Cooperation and Development [Electronic resource]. Paris, 1999. Mode of access: <http://www.oecd.org/dataoecd/56/46/2368978.pdf>. Date of access: 10.08.2010.
2. Freeman C. The «National System of Innovation» in Historical Perspective / C. Freeman // Cambridge Journal of Economics. 1995. Vol. 19, № 1. P. 5–24.
3. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. М.: Изд. дом Вильямс, 2005. 608 с.
4. Лопатников Л. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки. 5-е изд. М.: Дело, 2009. 520 с.
5. Экономика и организация промышленного производства: Учеб. пособие / Под ред. М. Н. Тимохина. 2 изд. М.: Мысль, 1987. 397 с.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫЙ ЭФФЕКТ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

FACTORS ANALYSIS EFFECTING ON THE MULTIPLIER EFFECT IN REGIONAL ECONOMY

УДК 330.123.6



ЛИТВИН Андрей Юрьевич

аспирант Балтийской академии туризма и предпринимательства, Санкт-Петербург, jur_ltv@front.ru

LITVIN Andrey Yurievich

Post-graduate student, Baltic Academy for Tourism and Entrepreneurship, jur_ltv@front.ru

Аннотация.

В работе рассмотрены основные факторы и учетные показатели, влияющие на расчет мультипликативного эффекта в различных отраслях экономики. Исследованы условия и факторы, влияющие на способность туризма вызывать изменение мультипликативного эффекта. Произведена классификация показателей учетной информации, позволяющая объективно оценить исследуемые статистические данные, используемые в расчетах.

Ключевые слова: мультипликативный эффект, туристская деятельность, транспорт, целевая программа.

Abstract.

The article considers the main factors and account factors influencing on calculating multiplier effect in different branches of economy. Conditions and factors effecting tourism ability to cause changes to multiplier effect have been explored. We have performed a categorization of accounting information values allowing to estimate statistical data used in calculations objectively.

Key words: multiplier effect, tourist activity, transport, target programme.

Как известно, показатели оценки вклада отрасли в экономику субъекта Российской Федерации являются важнейшими с точки зрения обоснования необходимости направления государственных и частных инвестиций в определенную сферу деятельности.

Рассматривая наиболее привлекательные отрасли и сферы деятельности Северо-Западного федерального округа с точки зрения привле-

чения инвестиционных ресурсов, по мнению автора, следует акцентировать внимание на исследовании механизма не только влияния, но и формирования мультипликативного эффекта от наиболее перспективных видов экономической деятельности. К таковым, например, можно отнести туризм и транспорт, так как территория Северо-Западного федерального округа представляет собой социально-экономическое

пространство, которое является общностью природно-экономических, демографических, геополитических и иных условий, в рамках которого формируется общерегиональный социально-экономический комплекс, включающий объекты инфраструктуры федерального значения, обеспечивающий удовлетворение общих интересов и потребностей субъектов Российской Федерации, входящих в состав округа.

Геополитические и экономические изменения привели к существенной трансформации роли Северо-Западного федерального округа в экономике Российской Федерации. Сформировалась главная функция округа – обеспечение внешнеэкономических связей России с Европейским союзом и рядом других регионов мира. Это обусловило быстрое развитие транспортной инфраструктуры и трансграничного сотрудничества, а также ориентацию значительной части бизнеса на обслуживание внешнеэкономических связей [1].

В обслуживании внешнеэкономических связей прежде всего участвует инфраструктура, входящая в сферу туризма. Глобальная тенденция современного мира характеризуется возрастанием роли и значения туризма для личности, общества и государства и требует всестороннего изучения и анализа.

Туристские поездки в современном мире – это неотъемлемая часть жизни человека, связанная с реализацией его права на отдых и досуг, свободу передвижения, права на доступ к культурным ценностям, а также иных общепризнанных прав и свобод человека и гражданина. Наряду с этим туризм выполняет социально-экономические, культурно-экологические, международные и иные функции.

Широко признан мультипликативный эффект туризма, под которым понимается его способность, благодаря инициации спроса, вызывать необходимость развития многих удовлетворяющих этот спрос производств на территориях, посещаемых туристами. Как правило, имеются в виду не только те организации, существование которых обусловлено работой непосредственно с туристами (туроператоры, турагенты), но и средства размещения, организации общественного питания,

транспорт, музеи, театры, иные объекты туристского показа, т. е. организации, которые в той или иной степени участвуют в обслуживании туристов. Поэтому является актуальным исследование условий и факторов, влияющих на способность туризма вызывать изменение мультипликативного эффекта, а также разработка классификации показателей учетной информации, позволяющих объективно оценить исследуемые статистические данные, используемые в расчетах.

Исходя из сложившейся методологии исследования сферы туризма в России туризм рассматривается не только как путешествия отдельных граждан, но и как сложный межотраслевой объект государственно-правового воздействия.

Так, в 2012 г. общемировой показатель поступлений от международного туризма вырос на 4% и составил 1,075 триллиона долларов [2]. Российскими туристами в прошлом году было совершено около 50 млн путешествий по территории Российской Федерации и за ее пределами. Доля туризма в валовом внутреннем продукте России (ВВП) составила 2,6%, а с учетом мультипликативного эффекта – 7% [3; 4]. На диаграмме показаны доходы от туризма в ВВП страны [5].

Однако на фоне стремительного роста числа путешествий граждан, возрастания роли и значения туризма для Российской Федерации увеличивается и количество внутренних и внешних угроз безопасности, которые становятся все более разрушительными и менее предсказуемыми. Опасности природного и техногенного характера, включая чрезвычайные экологические ситуации, часто сопровождают туристов во время их путешествий.

За 2006–2010 гг. в рамках внутреннего туризма только в 59 субъектах Российской Федерации при занятии активными видами туризма погибли 1089 человек, пропали без вести 267 туристов, 6627 получили травмы различной степени тяжести. В 2010 г. российскими туристами при совершении международных путешествий было заключено 2 316 729 договоров страхования от несчастных случаев и болезней, страховые выплаты по которым составили 450 890 тыс. руб. [6].

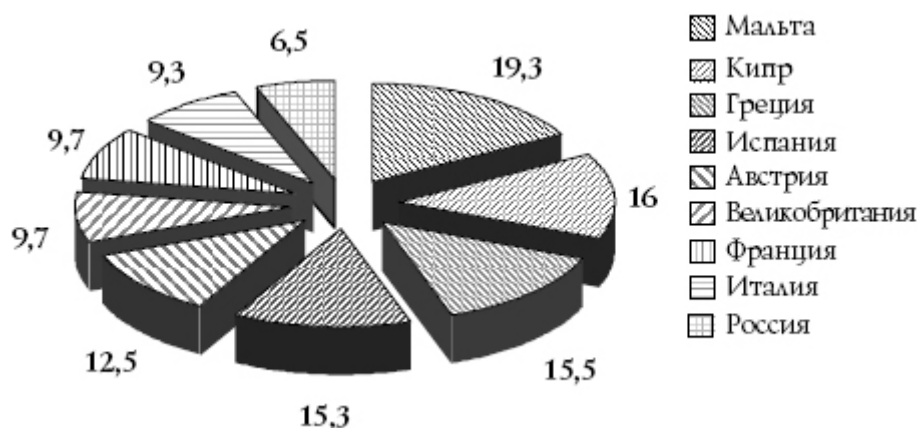


Рисунок
Доходы от туризма в ВВП страны с учетом мультипликативного эффекта [5]

В 2009–2010 гг. за страховой помощью обратились около 152 000 российских туристов, находившихся за рубежом, 78 человек погибли, 35 277 получили травмы.

В течение 2011 г. медицинская помощь потребовалась более чем 1200 российским туристам, которые путешествовали по двум крупнейшим туристским регионам Турецкой республики (Анталья и Мугла), 43 человека погибли, 167 человек получили травмы в ДТП. За 2007–2011 гг. общий объем финансовых компенсаций, выплаченных туристам страховыми организациями по договорам страхования гражданской ответственности туроператоров, составил более 125 млн руб. [7].

В международном рейтинге туристской конкурентоспособности, который ежегодно определяется экспертами Всемирного экономического форума (ВЭФ), Российская Федерация в вопросах обеспечения безопасности туризма пока занимает 113-е место из 139 государств [8].

Основная туристская деятельность, как и любая другая хозяйственная деятельность, осуществляется в регионах РФ. При этом каждый регион имеет собственные, присущие только ему туристско-рекреационные условия и факторы осуществления туристско-рекреационной деятельности: туристско-рекреационные ресурсы, особенности их размещения, инфраструктуру, территориальную и отраслевую структуру управления, образуя

тем самым как специфические региональные туристско-рекреационные пространства (территориальные зоны), кластеры, так и саму систему экономического обеспечения региональной туристской деятельности. В настоящее время российская туристская индустрия представлена более чем 11 700 гостиницами и другими коллективными средствами размещения, классификация которых регламентируется приказом Минкультуры РФ [9], а также 4770 туроператорами, гражданско-правовая ответственность которых перед туристами застрахована на общую сумму 75 млрд руб. В производство товаров, работ и услуг в сфере туризма вовлечено более 20 видов экономической деятельности, предоставляющих работу более чем 2,6 млн человек.

В соответствии с целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [10] в 2011–2014 гг. в России запланирована реализация пилотных проектов по созданию туристских и автотуристских кластеров, которые окажут существенное влияние на систему экономического обеспечения региональной туристской деятельности.

Таким образом, на отдельных территориях регионов, формирующих в совокупности перспективные туристские направления Российской Федерации, создаются условия для ускоренного развития туристской инфраструктуры, обеспечивающей интенсивный

прирост внутреннего и въездного туристских потоков, а также оказывающей мультипликативный эффект на развитие сферы сопутствующих услуг и смежных отраслей национальной экономики.

По мнению экспертов, реализация программы обеспечит создание 2–5 тыс. рабочих мест (с учетом мультипликативного эффекта) и увеличение туристского потока на 200–400 тыс. человек. Бюджетный эффект от реализации программы выражается в предполагаемых поступлениях в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации (включая внебюджетные фонды) в процессе и по результатам реализации мероприятий программы, а также в экономии средств федерального бюджета.

Бюджетные поступления предполагаются за счет увеличения налоговых поступлений от развития и создания объектов туристской инфраструктуры и работы организаций сферы туризма. Бюджетная экономия возникает в результате повышения эффективности государственных инвестиций за счет мультипликативного эффекта и привлечения частных инвесторов, а также за счет экономии в связи с повышением занятости населения и экономическим развитием регионов.

С учетом большого количества инвестиционных проектов, показатели эффективности указанной программы определяются на основе оценок сроков окупаемости отдельных проектов с учетом их удельного веса в общих расходах. При этом мультипликативный эффект в смежных отраслях экономики и социальной сфере принимается равным 20 процентам величины эффекта в туристской сфере (минимальный уровень оценки мультипликативного эффекта).

Как известно [12], превращение объективно существующих экономических возможностей региона в его способность удовлетворять все туристские потребности в количественном и качественном отношении, возможно только с возникновением и осуществлением региональной туристской деятельности путем ее экономического обеспечения и посредством хозяйственного механизма – специфического инструмента воспроизводства туристского продукта.

Одним из основных методических документов, позволяющих получить достоверную информацию о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации, воспроизводстве туристского продукта, является приказ Федерального агентства по туризму № 69 от 18.07.2007 г. [13].

В настоящее время различные учетные показатели сферы туризма содержатся в более чем 50 статистических формах.

Например, из формы № 8-НК «Сведения о деятельности музея» следует воспользоваться информацией о количестве посетителей, содержащейся в разделе VI (строка 25); а форма № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы» – в строке 55 содержит информацию о численности обслуженных туристов в данном регионе. При этом обследование проводится на наиболее посещаемом туристском объекте (объектах) в субъекте Российской Федерации, в разгар туристского сезона, с учетом среднегодового уровня загрузки имеющихся на территории субъекта Российской Федерации коллективных средств размещения (КСР) и в случае его низкого значения, принимаются во внимание причины, по которым туристы предпочитают другие способы временного проживания.

Для расчета туристского потока в субъекте Российской Федерации по итогам года используются данные, позволяющие рассчитать объем туристского потока, таблица 1. Объем туристского потока – важнейший показатель состояния туристского рынка. Его динамика является одним из главных индикаторов эффективности государственной политики в сфере туризма, дает ориентиры выработки стратегии и тактики действий субъектам туристского рынка.

В результате обследований формируются данные по таким показателям, как оборот сферы туризма, налоговые поступления в бюджет субъекта Российской Федерации от сферы туризма, количество занятых в сфере туризма.

Для более детального, поквартального расчета туристского потока в регионе используется таблица 2.

Таблица 1
Объем туристского потока субъекта РФ в 20_ году

№	Наименование показателей
1	Количество коллективных средств размещения (КСР)/номеров/мест, всего, ед.
2	Средний коэффициент загрузки КСР по региону (К), %
3	Число туристов, размещенных в КСР, всего
	из них:
3.1	граждан России
3.2	иностранцев граждан
4	Число туристов, размещенных не в КСР, всего
	из них:
4.1	граждан России
4.2	иностранцев граждан
5	Коэффициент досчета Q
6	Общий объем туристского потока в регионе из них
6.1	граждан России
6.2	иностранцев граждан

Таблица 2
Объем туристского потока субъекта РФ в _ квартале 20_ года

№	Наименование показателей
1	Количество коллективных средств размещения (КСР), представивших квартальный отчет по форме N 1-КСР (краткая), всего, ед.
2	Средний коэффициент загрузки КСР (К1), сдавших отчет в отчетном периоде, %
3	Число туристов, размещенных в КСР, всего
	из них:
3.1	граждан России
3.2	иностранцев граждан
3.3	число туристов, размещенных в представивших квартальную отчетность КСР, всего
	из них:
3.3.1	граждан России
3.3.2	иностранцев граждан
3.4	число туристов, размещенных в не представивших квартальную отчетность КСР, всего
	из них:
3.4.1	граждан России
3.4.2	иностранцев граждан
4	Число туристов, размещенных не в КСР, всего
	из них:
4.1	граждан России
4.2	иностранцев граждан
5	Общий объем туристского потока в регионе , всего
	из них:
5.1	граждан России
5.2	иностранцев граждан

Как следует из анализа таблиц 1 и 2, объем туристского потока в субъекте Российской Федерации измеряется в «количестве человек». В результате, один и тот же турист при посещении одной и той же территории будет учтен несколько раз, в зависимости от того, сколькими средствами проживания он воспользовался в этот период. Следовательно, анализируемые сведения будут представлять не величину туристского потока, а число поездок.

При формировании учетных показателей необходимо различать понятия «турист» и «экскурсант», ключевым признаком отличия, которых является период пребывания: если, это период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляется не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания, то это турист; если период пребывания менее 24 часов без ночевки – экскурсант.

Следовательно, главные отличия экскурсанта от туриста – это пребывание менее суток и отсутствие ночевки в месте пребывания. Так, многие популярные среди туристов дестинации, например города Московской и Ленинградской, Псковской и Тверской областей часто являются транзитными пунктами туристических маршрутов или маршрутами выходного дня и посещаются, как правило, экскурсантами. В качестве туристов эти люди будут учтены в тех пунктах своего маршрута, где они размещены в КСР, или (если они временно проживают на круизном судне) по месту регистрации организации – собственника круизного судна. Но по отношению к транзитным местам посещения они – экскурсанты.

Методы обследования должны предусматривать механизм отделения туристов от однодневных посетителей и местных жителей.

Определение вклада сферы туризма в экономику субъекта Российской Федерации производится с учетом мультипликативного эффекта туризма на основе экспертных оценок. Экспертные оценки базируются на результатах проведения специальных обследований, которые включают специальные вопросы, касающиеся суммы и видов расходов туристов. Кроме того, для определения мультиплика-

тивного эффекта от туризма в обследование включаются организации, связанные с обслуживанием туристов: коллективные средства размещения, предприятия общественного питания, средства транспорта, культурные, зрелищные, спортивные организации, природные, исторические и другие объекты.

Как было отмечено, развитие туризма неразрывно связано с развитием элементов системы экономического обеспечения, объектов инфраструктуры, одной из которых является транспортная инфраструктура. В настоящее время в России идет реализация целевой программы «Развитие транспортной системы России (2010–2015 годы)» [11].

Развитие транспортной системы страны становится в настоящее время необходимым условием реализации инновационной модели экономического роста Российской Федерации и улучшения качества жизни населения. Несмотря на благоприятные тенденции в работе отдельных видов транспорта, транспортная система не в полной мере отвечает существующим потребностям и перспективам развития Российской Федерации.

Несбалансированное и несогласованное развитие отдельных видов транспорта в условиях ограниченности инвестиционных ресурсов привело к их нерациональному соотношению в транспортном балансе страны. Как известно, ослаблены позиции гражданской авиации и внутреннего водного транспорта, что не позволяет в полной мере использовать конкурентные преимущества этих видов транспорта для увеличения объемов грузовых и пассажирских перевозок, наращивания и реализации транзитного потенциала страны. Значительные резервы повышения эффективности функционирования транспортной системы выявляются на стыках взаимодействия отдельных видов транспорта, где имеют место наибольшие потери и диспропорции [7].

Региональная неравномерность развития транспортной инфраструктуры ограничивает развитие единого экономического пространства страны и не позволяет в полной мере осваивать ресурсы регионов. Наиболее существенны различия между европейской частью Российской Федерации и региона-

ми Сибири и Дальнего Востока. Различия в транспортном обеспечении между субъектами Российской Федерации достигают недопустимого уровня.

На момент начала реализации программы пять субъектов Российской Федерации не имели железных дорог, 40 тыс. населенных пунктов не обеспечены постоянной круглогодичной связью с транспортной сетью общего пользования по автомобильным дорогам с твердым покрытием. Из-за отсутствия транспортного железнодорожного обеспечения не осваиваются 23 разведанных крупных месторождения природных ресурсов. Различия между отдельными субъектами Российской Федерации по плотности дорог с твердым покрытием в расчете на 1000 кв. км достигают 450 раз.

Несоответствие уровня развития автомобильных дорог уровню автомобилизации и спросу на автомобильные перевозки приводит к существенному росту расходов, снижению скорости движения, продолжительным простоям транспортных средств, повышению уровня аварийности.

За последние 10 лет при росте уровня автомобилизации на 85% увеличение протяженности автомобильных дорог общего пользования составило лишь 15,7%, то есть темпы роста автомобилизации значительно опережают темпы роста протяженности сети автомобильных дорог.

По оценкам экспертов, потери Российской Федерации, обусловленные неразвитостью и низкой пропускной способностью сети автомобильных дорог, составляют 3 % валового внутреннего продукта, что в шесть раз выше, чем в странах Европейского союза.

Доля протяженности автомобильных дорог федерального значения, работающих в режиме перегрузки, достигла 29% (14 тыс. км), а в пределах Московского транспортного узла – более 60%. Около 50% общего объема перевозок по автомобильным дорогам федерального значения осуществляется в условиях превышения нормативного уровня загрузки дорожной сети, что приводит к увеличению себестоимости перевозок, снижению безопасности движения.

Бездорожье и неудовлетворительное состояние сети автомобильных дорог являются серьезным ограничением на пути перехода к инновационной модели социально-экономического развития страны.

Транзит через территорию Российской Федерации составляет менее 1% товарооборота между странами Европы и Азии, то есть используется только 5–7% ее транзитного потенциала.

Создание современной и эффективной транспортной инфраструктуры позволит обеспечить территориальную целостность государства, интеграцию регионов России в единое экономическое и оборонное пространство, ускорить развитие мультимодальных перевозок, обеспечить выходы к труднодоступным сырьевым базам, комплексное освоение Сибири и Дальнего Востока, снизить долю транспортных издержек в стоимости готовой продукции.

С учетом большого количества инвестиционных проектов, включенных в вышеуказанную программу, а также предварительного характера проработки большинства из них показатели эффективности программы определяются на основе экспертных оценок сроков окупаемости отдельных проектов с учетом их удельного веса в общих расходах. При этом мультипликативный эффект в нетранспортных отраслях экономики и социальной сфере принимается равным 20 процентам величины эффекта на транспорте.

Приведенный в программе [7] мультипликативный эффект формируется за счет следующих основных факторов:

- роста производительности труда за счет внедрения новых технологий работы;
- увеличения объема и качества перевозок, что обеспечит сокращение потерь при перевозках грузов;
- снижения потребности в материальных ресурсах за счет проведения модернизации инфраструктурных объектов и подвижного состава;
- создания дополнительных рабочих мест в регионах в связи с расширением объектов производственного назначения и, как следствие, увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней;

- внедрения ресурсосберегающих технологий.

Таким образом, туризм как сфера экономической деятельности обладает значительным мультипликативным эффектом, рост туристского потока на территории инициирует

развитие всего комплекса взаимосвязанных отраслей: транспорта, гостиничного обслуживания, общественного питания, дорожного строительства, розничной торговли и др. и служит мощным ускорителем регионального развития.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 18.11.2011 № 2074-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 года».
2. World Tourism Organization UNWTO « В 2012 году доходы от международного туризма выросли на 4%» URL: www.media.unwto.org/ru/press-release/2013-05-15/v-2012-godu-dokhody-ot-mezhdunarodnogo-turizma-vyrosli-na-4 (дата обращения: 15.05.2013).
3. Туризм в цифрах. М.: ИИЦ "Статистика России", 2011. С. 39.
4. INFOX.RU Доля туризма в российском ВВП достигла около 7% URL: www.infox.ru/tourism/russia/2011/12/13/Dolya_turizma_v_ross.phtml (дата обращения: 13.12.2011).
5. Webeconomy.ru Международный туризм. URL: www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=977&type=news (дата обращения: 17.12.2012).
6. Писаревский Е. Л. Туризм и обеспечение его безопасности: административно-правовой аспект: Монография. М.: Юрист, 2011. 496 с.
7. Данные МЧС России, ФСФР, Всероссийского союза страховщиков (ВСС), Генерального консульства Российской Федерации в Анталье (Турецкая Республика) // Материалы итоговой коллегии Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации (2010 г.) (документ опубликован не был).
8. Отчет 2011 г. о конкурентоспособности в туристской индустрии. Управление в условиях турбулентности. Всемирный экономический форум. URL: <http://www.weforum.org> (дата обращения: 13.12.2011).
9. Приказ Минкультуры России от 03.12.2012 № 1488 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».
10. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 (ред. от 18.09.2012) «О федеральной целевой программе “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)”»
11. Постановление Правительства РФ от 05.12.2001 № 848 (ред. от 27.12.2012) «О федеральной целевой программе “Развитие транспортной системы России (2010–2015 годы)”»
12. Шайдаров А. Ю. и др. Хозяйственный механизм формирования и реализации туристского потенциала региона: Монография. СПб.: Д.А.Р.К., 2005.
13. Приказ Федерального агентства по туризму от 18 июля 2007 г. № 69 «Об утверждении порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации».

ВИДЫ РИСКОВ И МЕТОДЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

TYPES OF RISKS AND METHODS OF THEIR MINIMIZATION IN THE CRISIS MANAGEMENT IMPLEMENTATION IN SMALL BUSINESSES IN HOTEL SERVICES

УДК 338.46



ЖУКОВ Дмитрий Валерьевич

специалист кафедры гостеприимства и межкультурной коммуникации Санкт-Петербургского государственного экономического университета, d_v_zhukov@list.ru

ZHUKOV Dmitry Valerievich

Specialist of the Hospitality and Cross-Cultural Communication Department of Saint-Petersburg State University of Economics, d_v_zhukov@list.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются подходы к пониманию рисков, их виды и методы минимизации рисков в процессе антикризисного управления малыми предприятиями сферы гостиничных услуг.

Ключевые слова: риски, минимизация, малые предприятия сферы гостиничных услуг, антикризисное управление.

Abstract.

The article considers the approaches to the understanding of risks, their types and methods of minimizing risks in the process of crisis management of small businesses in hotel services.

Key words: risk, minimization, small businesses in hotel services, crisis management.

Сегодня сфера услуг достаточно динамично развивается, постепенно становясь наиболее значимым сектором мировой экономики. Однако возможность максимально стремительного развития отрасли сферы услуг в экономике Российской Федерации, как, впрочем, и на международном уровне, очень сильно

ограничена. В России показатель развития предприятий сферы услуг на данный момент несколько ниже, чем в западных странах. Это обусловлено рядом факторов, к которым, прежде всего, можно отнести: низкий уровень развития экономики по сравнению с ведущими странами: США, Великобританией и Гер-

манией, а также некоторой законодательной нестабильностью, вызванной постоянными попытками реформировать экономическую систему. Однако в России предприниматели и государственные деятели вполне успешно используют опыт зарубежных стран для увеличения темпов роста сектора сферы услуг. И, тем не менее, несмотря на все усилия государств и предприятий, направленные на оптимизацию управления, сфера услуг на сегодняшний день остается самой опасной с точки зрения влияния разного рода рисков на работу предприятия.

В условиях кризиса нестабильность внешней и внутренней среды возрастает, соответственно увеличивается и вероятность еще большего усугубления негативных сторон кризисных явлений в связи с увеличением доли неблагоприятных рисков в деятельности предприятий сферы услуг.

Тема различного рода рисков является сегодня наиболее актуальной в научных исследованиях многих деятелей науки [1]. Поэтому при антикризисном управлении малым предприятием сферы гостиничных услуг менеджменту важно четко знать виды рисков, степень их влияния на предприятие; уметь определять наиболее подверженные рискам объекты малого предприятия сферы гостиничных услуг, ранжировать доли рисков при осуществлении антикризисного управления; знать способы минимизации и борьбы с рисками, а также уметь предотвратить возникновение рисков.

На сегодняшний день существует множество рисков, способных отразиться на работе малого предприятия сферы гостиничных услуг, особенно в условиях нестабильности или кризиса. Среди большого числа рисков необходимо выделить наиболее вероятные для малых предприятий сферы гостиничных услуг.

Предпринимательский риск, определяемый в Законе РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» как инициативная, самостоятельная деятельность граждан и их объединений, осуществляемая на свой страх и риск, под свою имущественную ответственность и направленная на получение прибыли [2].

Однако основными при антикризисном управлении малым предприятием сферы гостиничных услуг будут управленческие риски – риски, возникающие в системе управления различными областями сферы жизни общества [3].

В процессе своей деятельности любое предприятие, в том числе и малое предприятие сферы гостиничных услуг, всегда подвергается воздействию различных рисков. Самая распространенная классификация рисков, влияющих на работу предприятий, – это разделение рисков на внешние и внутренние.

К внутренним рискам относят риски, вызванные внутренними причинами: управленческие риски, риски в операционной деятельности, риски при обеспечении сервиса отеля (качественные риски), риски, связанные с кадрами, риски инновационной составляющей, финансовые риски, стратегические риски, имущественные риски, коммерческие риски.

Управленческие риски – риски, связанные с просчетами в период принятия и исполнения управленческих (в период кризиса – антикризисных) решений. К ним относятся: риск неправильного решения, риск несвоевременного решения, риск невозможности реализации, риск несопоставимости, несоответствие результата поставленным задачам и т. д.

Риски в операционной деятельности малого предприятия сферы гостиничных услуг – риски связанные со сбоем операционной деятельности предприятия. К операционным рискам относятся: невыполнение планов, затоваривание складов, сбой в поставках и т. п.

Риски при обеспечении сервиса отеля (качественные риски) – риски влияющие на качество предоставляемого малым предприятием сферы гостиничных услуг сервиса гостю. К рискам подобного рода относят все риски, проявляющимся в ухудшении качества обслуживания, невнимании к гостям, некачественной уборке номеров, несвоевременной помощи гостям, невнимании персонала к посетителям, и т. п.

Риски, связанные с кадрами – риски, отражающиеся на мотивации, лояльности и, как следствие, на качестве работы персонала малого предприятия сферы гостиничных услуг.

К рискам кадров относятся: принятие на работу неэффективного сотрудника, снижение мотивации персонала, кадровая «утечки», кризиса корпоративной политики, снижение результативности работы команды и каждого отдельного сотрудника, утрата лояльности сотрудника к предприятию, снижение дисциплины сотрудников и пр.

Риски инновационной составляющей – риски, возникающие при отсутствии или при внедрении инноваций на малом предприятии сферы гостиничных услуг. К этим рискам на малых предприятиях сферы гостиничных услуг можно отнести: сопротивление персонала нововведениям, неприятие нововведений клиентами, неэффективность инновации, удорожание стоимости инновации в процессе ее внедрения, усложнение внедрения инновации по сравнению с запланированной, легкость копирования инновации конкурентами и т. д.

Финансовые риски – риски, связанные с ведением финансовой деятельности малого предприятия сферы гостиничных услуг. К финансовым рискам в период кризиса относят: снижение ликвидности активов предприятия, увеличение издержек, снижение рентабельности, увеличение кредитной задолженности, уменьшение прибыльности бизнеса и т. д.

Стратегические риски – риски малого предприятия сферы гостиничных услуг, выражающиеся в погрешностях или неадекватности направления развития окружающей обстановки. К стратегическим рискам в кризисный период относят: снижение конкурентоспособности, неправильный выбор модели развития, несоответствие намеченной перспективы реальным результатам, нехватка ресурсов, банкротство и т. д.

Имущественные риски – риски, связанные с движимой, недвижимой и инвентарной собственностью малого предприятия сферы гостиничных услуг. К имущественным рискам относятся риски быстрого списания имущества, износа основных фондов, порчи мебели и инвентаря и т. п.

Коммерческие риски – риски, связанные с коммерческой деятельностью малого пред-

приятия сферы гостиничных услуг. Коммерческие риски в период кризиса выражаются в несвоевременных выплатах контрагентов, отказах гостей оплачивать проживание, рисках, связанных с реализацией услуги на рынке, риске снижения спроса и т. п.

К внешним рискам относятся риски, влияющие на малое предприятие сферы гостиничных услуг извне (риски в политической сфере, клиентские риски, законодательные риски, экономические риски, социальные риски, риски при работе с партнерами, криминальные риски).

Риски в политической сфере – виды рисков, влияющие на работу малого предприятия сферы гостиничных услуг, которые вызваны политической деятельностью государств. К политическим рискам относятся: ухудшение ситуации с визовым режимом, враждебность проводимой государством политики по отношению к отдельному бизнесу, повышение налогов, административно-политическое давление и т. д.

Законодательные риски – риски неблагоприятного влияния на работу малого предприятия сферы гостиничных услуг, вызванные изменениями в нормативно-правовой деятельности государства. К подобным рискам относят: принятие неблагоприятного законопроекта, ужесточение уже существующего законодательства.

Клиентские риски – риски, которые выражаются в неблагоприятной конъюнктуре отношения гостей к малому предприятию сферы гостиничных услуг. Подобного рода риски обычно выражаются в падении спроса, неудовлетворенности клиентов, уходе гостей к конкурентам, снижении платежеспособности клиентов и пр.

Экономические риски – риски экономической сферы жизни общества, способные отразиться на работе малого предприятия сферы гостиничных услуг в условиях кризиса. Экономические риски в период кризиса – это инфляционный риск, рецессия, дефляционный риск, снижение уровня дохода гостей и т. д.

Социальные риски – риски, обусловленные особенностями развития социальной сферы,

вызванные, как правило, нестабильностью или застоем социальной жизни общества, которые могут отразиться на работе малого предприятия сферы гостиничных услуг в условиях кризиса. К социальным рискам можно отнести: усиление межнациональной вражды, социальную депрессию и т. п.

Риски в работе с партнерами – риски, связанные с работой малого предприятия сферы гостиничных услуг с партнерами, поставщиками или иными контрагентами. К таким рискам можно отнести: несвоевременные поставки, срыв договоров, повышение цен на товары или услуги поставщиками, завышение процента партнерами, отказ от сотрудничества, порча имущества.

Криминальные риски – риски, отражающиеся на безопасности ведения бизнеса малым предприятием сферы гостиничных услуг, а также на безопасности персонала и гостей. К рискам обеспечения безопасности относятся: риски пожаров, ухудшение криминогенной обстановки, критический износ здания отеля, риски аварий и катастроф в сфере ЖКХ, рейдерский захват малого предприятия сферы гостиничных услуг и т. д.

Риски наступления форс-мажорных обстоятельств – возникновение незапланированных обстоятельств непреодолимой силы, вызванных внешними факторами и влияющих на работу малого предприятия сферы гостиничных услуг. К подобного рода обстоятельствам относят различные стихийные бедствия, революции, катаклизмы и пр.

Зарубежные и отечественные ученые внесли значительный вклад в формирование моделей и разработку рекомендаций по управлению рисками в предпринимательской деятельности. Вместе с тем для обеспечения антикризисного управления малым предприятием сферы гостиничных услуг необходимо адаптировать некоторые из моделей. Адаптация методов управления рисками для малого предприятия сферы гостиничных услуг необходима, прежде всего, для узкоспециализированного практического применения в условиях кризиса.

Интегрирование инструментария по управлению рисками в процесс антикризисного управления позволит не только снизить долю рисков, влияющих на малое предприятие сферы гостиничных услуг, но и наиболее безопасно и эффективно проводить антикризисную политику.

Самый лучший способ избегания рисков – это их предупреждение. Практически очень трудно предупредить возникновение рисков в процессе антикризисного управления, когда усугубляется воздействие кризисных явлений на малое предприятие сферы гостиничных услуг. Концентрация внимания на предупреждении рисков в данном случае будет малоэффективна, но потребует большого количества сил и времени. Однако методика предупреждения рисков достаточно успешно будет работать на этапе антикризисной профилактики или формирования антикризисной стратегии. В случае, когда процессы антикризисного управления еще не запущены или только формируются, наиболее разумно закладывать методику предупреждения рисков в процессы антикризисного управления. Своевременность использования метода предупреждения позволит сэкономить драгоценное в период кризисных ситуаций время, в полной мере использовать небольшие для малого предприятия запасы человеческих ресурсов во время совещаний и более полно оценить стратегии антикризисного управления с точки зрения рисков.

Метод ухода от рисков для малого предприятия сферы гостиничных услуг выражается в умении менеджмента в ходе антикризисного управления лавировать между грозящими рисками таким образом, чтобы минимизировать их возникновение. Уход от рисков в практике антикризисного управления реализуется в большинстве случаев путем возложения исполнения определенных работ на профессионалов, отказа от сомнительных контрактов, пересмотра работы с поставщиками услуг, соблюдения всех установленных правил пожарной и санитарной безопасности, закупки лицензионных программ, своевременных вы-

плат персоналу и т. д. Своевременный уход от большинства рисков в гостиничном бизнесе сделает антикризисную политику малого предприятия сферы гостиничных услуг более безопасной.

Метод минимизации рисков для малого предприятия сферы гостиничных услуг имеет два целевых ориентира:

1. Снижение воздействия рисков – снижение вероятности получения негативного результата.

2. Уменьшение количества рисков – уменьшение количества рисков, отрицательно воздействующих на малое предприятие сферы гостиничных услуг.

Очень важно понимать, что снижение доли рисков, воздействующих на малое предприятие сферы гостиничных услуг, реализуется путем своевременной помощи гостям, заблаговременного подписания более длительных соглашений с максимально удобными контрагентами, постоянной оптимизации финансовых потоков, улучшения качества обслуживания гостей. Уменьшение количества рисков реализуется с помощью их устранения, предупреждения, ухода от них.

Метод замещения рисков предусматривает использование рисков, прямо не направленных на работу малого предприятия сферы гостиничных услуг, но способных компенсировать негативное воздействие других рисков. Практически это очень сложно реализуемая модель работы с рисками, хотя она требует не столько материальных или временных ресурсов, сколько сообразительности и опыта антикризисных управляющих. Например, при формировании политики замещения кадровых рисков необходимо учитывать социальные риски, которые можно положительно использовать для формирования кадровой политики малого предприятия сферы гостиничных услуг. К подобным рискам можно отнести, например, риски потери работы в условиях экономического кризиса, описанные многими учеными [4]. Таким образом, можно сказать, что при усугублении кризисных ситуаций на предприятии именно владение тех-

никой замещения неблагоприятных рисков полезными, поможет даже в самое трудное время планировать и реализовывать стратегии антикризисного управления.

Метод контроля рисков направлен на создание стратегии, учитывающей работу малого предприятия в сфере гостиничных услуг в зоне высоких, сложнейтрализуемых рисков. Этот метод широко используется в антикризисном управлении, он вполне приемлем, когда необходимо в ускоренных темпах осуществить какой-либо очень важный проект, реализация которого либо очень важна стратегически для малого предприятия сферы гостиничных услуг, либо направлена на решения комплекса очень важных проблем, либо обещает многократную прибыль бизнесу. Примером метода контроля рисков может быть вложение средств в инвестиционный проект, сопряженный с высокой долей рисков при его реализации, например создание в отеле конференц-зала в надежде на выход на новый сегмент рынка. Работа в зоне повышенных рисков также является непреодолимым обстоятельством в случае, если риски невозможно предупредить, избежать, минимизировать или заместить, так как ситуация, сложившаяся в ходе глубокого кризиса предприятия, сама по себе не позволяет оптимизировать работу с рисками. В данном случае менеджмент малого предприятия сферы гостиничных услуг должен контролировать критичность состояния или внедрения определенных процессов, не считаясь с рисками, чтобы не ухудшить положение предприятия. Примером этого могут быть попытки вложения средств в отель, находящийся на стадии банкротства, выплаты по кредитам и ссудным процентам.

Метод перераспределения (диверсификации) рисков – метод, в основе которого лежит перераспределение с целью снижения критичности воздействия на малое предприятие сферы гостиничных услуг. Умелое применение данного метода очень важно для любого предприятия в период кризиса. Суть метода диверсификации заключается в распределе-

нии рисков таким образом, чтобы снизить вероятность потерь за единичный период. Практически метод диверсификации чаще всего применяется в ходе распределения избыточных денежных средств в виде инвестиций в различные направления. Другим примером применения метода диверсификации рисков в период антикризисного управления малым предприятием сферы гостиничных услуг может быть разработка мероприятий по привлечению новых гостей в отель – выход на новый сегмент рынка с целью уменьшить риск снижения уровня заполняемости отеля. Обратной стороной позитивных моментов диверсификации рисков может быть то, что при снижении критичности одного риска появляется несколько других, однако в период кризиса, когда нужно зачастую просто выиграть время, пережить негативные последствия нестабильности, данный метод является достаточно эффективным.

Метод возмещения потерь применительно к малому предприятию сферы гостиничных услуг характеризуется попытками компенсации потерь неблагоприятных рисков. Метод возмещения потерь, в отличие от метода замещения рисков, направлен на возмещение негативных последствий рисков. Таким образом, поиск путей возмещения потерь акцентируется на результате риска, а не на оптимизации ситуации, влияя на риск. Метод возмещения потерь должен применяться постоянно, в какой бы ситуации малое предприятие сферы гостиничных услуг не находилось. В период антикризисного управления расчет на возмещение потерь должен закладываться в любое антикризисное решение, процесс, стратегию. На практике самым простым и эффективным способом является страхование, однако не все страховые компании согласны взять на себя страхование всех грозящих предприятию рисков. Тем не менее перевод и оценка рисков в финансовом эквиваленте, а также умение перетрансформировать определенные риски на приемлемый страховыми компаниями уровень дает возможность застраховать достаточно солидной доли рисков, грозящих мало-

му предприятию сферы гостиничных услуг в условиях кризиса.

Умение своевременно и сбалансированно использовать все вышеперечисленные методы работы с рисками – это важная составляющая деятельности менеджеров при антикризисном управлении малого предприятия сферы гостиничных услуг.

Очень важно создать рабочую наглядную схему, которая сможет отразить противодействие рискам антикризисной политики малого предприятия сферы гостиничных услуг, как это показано на рисунке 1. Под тонкими стрелками подписывается вид риска, а на толстых стрелках пишется конкретный метод борьбы с этим риском. Причем следует обратить внимание, что количество воздействующих рисков на малое предприятие сферы гостиничных услуг должно равняться количеству методов борьбы с рисками. Если нет способа или метода адекватного противостояния риску, то на стрелочке метода пишется «Принять меры». В рабочей схеме, как и на схеме, показаны на рисунке 1, длина стрелок может быть различной, так как определяется она степенью воздействия и уровнем противостояния кризиса методу и наоборот. Более подробно момент баланса и противопоставления отражен на рисунке 2. Визуальное изображение шкалы силы рисков и шкалы силы метода противодействия рискам выражены в процентах и показывают степень силы.

Для удобства пользования и концентрации внимания менеджеров на состоянии рисков на их предприятии предлагается занести шкалы с рисунка 2 в электронные органайзеры. Для определения уровня силы рисков и методик противодействия рискам менеджерам малых предприятий сферы гостиничных услуг предлагается использовать следующие методы: метод экспертной оценки [5; 6]; аналитический метод (построение SWIFT-модели, анализ контрольных точек рисков [7]); анализ сценариев; предварительный анализ опасностей [8].

Оценка рисков в антикризисном управлении малого предприятия сферы гостинич-

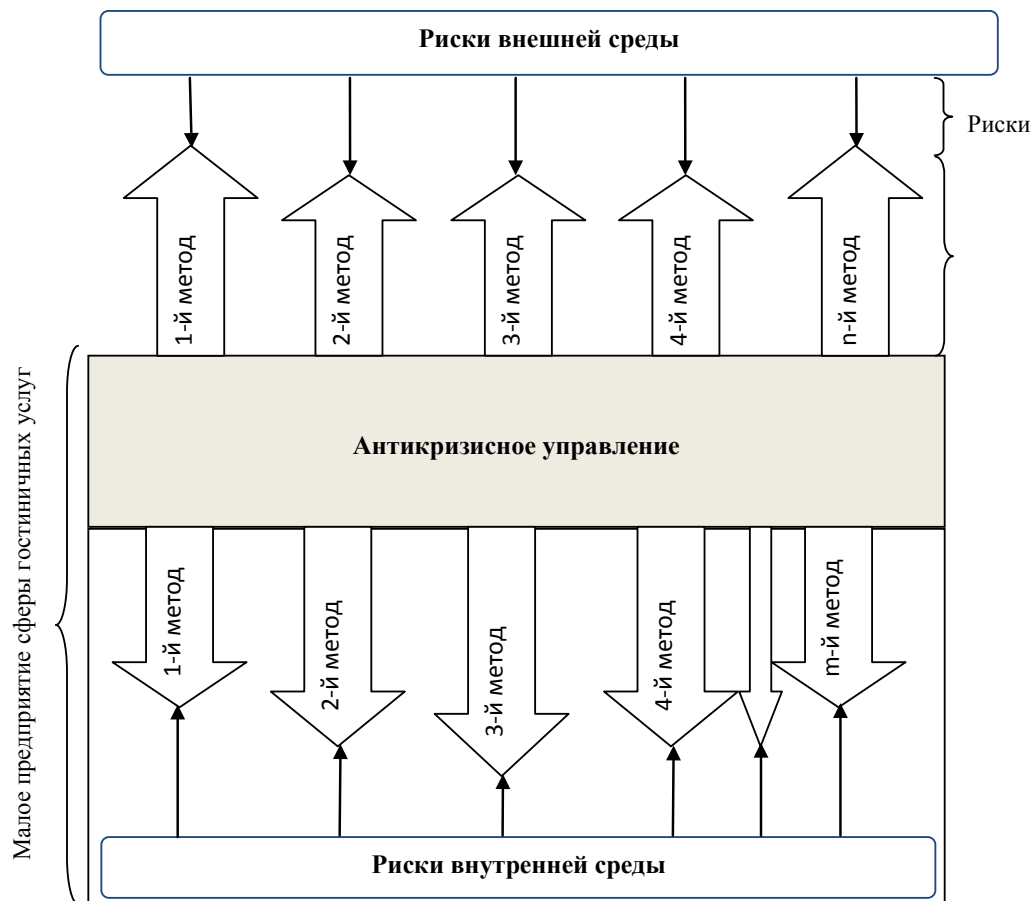


Рисунок 1
 Схема противодействия рискам антикризисной политики малого предприятия сферы гостиничных услуг

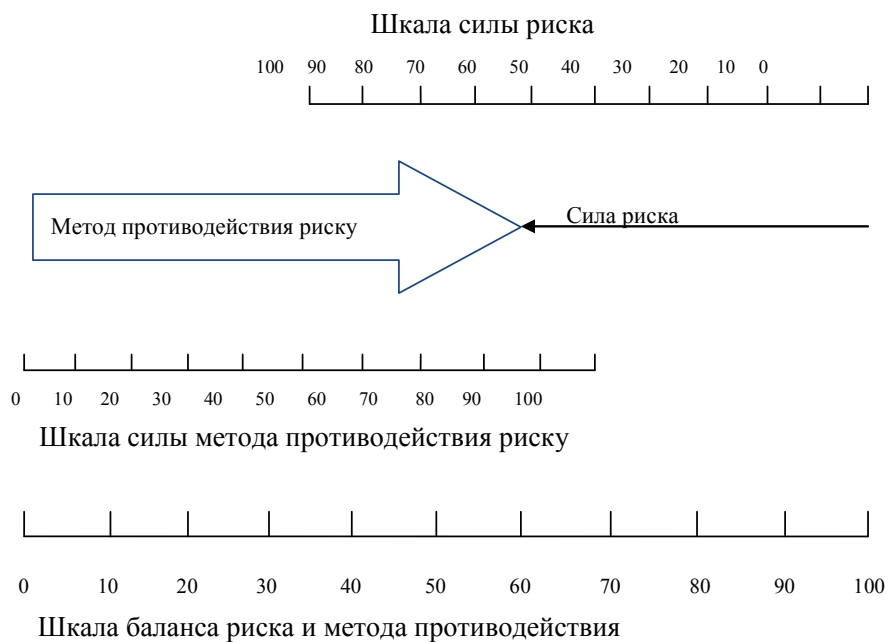


Рисунок 2
 Шкала баланса риска и метода противодействия риску

ных услуг, безусловно, имеет очень важное значение. Своевременная работа с рисками антикризисных управляющих малым предприятием сферы гостиничных услуг, адапта-

ция к уже существующим методикам работы с кризисом позволит проводить оздоровление предприятия в более устойчивых условиях.

Список литературы

1. Морозова М. А., Попков В. П. Методология устойчивого развития сетевых предпринимательских структур в национальном гостиничном бизнесе Российской Федерации: Монография. СПб.: Астерион, 2010.
2. О предприятиях и предпринимательской деятельности: Закон РФ от 25.12.1995. № 555-рп.
3. Слободской А. Л. Риски в управлении персоналом : Учеб. пособие / Под ред. заслуженного деятеля науки РФ д-ра экон. наук, проф. В. К. Потемкина. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. С. 44.
4. Шопенко А. Д. Социальные риски транзитивного общества: Автореф. дис. ... д-ра соц. наук. СПб., 2011. 37 с.
5. ГОСТ Р ИСО/МЭК 31010-2011 Менеджмент риска. Методы оценки риска.
6. Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ ISO/IEC 31010:2009, ITD. Менеджмент риска. Методики оценки риска.
7. Schmidt R. H., Newslow D. L. (2007). *Hazard analysis critical control points (HACCP) – Prerequisite programs* (FSHN0702). Gainesville: Department of Food Science and Human Nutrition, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida. Retrieved July 24, 2007, from <http://edis.ifas.ufl.edu/FS138> (дата обращения: 25.10.2013).
8. Guidance for industry Q9 Quality Risk Management U.S. Department of Health and Human Services Food and Drug Administration Center for Drug Evaluation and Research (CDER) Center for Biologics Evaluation and Research (CBER) June 2006 ICH. P. 14.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ СЕТЕВОГО ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СВЕТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

QUALITY MANAGEMENT OF HOTEL CHAIN SERVICE IN TERMS OF TOURISM DESTINATIONS' SUSTAINABLE DEVELOPMENT

УДК 339.163.2



МОРОЗОВА Марина Александровна

заведующая кафедрой гостеприимства и межкультурной коммуникации Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, доцент, marmor70@mail.ru

MOROZOVA Marina Aleksandrovna

Head of the Hospitality and Cross-Cultural Communication Department, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, marmor70@mail.ru

Аннотация.

В статье рассматривается дискуссионная точка зрения на устойчивость массовых туристских дестинаций и потребности их переориентации на туризм, требующий более высокого качества, чем массовый, особенно в аспекте выбора более качественных сетевых средств размещения.

Ключевые слова: устойчивое развитие, несовершенная конкуренция, сетевой гостиничный бизнес, управление качеством.

Abstract.

In the article a debate issue of mass tourist destinations' sustainability and the necessity of their reorientation towards the high quality segment have been discussed, especially concerning the high quality choice of chain hotel enterprises.

Key words: sustainable development, imperfect competition, chain hotel business, quality management.

В последние годы предложения по переориентации индустрии гостеприимства на предоставление высококачественных услуг приобретают все большую популярность, что создает предпосылки для развития сетевого

гостиничного бизнеса, который традиционно обеспечивает предоставление гостиничного продукта более высокого уровня качества, соответствующего стандартам сетевого бренда. Ориентация на предоставление услуг повы-

шенного уровня качества определяется двумя основными причинами: во-первых, сетевые гостиничные предприятия потенциально могут извлечь выгоду от получения более высоких доходов, связанных с работой на дифференцированных рынках, так как ориентация на клиента и дифференциация предложения гостиничных услуг ассоциируется с их более высоким уровнем качества; во-вторых, это учет экологического аспекта деятельности сетевого гостиничного предприятия.

Преимущества для компаний, работающих на дифференцированных рынках, связаны с возможностью избежать высокой степени конкуренции, которая в некоторых случаях может привести к нулевой прибыли. Данное положение основано на концепции жизненного цикла туристского продукта, согласно которой массовые туристские направления, как правило, недифференцированные, доходят в своем развитии до достижения «зрелости» или фазы насыщения и затем ведут к снижению оборотов производства. В качестве альтернативы модели специализации на основе массового туризма, который по определению связан с массовыми туристскими потоками, так называемый «качественный туризм» представляет линию развития, где конкуренция основывается на дифференциации сервисного продукта. Это может быть связано со значимостью предоставляемых услуг или особенностями, в частности, культурной или природной среды функционирования гостиничного предприятия. Сетевые гостиничные предприятия, следующие данной линии развития, могут придерживаться политики сосуществования более высоких цен и относительно небольшого количества туристов.

Кроме того, рекомендации по достижению более высокого качества предоставляемого гостиничного продукта основаны на социальных, культурных и экологических аспектах. Ряд исследователей [1] утверждают, что туризм создает определенные нежелательные последствия, не обязательно непосредственно связанные с туристской индустрией. Эти последствия представляют собой отрицательные внешние эффекты. С этой точки

зрения можно утверждать, что по сравнению с альтернативным массовым туризмом специализация на услугах высокого качества, в основном в связи с уменьшением количества туристов, способствует сокращению загруженности участников индустрии гостеприимства, снижению уровня преступности и интенсивного режима использования местных природных ресурсов. С другой стороны, массовость может иметь решающее значение для устойчивого развития туризма и сетевого гостиничного бизнеса в регионе.

Для управления качеством сетевого гостиничного продукта применительно к конкретному рынку проводился анализ роли местных потребителей и характера внешних воздействий в определении оптимального уровня качества предоставляемых гостиничных услуг и особенностей местного рынка.

Во-первых, учитывая роль, которую играет местное население в туристской и гостиничной индустрии, следует отметить, что существуют некоторые расхождения в оценке прямого влияния туризма на местных жителей. С эмпирической точки зрения, в некоторых исследованиях указывается, что данная индустрия вызывает отрицательное чистое (прямое) воздействие на местное население [1; 2], когда в других исследованиях говорится о положительности преобладающего чистого эффекта [3; 4]. Это воздействие, в конечном счете, зависит от степени, в которой прибыль, получаемая туристскими фирмами и сетевыми гостиничными предприятиями, в частности, остается в регионе, а также от степени участия местного населения в качестве потребителей гостиничной услуги и от значимости внешних воздействий. В любом случае выбор оптимального уровня качества предоставления гостиничных услуг не должен производиться вне контекста влияния развития данной индустрии на местное население.

Теоретически существуют ситуации, когда внешние издержки могут быть выше средних на рынке для данного типа предприятий, например, если при пребывании туриста требуются улучшенные условия, включая более дорогостоящие природные ресурсы, такие как вода или энергия. В других случаях про-

тивоположное утверждение станет более верным, и туристы, остановившиеся в менее качественных средствах размещения, часто вызывают негативные последствия своего пребывания для местного населения. Управление качеством сетевой гостиничной услуги принимает во внимание различные возможные ситуации при выработке рекомендаций относительно оптимального качества сетевого гостиничного продукта.

Одной из задач управления качеством сетевой гостиничной услуги является выявление соотношения между специализацией и индуцированными эффектами благосостояния среди задействованного местного населения, с тем, чтобы определить, какие обстоятельства оправдывают выделение большего объема ресурсов для верхнего сегмента индустрии гостеприимства в качестве желательной политики. Для этих целей используется модель вертикальной дифференциации, в которой две гостиничные сети конкурируют по уровню качества и ценовой политике. В связи с несовершенной конкуренцией и с учетом воздействия внешних факторов рыночное равновесие не является единственным желательным результатом для местного общества. Социальное планирование заинтересовано в максимизации совокупного благосостояния, которое включает в себя прибыли, получаемые от сетевого гостиничного бизнеса, соответствующие потребительские выгоды для местных жителей и отрицательные внешние воздействия туристской индустрии. Данные внешние факторы, которые могут быть связаны с различными уровнями качества, играют ключевую роль в поиске эффективных решений по ведению бизнеса.

Дифференциация связана с качеством услуг, предоставляемых сектором средств размещения. Таким образом, используется вертикальная модель дифференциации продукта, где предприятия конкурируют в ценовом плане. Высокий и низкий уровень качества соответственно обозначим через u_1 и u_2 , при $u_1 > u_2$.

Множество туристов на рынке различаются по своим вкусам, описываемым параметром $\theta \in [0, \bar{\theta}]$, которые характеризуются

единичной плотностью, где θ относится к одному из параметров, наделенных высшей склонностью к качеству. Все потребители продукта представлены функцией полезности $U = \theta u - p$. Полезность равна нулю, если потребители не покупают дифференцированного товара. Как и ожидалось, полезность при любой установленной цене p увеличивается при улучшении качества, равно как при наличии возможности у потребителя платить за предоставляемые услуги. В соответствии с общепринятым взглядом на дифференциацию по продукту предполагается, что потребители могут купить не более одной единицы услуг. Здесь параметр θ может быть интерпретирован как предельная норма замещения между доходами и качеством: более высокое θ соответствует более низкой предельной полезности дохода и, следовательно, более высокому доходу. В этой интерпретации потребители различаются по своим доходам, а не по вкусовым предпочтениям. В данном контексте θ может быть рассмотрен как уровень дохода, который имеет каждый потенциальный турист.

Вкусовой параметр потребителей не зависит от высокого или низкого качества продукта и определяется как $\theta_{1,2}$. Турист индифферентен в выборе относительно хорошего или плохого гостиничного предприятия, когда ассоциированные с данными средствами размещения полезности одни и те же. Вкусовой параметр $\theta_{1,2}$ определяется следующим образом:

$$\theta_{1,2} = \frac{p_1 - p_2}{u_1 - u_2} \quad (1)$$

Кроме того, туристы проявляют безразличие между следующим выбором: худшее средство размещения (сетевое средство размещения 2) или возможность остаться дома. Это безразличие обозначается параметром $\theta_{1,2}$ ($\theta_{0,2} = p_2 / u_2$). Для такого потребителя остановка в средстве размещения, обозначенная параметром u_2 , подразумевает нулевой уровень полезности. Принимая во внимание указанные выше допущения, можно построить функции спроса. Потребители, для которых $\theta \in [\theta_{1,2}, \bar{\theta}]$, выбирают предприятие,

предлагающее u_1 , в то время как потребители, описанные параметром θ : $\theta \in [\theta_{0,2}, \theta_{1,2}]$, выбирают предложения сетевого гостиничного предприятия u_2 . Описанные параметром $\theta \in [0, \theta_{0,2}]$ потребители вообще не потребляют гостиничные услуги. Другими словами, некоторые потребители не покупают ни одну из двух предоставляемых услуг. Соответствующие функции спроса для верхнего и нижнего сегментов могут быть найдены путем вычисления различий $\bar{\theta} - \theta_{1,2}$ и $\theta_{1,2} - \theta_{0,2}$.

Что касается предложения на рынке, то если бы на рынке были только две гостиничные сети (1 или 2), каждая из которых конкурирует с позиций двух стратегических переменных – цены и качества предоставляемых ими услуг, то минимумом нормативных требований к качеству предоставляемых гостиничных услуг является соблюдение стандартов обслуживания сетевых гостиничных предприятий.

Каждое сетевое гостиничное предприятие имеет определенную стоимость производства предоставляемых услуг, вычисляемую по формуле:

$$C_i(u_i, q_i) = \frac{u_i^2}{2} = q_i \quad (2)$$

где q_i – поддерживаемый объем производства.

То есть происходит рост переменных затрат с увеличением параметра u . Эта функция издержек производства широко освещается в научной литературе, посвященной вопросам экономики предпринимательства в промышленности.

Сетевые гостиницы более высокой категории обычно требуют большего числа работников на одного туриста, более подготовленных работников, более просторных номеров и предоставления таких услуг, которые на других гостиничных предприятиях недоступны.

Анализируя вопросы рыночной конкуренции, можно отметить, что гостиничные сети 1 и 2 принимают решения в целях максимизации прибыли, а выбор цены и качества являются производными данной основной цели. Следует принимать во внимание, что, во-первых, уровень качества предоставляемых услуг выбирается самими гостиничными

сетями. Во-вторых, учитывая уровень конкуренции на рынке, происходит выбор цены и, косвенно, выбор койко-мест – вместимости сетевого гостиничного предприятия. С целью максимизации прибыли сети предлагают, как правило, дифференцированные услуги. Выбор цены также производится в аспекте максимизации прибыли сетевого гостиничного бизнеса. При любом заданном параметре u_1 и u_2 прибыли сетевых гостиничных предприятий (СГП) i определяются по формуле:

$$\Pi_i = p_i q_i(p_1, p_2, u_1, u_2) - C_i(u_i, q_i) \quad (3)$$

Для вычисления первых производных по ценам должна быть решена соответствующая система уравнений, p_1 и p_2 могут быть выражены только в зависимости от уровня качества и указанных в уравнении параметров. Подставляя эти выражения цены обратно в функции прибыли, снова выводя прибыли по параметрам u_1 и u_2 и решая систему уравнений, соответствующих первому этапу, можно найти рыночное равновесие. Таким образом, для $\bar{\theta} = 1$ уникальные пары цена-качество с максимальными прибылями таковы:

$$u_1^* = 0.81 \quad u_2^* = 0.39$$

$$p_1^* = 0.45 \quad p_2^* = 0.15$$

Полученные результаты могут быть обобщены следующим путем. Предположим, что переменные затраты возрастают по параметру u , и равновесие достигается, когда СГП 1 и 2 выбирают уровень качества предоставляемых услуг и ценовую политику таким образом, что СГП 1 (верхний сегмент) выбирает $u_1^* = 0.81$, а СГП 2 выбирает $u_2^* = 0.39$. Для цен, достигаемых при рыночном равновесии, и остальных параметров и значений рыночного равновесия для данного сценария конкуренции ситуация представлена в первом столбце таблицы 1.

Значения эффективных результатов вычисляются при различных предположениях, а затем сравниваются с результатами рыночного равновесия. По этой причине в подобных ситуациях должны учитываться результаты социального планирования. Например, это может быть принято как целевые установки,

которых правительство будет придерживаться для максимизации уровня благосостояния населения региона. Результат рыночного равновесия может быть улучшен разными способами. Во-первых, если гостиничная сеть при принятии своих решений будет учитывать благополучие потребителей. Таким образом,

для экономики, где местное население рассматривается как потенциальные туристы, их благополучие должно быть обязательно учтено. Во-вторых, так как туризм вызывает определенное внешнее воздействие на местное население, интересы местного населения также должны быть приняты во внимание.

Таблица 1

Пример расчета уровня качества и цены при условии максимизации прибыли СГП 1 и СГП 2

Рыночные показатели	Равновесие при $\alpha = 0$	Равновесие при $\alpha = 1$
$u_1^* = 0.81$	$u_1^{SP} = 0.80$	$u_1^{SP} = 0.80$
$u_2^* = 0.39$	$u_2^{SP} = 0.40$	$u_2^{SP} = 0.40$
$q_1^* = 0.27$	$q_1^{SP} = 0.20$	$q_1^{SP} = 0.40$
$q_2^* = 0.34$	$q_2^{SP} = 0.20$	$q_2^{SP} = 0.40$
$p_1^* = 0.45$	$p_1^{SP} = 0.56$	$p_1^{SP} = 0.32$
$p_2^* = 0.15$	$p_2^{SP} = 0.24$	$p_2^{SP} = 0.08$
$\Pi_1^* = 0.032$	$\Pi_1^{SP} = 0.048$	$\Pi_1^{SP} = 0.0328$
$\Pi_2^* = 0.024$	$\Pi_2^{SP} = 0.032$	$\Pi_2^{SP} = 0.0242$
$W^*(\alpha = 0) = 0.057$	$W^{SP}(\alpha = 0) = 0.08$	–
$W^*(\alpha = 1) = 0.151$	–	$W^{SP}(\alpha = 1) = 0.16$
$^a \bar{\theta} = 1, c = 0$		

Предполагается, что социальное планирование заботится об общем благосостоянии или общей прибыли соответствующей группы населения. Эта функция благосостояния обычно состоит из суммы прибылей (излишков) производителя и потребителя. Для гостиничного бизнеса можно использовать данную общую функцию, однако целесообразно сделать некоторые допущения, учитывающие специфику данного гостиничного сектора. Первое различие связано с тем, что только определенная доля потребителей α является местными жителями. Остальные являются иностранцами (т.е. обслуживание экспортируется). Таким образом, местное социальное планирование не заботится об учете прибыли иностранных потребителей. Стоит ожидать, что значение параметра α близко к нулю в небольших экономических системах, когда туристы в основном приезжают из других регионов. На национальном уровне, например,

доля национальных туристов может быть достаточно существенной.

Второе различие связано с внешними факторами. Как утверждалось ранее, потребление или производство услуг генерирует чистые негативные внешние эффекты, воздействующие на местное население, независимо от того, участвуют ли они на рынке в качестве туристов. Примерами таких негативных последствий может быть шум, перегруженность в потреблении рекреационных ресурсов, более высокие цены на жилье, а также деградация и даже потеря некоторых природных ресурсов. Необходимо подчеркнуть, что туризм несет многочисленные внешние выгоды, такие как потребление местных товаров и инвестиции, предоставляемые гостиничным сектором, или косвенные положительные эффекты, отвечающие интересам многих других секторов экономики. В рамках данной модели предполагается,

что в чистом виде внешние издержки превышают внешние выгоды.

Имея в виду эти две особенности, общую функцию прибыли (потребительского излишка) можно записать следующим образом:

$$W = \Pi + \alpha CS - EXT, \quad (4)$$

где Π обозначает совокупную прибыль гостиничной сети, или прибыль (излишек) производителя; CS обозначает потребительский излишек (прибыль), представляющий долю потребительской прибыли, которая принадлежит местным туристам при $0 \leq \alpha \leq 1$, а EXT – внешние воздействия, вызванные благодаря потреблению/производству туристских услуг.

Совокупная прибыль просто соответствует сумме прибыли СП 1 и 2, т. е. $\Pi = \Pi_1 + \Pi_2$. Что касается потребительского излишка, он соответствует сумме различий между готовностью каждого туриста платить и рыночной ценой для каждого сегмента рынка. Готовность платить зависит от уровня качества гостиничных услуг, а также вкусового параметра θ . Тогда потребительские излишки (прибыль) могут быть представлены как:

$$CS = \frac{1}{2} (q_1^2 u_1 + 2q_1 q_2 u_2 + q_2^2 u_2) \quad (5)$$

Следует отметить, что внешние факторы учитываются в приведенной модели. Например, можно предположить, что каждая единица предоставляемых услуг порождает определенные внешние издержки, которые могут быть связаны или не связаны с уровнем качества предоставляемых услуг. C^{ext} обозначает внешнюю функцию, а i обозначает сегмент рынка. Можно рассмотреть следующую функцию отрицательных внешних воздействий:

$$C_i^{EXT}(u_i, q_i) = cu_i^\beta q_i \quad (6)$$

где c и β являются параметрами, и c считается достаточно низким, чтобы предельные общие прибыли (излишки) оставались положительными.

Общие внешние издержки увеличиваются с количеством или размером занимаемого на

рынке сектора. Кроме того, приведенная формула позволяет рассмотреть три различных сценария, в зависимости от значения параметра β . Если $\beta > 0$, внешняя стоимость за единицу продукции увеличивается в значении параметра u . При $\beta = 0$ параметр u не связан с количеством внешних эффектов. Наконец, если $\beta < 0$, то внешние издержки на единицу продукции уменьшаются с ростом уровня значения параметра u .

Можно привести примеры этих трех сценариев. При прочих равных условиях молодые люди склонны к выбору более дешевых гостиничных предприятий, обычно принадлежащих нижнему сегменту. Справедливо это утверждение или нет, небогатые туристы, как правило, ведут себя более шумно и менее вежливо, вызывают более высокий уровень преступности или генерируют большее количество мусора в сравнении с туристами, оставающимися в высококлассных средствах размещения. Это будет соответствовать допущению об уменьшении внешних воздействий в значении параметра u . Эта ситуация обозначается как D.

Другая возможная ситуация – это та, в которой внешние издержки не зависят от рыночного сегмента, а зависят только от поддерживаемого объема производства (эта ситуация обозначается как C). В случае переполненности пляжа или ресторана дополнительная загруженность, вызванная дополнительным туристским потоком, не будет зависеть от уровня качества, к которому принадлежат компоненты туристской инфраструктуры. Тогда предельные внешние издержки не имеют отношения к параметру u .

Наконец, третья возможность, в которой предельная внешняя стоимость увеличивается по параметру u (сценарий обозначается как I). Например, можно считать, что предоставление туристских и, в частности, гостиничных услуг в верхнем сегменте требует более высокого потребления природных ресурсов, таких как предоставление кондиционирования помещений, обустройство так называемых «зеленых территорий» в гостиницах или строительство бассейнов. Это подразумевает более высокое потре-

бление энергии и воды. Эти ресурсы могут стать дефицитными при рассмотрении ситуаций, где спрос достигает своего максимума, а местное население будет вынуждено нести более высокие затраты.

Другое обоснование связано со способом изменения потребления с ростом доходов. Для обычных товаров более высокие доходы подразумевают более высокий спрос и, в качестве побочного явления, рост внешних издержек и воздействий. Таким образом, туристы, предпочитающие высококачественные услуги, склонны к получению высоких доходов и могут увеличить прожиточный минимум местного населения. С этой точки зрения, влияние качества на появление негативных внешних факторов представляет собой вопрос из эмпирической области.

Уровень благосостояния или общая функция прибыли в конечном счете зависит от цены, переменных качества и других параметров. Проблема социального планирования и управления качеством гостиничной услуги и сетевой гостиничной услуги заключается в том, что выбор цены и уровня качества предоставляемых услуг должен быть произведен таким образом, чтобы благосостояние увеличивалось.

Изначально выводятся условия первого порядка в решении проблемы, а затем находятся оптимальные значения задействованных переменных. Та же последовательность решений используется в разрешении рыночных проблем. Аналитическим путем определяются первоначальные оптимальные цены, а затем - оптимальный уровень качества с помощью метода обратной индукции. Необходимо отметить, что во внимание следует принимать два случая: с учетом и без учета негативных внешних факторов.

Ситуация отсутствия внешних факторов описывается индексом SP. Проблема здесь состоит в выборе значения переменных, которое увеличивает уровень социального благосостояния. Установлено, что максимум этого значения достигается тогда, когда

$$u_1^{PS} = \frac{4\bar{\theta}}{5} \quad (7)$$

$$u_2^{PS} = \frac{2\bar{\theta}}{5} \quad (8)$$

$$p_1^{SP} = \frac{4(7-5\alpha)\bar{\theta}^2}{25(2-\alpha)} \quad (9)$$

$$p_2^{SP} = \frac{2(6-5\alpha)\bar{\theta}^2}{25(2-\alpha)} \quad (10)$$

Условия второго порядка проверяются для всех векторов цен и качества, которые в дальнейшем при определенных значениях параметров составляют максимумы. Необходимо подчеркнуть, что значение u_1 удваивается и что уровень качества не зависит от определенной части потребительского излишка местного населения. Этот результат обобщается на случай, если существуют внешние издержки, при параметрах u_1 и u_2 не зависящие от α -параметра. В отношении цен установлено, что цена услуги в верхнем сегменте всегда превышает цену нижнего сегмента.

Сравнение состояния реального гостиничного сектора и желательных вариантов развития событий при конкретных значениях параметров позволяет легче определить перспективы и результаты деятельности СГП на рынке. Во всех случаях вкусовой параметр должен быть нормализован до 1, то есть $\bar{\theta} = 1$. В отношении параметра α рассматриваются и учитываются только те крайние случаи, когда потребительский излишек полностью принадлежит нерезидентам страны назначения или полностью местному населению. Таблица 1 обобщает результаты расчетов. Первая колонка включает информацию по расчету ситуации рыночного равновесия, разработанную ранее, где рассчитывается общая стоимость излишков. При отсутствии местных (локальных) потребителей общие излишки совпадают с совокупной прибылью фирм; а при $\alpha = 1$ суммируется общий потребительский излишек.

Оптимальные значения параметров u_1 и u_2 не очень значительно отличаются от аналогичных параметров при рассмотрении рыночного равновесия. Получается, что при социальном планировании происходит выбор более низкого уровня высококачественных

услуг по сравнению с ситуацией рыночного сценария.

Количественный уровень зависит от доли потребительского излишка в пользу местных потребителей. Когда все туристы являются нерезидентами страны пребывания, и в сравнении с рыночными результатами, значение социально оптимальных величин меньше, чем рыночных. Однако, когда все туристы считаются резидентами, количественный уровень гостиничных услуг должен удваиваться по сравнению со случаем, когда все потребители гостиничного продукта являются нерезидентами страны пребывания.

В первом случае эффективный выбор решения совпадает со стремлением монополиста к максимизации прибыли. Это происходит потому, что уровень благосостояния и совокупной прибыли совпадает, когда равновесие достигается в случае, если предприятия, конкурируя между собой, в стратегической перспективе не достигают оптимальных результатов. Вместо этого можно показать, что при $\alpha = 1$ социальное планирование устанавливает такие цены, которые совпадают с соответствующими предельными издержками СГП, а прибыль стремится к нулю. Для других положительных значений ниже 1 следует ожидать промежуточных результатов. В результате социального планирования можно получить более высокие значения благосостояния по сравнению с аналогичными результатами, достигнутыми благодаря ситуации рыночного равновесия.

Далее оптимальный уровень качества достигается при учете существующих внешних издержек. Акцент делается на предположениях о внешних издержках и предположениях о влиянии оптимального выбора социального планирования на организацию. Задача социального планирования решается так же, как и в предыдущих случаях, единственное различие – это вычет внешнего компонента (компонента внешних издержек или воздействий) из общей функции излишка.

Далее представлена модель внешних издержек и приведены возможные результаты, полученные благодаря вычислениям. Расчеты были выполнены для $\bar{\theta} = 1$. Параметр c явля-

ется постоянным в функции внешних издержек, было установлено, что $c = 0,3$. Другие значения параметра c также являются возможными. В итоге, результаты представлены для трех определенных значений параметра β (1, 0 и -1), каждый из которых непосредственно представляет ситуации I, C и D.

В случае общего увеличения предельных внешних стоимостей при увеличении уровня качества, общий уровень благосостояния негативно влияет на объем производства и значение параметра u ; постоянство предельных внешних издержек достигается в том случае, если достигнутый уровень производства негативно влияет на благосостояние населения – в то время как общее благосостояние уменьшается с увеличением объема производства, внешние издержки на единицу продукции уменьшаются в соответствии со значением параметра u .

В таблице 2 приведены расчетные значения оптимальных переменных для случая, когда нет местных (локальных) потребителей.

Можно отметить, что оптимальный уровень качества (в социальном аспекте) выше, когда значение внешних издержек на единицу продукции не зависит или уменьшается в соответствии со значением параметра u . Только в случае I, когда наблюдается положительное влияние параметра u на величину общих внешних издержек, как высокий, так и низкий уровень качества уменьшается относительно их рыночных аналогов. Количественное снижение происходит во всех секторах, даже в случае C и D. Это означает, что замена низко- или высококачественной продукции не будет эффективной, но в любом случае объем производства должен быть значительно снижен. В случаях C или D цены выше, так как объем производства был уменьшен и вырос уровень качества. В этих двух случаях прибыль уменьшается для обеих гостиничных сетей.

Кроме того, объем производства уменьшается при предположении, что более высокие значения параметра u вызывают более высокие внешние воздействия (издержки) на единицу продукции (случай I), но в меньшей степени. Влияние на цены и прибыль является не менее важным.

Таблица 2

Результаты социального планирования с учетом внешних воздействий и иностранных потребителей

	$c = 0.3, \beta = 1$	$c = 0.3, \beta = 0$	$c = 0.3, \beta = -1$
$u_1^* = 0.81$	$u_1^I = 0.56$	$u_1^c = 0.96$	$u_1^D = 1.16$
$u_2^* = 0.39$	$u_2^I = 0.28$	$u_2^c = 0.83$	$u_2^D = 1.09$
$q_1^* = 0.27$	$q_1^I = 0.14$	$q_1^c = 0.05$	$q_1^D = 0.05$
$q_2^* = 0.34$	$q_2^I = 0.14$	$q_2^c = 0.05$	$q_2^D = 0.05$
$p_1^* = 0.45$	$p_1^I = 0.44$	$p_1^c = 0.84$	$p_1^D = 1.05$
$p_2^* = 0.15$	$p_2^I = 0.20$	$p_2^c = 0.73$	$p_2^D = 0.98$
$\Pi_1^* = 0.032$	$\Pi_1^I = 0.039$	$\Pi_1^c = 0.022$	$\Pi_1^D = 0.018$
$\Pi_2^* = 0.024$	$\Pi_2^I = 0.022$	$\Pi_2^c = 0.022$	$\Pi_2^D = 0.019$
$W^*(\beta = 1) = -0.048$	$W^I = 0.027$	–	–
$W^*(\beta = 0) = -0.126$	–	$W^I = 0.010$	–
$W^*(\beta = -1) = -0.305$	–	–	$W^{SP} = 0.011$

Таблица 3

Результаты социального планирования с учетом внешних издержек и местных потребителей

	$c = 0.3, \beta = 1$	$c = 0.3, \beta = 0$	$c = 0.3, \beta = -1$
$u_1^* = 0.81$	$u_1^I = 0.56$	$u_1^c = 0.94$	$u_1^D = 1.16$
$u_2^* = 0.39$	$u_2^I = 0.28$	$u_2^c = 0.83$	$u_2^D = 1.09$
$q_1^* = 0.27$	$q_1^I = 0.28$	$q_1^c = 0.11$	$q_1^D = 0.10$
$q_2^* = 0.34$	$q_2^I = 0.28$	$q_2^c = 0.11$	$q_2^D = 0.10$
$p_1^* = 0.45$	$p_1^I = 0.32$	$p_1^c = 0.74$	$p_1^D = 0.94$
$p_2^* = 0.15$	$p_2^I = 0.12$	$p_2^c = 0.64$	$p_2^D = 0.87$
$\Pi_1^* = 0.032$	$\Pi_1^I = 0.047$	$\Pi_1^c = 0.033$	$\Pi_1^D = 0.025$
$\Pi_2^* = 0.024$	$\Pi_2^I = 0.023$	$\Pi_2^c = 0.033$	$\Pi_2^D = 0.027$
$W^*(\beta = 1) = -0.046$	$W^I = 0.054$	–	–
$W^*(\beta = 0) = -0.032$	–	$W^C = 0.021$	–
$W^*(\beta = -1) = -0.211$	–	–	$W^{SP} = 0.022$

Таблица 3 показывает расчетные значения переменных, когда местные жители ощущают на себе определенные внешние воздействия, также в случае, когда все туристские услуги потребляются резидентами страны пребывания.

Логически, при $\alpha = 1$ оптимальные объемы производства выше по сравнению со значением $\alpha = 0$. Более низкие цены приводят к покупке большего количества единиц про-

дукции, следовательно, увеличивается объем производства при прочих равных условиях. В совокупности, прибыли увеличиваются для СГП, предоставляющих услуги как высокого, так и низкого качества. Конечно, другие промежуточные значения и результаты также возможны. Это может быть определено тем, что изменение равновесных величин достигается в результате потребительских излиш-

ков и общий излишек монотонно изменяется с изменением параметра α . Значения u_1 и u_2 более высокие в сравнении с рыночными результатами, когда внешние издержки на единицу продукции не зависят или уменьшаются в значении параметра u . Уровень качества ниже при учете положительного влияния объема производства на общие внешние издержки. Общее сокращение объема производства происходит во всех рассматриваемых случаях.

Следует отметить, что общая эффективность туристской индустрии будет действительно выше, если значения параметров u_1 и u_2 будут выше, чем на рынке несовершенной конкуренции, когда предельные внешние издержки уменьшаются или являются постоянными в значении параметра u . Но, если предположить, что рост общих внешних издержек в соответствии с изменениями параметра u является верным, результат окажется противоположным. Таким образом, в рамках данной модели можно дать рекомендацию, чтобы СГП направляли свои усилия на улучшение качества предоставляемых услуг, когда внешние издержки отсутствуют.

Что касается размера рыночного сектора, и с учетом всех возможных ситуаций, когда присутствуют определенные внешние издержки, общий уровень конкуренции на рынке слишком высок для поиска наиболее эффективных решений.

Преыдушие результаты могут быть обобщены в следующих двух утверждениях. Во-первых, когда компании конкурируют по уровню качества услуг и когда существуют определенные внешние издержки, сокращение как верхнего, так и нижнего рыночного сегмента приводит к повышению уровня жизни. Во-вторых, качественно достигаемое рыночное равновесие будет оптимально низким в случае, если внешние издержки на единицу продукции уменьшаются или не зависят от параметра u . И наоборот, они оказываются достаточно высокими, когда значение внешних издержек на единицу продукции увеличивается в соответствии с параметром u .

Полученные результаты показывают, что некоторые общие рекомендации могут быть

даны по вопросам политики распределения уровней качества в туристской индустрии в целом, по крайней мере, если они основаны на природных аспектах развития туризма. Политика, направленная на стимулирование верхнего сегмента, в сравнении с рыночными ситуациями, является правильной, если внешние издержки на единицу продукции уменьшаются или не изменяются в соответствии со значениями параметра u . Даже в этих случаях следует рассматривать сосуществование обоих сегментов рынка: качества высокого уровня и низкого. Когда внешние издержки увеличиваются по параметру u , правительство должно поощрять средства размещения, предоставляющие гостиничные услуги сравнительно более низкого качества.

Даже когда уровень качества должен быть выше, деятельность в обоих сегментах рынка должна быть сокращена. Таким образом, данная рекомендация направлена не на перераспределение ресурсов из нижнего в верхний сегмент средств размещения, а скорее, оптимальная политика должна препятствовать активности и развитию деятельности в обоих сегментах. То есть, если учесть, что существует необходимость достижения благополучия всех участников экономической деятельности, а не только гостиничных предприятий, оптимальная политика должна быть направлена на сокращение вместимости сектора.

Предложения, предусматривающие переориентацию туристской и гостиничной индустрии на предоставление высококачественных услуг, приобретают все большую популярность, и они иногда основываются на экологических соображениях. Существуют некоторые условия, наличие которых необходимо для того, чтобы рассмотренные рекомендации оставались в силе.

Добавление местных потребителей в функцию благосостояния логически приводит к увеличению оптимальных объемов производства. В то время как в условиях рынка сетевой гостиничный бизнес нижнего сегмента предоставляет большее количество услуг, в рамках социального планирования объемы производства каждой гостиничной сети будут равны. Конечно, общее благосостояние

не является оптимальной ситуацией на рынке. Согласно этим результатам, политика, направленная на увеличение уровня качества, не будет оправданной. Но увеличение относительного размера верхнего сегмента действительно будет составлять целесообразную цель управления качеством сетевых гостиничных услуг при участии на рынке местного населения в качестве потребителей.

Введение внешних изменений в функцию благосостояния меняет результаты деятельности. Оптимальный уровень качества должен быть выше, чем уровень качества, достигаемый в результате рыночной конкуренции, если внешние издержки на единицу продукции уменьшаются или не зависят от параметра *и*. Однако этот результат будет обратным, если внешние издержки увеличиваются при более высоком рейтинге СГП, что означает, что оптимальный уровень качества будет ниже по сравнению с другими СГП на рынке. Во всех ситуациях грамотное управление качеством и социальное планирование позволяют сосуществовать обоим рыночным сегментам СГП: с высоким и низким качеством гостиничных услуг. Однако, даже при рекомендации поддержания высоких стандартов, рыночная активность гостиничного сектора должна быть ограничена. Таким образом, согласно этим результатам, соответствующая политика не приведет к перемещению ресурсов к верхнему сегменту, наоборот, она будет останавливать активность в обоих рыночных сегментах.

Для дестинаций, в которых прием большого числа туристов оказывает мощное негативное воздействие на местных жителей, следует предоставлять дифференцированные туристские и гостиничные услуги, где должны сосуществовать верхний и низкий сегменты качества; кроме того, вместимость обоих сегментов должна быть уменьшена. Таким образом, те действия, которые постепенно приведут к замене вместимости низкого качества на высокое, не будут оправданными. Если СГП относительно низкого качества продолжают функционировать, то их замена на высококачественные не должна проходить по сценарию один к одному. Это особенно верно, когда местное общество едва участвует в распределении производственных и потребительских излишков.

Необходимо проводить больше исследований в области политического регулирования, чтобы достичь определенных результатов социального планирования в сфере развития гостиничного бизнеса, особенно сетевого. Этот тип вмешательства необходимо принимать во внимание как способ регулирования внешних издержек, возникающих при изменении уровня качества. Эмпирические исследования предоставляют доказательства о существовании прямого воздействия туристской индустрии на местное население и существовании взаимодействия между внешними издержками и характеристиками специализации деятельности.

Список литературы

1. Катъкало В. С., Шемракова В. Н. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса: Монография. М.: ВКШ, 2008.
2. Морозова М. А., Попков В. П. Методология устойчивого развития сетевых предпринимательских структур в национальном гостиничном бизнесе Российской Федерации: Монография. СПб.: Астерион, 2010.
3. Gunn C. A. Tourism planning. New York: Crane, Rusak and Company, 2011.
4. Morrison A. Hospitality and Travel Marketing, 4th ed., N.Y: Delmer Publishers, 2010.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

FACTORS INFLUENCING ON EFFECTIVENESS SERVICE INDUSTRIES ENTERPRISE

УДК 338.46



САЗОНОВА Екатерина Владимировна

доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, sazonova_lik@mail.ru

SAZONOVA Ekaterina Vladimirovna

Associate Professor, Economic and Social Processes Management Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic sciences, Associate Professor sazonova_lik@mail.ru

Аннотация.

В статье представлен анализ факторов, оказывающих значительное влияние на эффективность деятельности предприятий сферы услуг в современных экономических условиях. Рассмотрены динамика изменения данных факторов, характер влияния на организации сферы услуг и определены актуальные тенденции их развития.

Ключевые слова: факторы внешней среды, факторы внутренней среды, эффективность, результативность сферы услуг.

Abstract.

The article presents factor analysis influencing significantly on the service industries enterprises efficiency in the current economic conditions. We consider dynamics of the factors changing, the impact on the service industries enterprises and we define the latest tendencies of their development.

Key words: external setting factors, internal setting factors, efficiency, productivity, service sector.

В настоящее время основная цель деятельности учреждений сферы услуг состоит в достижении высокого, качественно нового уровня обслуживания. Анализ основных факторов и причин положительных и отрицательных изменений, определяющих динамику развития сферы услуг в последние десятилетия, ее количественных и качественных аспектов, по-

зволяет сформировать основные направления развития ее структурных составляющих, раскрыть ряд общих закономерностей и специфических особенностей.

Первичным фактором, определяющим потенциал и динамику деятельности предприятий сферы услуг можно считать численность населения. Данные статистики свидетельству-

ют о том, что ежегодное снижение количества жителей страны следует воспринимать как системный фактор. К отрицательной динамике следует отнести снижение количества трудоспособного населения как основного потребителя услуг. В то же время наблюдается рост количества молодежи, а также рост городского населения, что может свидетельствовать о росте спроса на отдельные услуги, востребованные указанным контингентом населения [1].

Необходимо отметить, что спрос на различные виды услуг по отраслям среди населения не является регулярным. Можно говорить о том, что активность основного сегмента потребителей культурных благ и услуг довольно низкая. Так, например, по данным исследований в сфере культуры, 60,5% взрослого населения Санкт-Петербурга ни разу в течение года не были в музеях и на выставках, 66% – в драматических театрах, 79,7% – на музыкальных спектаклях, 85,7% – на концертах академической музыки. В целом 51,3% опрошенных петербуржцев посещали какое-либо учреждение культуры реже, чем один раз в год (без учета кинотеатров). В то же время всего 14,5% населения посещают учреждения культуры 10 и более раз в год [2]. Также анализ спроса на культурные услуги и продукты показал, что он остается незначительным по сравнению с другими продуктами социальной сферы. Например, с 2009 г. по настоящее время наблюдался рост спроса на услуги туристских организаций и учреждений физического развития и спорта. В данной ситуации влияние таких социально-экономических факторов, как низкий уровень доходов населения, высокая занятость, недостаток информации и транспортные трудности отмечалось респондентами как незначительное. Так, на финансовые трудности указали пенсионеры и лица из малообеспеченных семей. Лица среднего возраста связывают отсутствие свободного времени с решением финансовых проблем.

Отметим, что в зарубежных странах эффективное функционирование предприятий сферы услуг в настоящее время обусловлено постоянным ростом спроса на товары и услуги культурного назначения со стороны по-

требителей и общества в целом. По мнению специалистов, на рост спроса оказывает влияние целый ряд долговременных факторов, таких как [3]:

- повышение духовных и эстетических запросов населения по мере роста уровня его жизни и образования;
- усиление потребности общества во всеобщем образовании;
- распространение Интернета;
- глобализация мировой экономики.

Воздействие данных факторов привело к возникновению информационного обмена и взаимодействия между отдельными пользователями и странами, а также к повышению уровня качества услуг, выработке новых стандартов, росту инновационности данной сферы культуры и расширению доступа к ассортименту услуг массового потребителя.

Следовательно, снижение негативного влияния такого фактора, как низкий уровень спроса на услуги в России, заключается, на взгляд автора, в диверсификации основных направлений работы учреждений с целью увеличения доходов от всех видов деятельности, умения рационально их распределять и использовать для дальнейшего развития. То есть в сложившейся ситуации формирование спроса на услуги должно происходить за счет изменения экспозиционной политики, концепции качества обслуживания, формирования необходимого имиджа и разработки стратегии позиционирования ассортимента услуг на рынке. Зарубежный опыт управления сферой услуг показывает, что только востребованность потребителями различных видов услуг и удовлетворенность их уровнем качества будет способствовать росту показателей эффективности деятельности оказывающих их предприятий.

Также условием успешного развития организаций сферы услуг является повышение качества и обеспечение разнообразия услуг. В рыночных условиях актуальным представляется развитие учреждений на основе привлечения дополнительных источников финансирования и адаптации к современным требованиям посетителей и пользователей. Поэтому основными показателями развития

организаций должны быть маркетинговые показатели, характеризующие количество и качество предложенных услуг, объем и структуру спроса. В целом следует отметить, что в настоящее время идет активный процесс совершенствования управления организациями сферы услуг. Наиболее часто хозяйствующие субъекты применяют наступательные маркетинговые стратегии, имеющие целью информирование потенциальных посетителей и рекламирование предложения. Но следует помнить, что эффективная маркетинговая стратегия должна реализовываться при активном сотрудничестве с другими учреждениями сферы услуг.

Целесообразным является выделение группы политико-правовых факторов, оказывающих влияние на развитие сферы услуг посредством политической, организационно-правовой, финансовой и экономической деятельности государственных органов, направленной на регулирование отношений в данной сфере. Отметим, что в настоящее время государство почти в полном объеме осуществляет подготовку кадров для сферы услуг, организацию научно-исследовательских работ, решение методических вопросов организации деятельности учреждений. Прежде всего необходимо подчеркнуть роль государства в определении правовых гарантий и их реализации, защите субъектов сферы услуг, прав и свобод потребителей услуг посредством законодательной и иной нормативной деятельности, разработки и осуществления государственной политики и государственных программ развития. По мнению автора, принятие государственных программ позволяет повышать эффективность бюджетного финансирования сферы услуг, привлекать финансовые средства из различных источников, координировать усилия различных партнеров и исполнителей вне зависимости от их ведомственной принадлежности.

Но несмотря на то, что государство осуществляет данные декларируемые направления, задача развития и повышения эффективности деятельности организаций, оказывающих культурные услуги в России,

реализуется недостаточно, поскольку предметом финансирования является не творческая или исследовательская деятельность учреждений, не создание конкретных культурных ценностей, а содержание учреждений и их работников. В этой связи возникает необходимость пересмотра принципов государственного регулирования деятельности организаций культуры и искусства.

Автор согласен с мнением специалистов, что в настоящее время в сфере услуг действие вышерассмотренных факторов многократно усиливается в результате влияния ряда новых процессов. Несмотря на то, что темпы роста отдельных видов услуг различаются очень существенно, можно выделить факторы, определяющие общие для всех организаций параметры роста. К ним относятся научно-технический прогресс и, прежде всего, информационно-коммуникационные технологии [4].

В отличие от предшествующих технологий прорывного характера, область действия которых обычно ограничивалась отраслями материального производства, современные информационные технологии, как правило, являются универсальными. Можно говорить о том, что в настоящее время практически все подотрасли сферы услуг оказались в центре технологических преобразований.

Для развития рассматриваемой сферы положительное значение имеет изменение под воздействием информационно-коммуникационных технологий ряда характеристик производства услуг, таких как локальная привязанность, совпадение производства и потребления во времени и пространстве, невозможность накопления продукта, его хранения, передачи на расстояние. Новые технологии снижают такого рода временные и пространственные ограничения, открывая возможности для хранения услуг в разных формах и на разных носителях, их потребления на расстоянии и в режиме реального времени. Соответственно создаются условия для расширения спроса на культурные услуги и продукты. Таким образом, оснащение учреждений культуры информационно-коммуникационной техникой можно

считать стратегическим направлением инвестиционной политики в данной сфере.

В то же время необходимо отметить, что информационно-коммуникационные технологии создают новые проблемы, связанные с соблюдением этических и нравственных норм и использованием способов предоставления информации, которые требуют своего разрешения. Однако повышение и дифференциация спроса на услуги в результате распространения информационных технологий и Интернета очевидны. Подтверждением этому является то обстоятельство, что в настоящее время в России наблюдается ежегодный рост числа пользователей Интернет. По данным компании Internetworld Stats Россия занимает второе место по числу интернет-пользователей после Германии, что диктует учреждениям сферы услуг необходимость внедрять в своей деятельности информационно-коммуникационные инновации, чтобы отвечать современным тенденциям развития общества [4].

Новые технологии существенно меняют многие параметры рассматриваемой сферы. Резко повысился уровень диверсификации производства; отраслевой состав расширился за счет принципиально новых видов сервиса, таких как мобильные виды коммуникаций, а также информационных услуг, выполняющих функции создания баз данных, обработки информационных потоков, разработки компьютерных программ, интеграции компьютерной техники и сетей, их обслуживания и управления. Информационные технологии служат катализаторами разработки новых видов сервиса, как и функционального усложнения, так и совершенствования традиционных. Например, радикально преобразуются материальная база, организационно-управленческие принципы, методы обслуживания в учреждениях сферы услуг. По многим направлениям совершенствуются качественные параметры сервиса:

- расширяется спектр вариантов потребительского выбора;
- более полно и точно учитываются предпочтения и запросы клиентов;
- модель массового обслуживания дополняется или замещается индивидуализированным обслуживанием.

Можно сделать вывод, что с внедрением информационно-коммуникационных технологий для отечественных организаций сферы услуг открылись новые перспективы на внутренних рынках и были созданы условия для выхода на международные рынки. Общим показателем продуктивности использования информационно-коммуникационных технологий в культуре может быть количество веб-сайтов организаций сферы услуг. Необходимо подчеркнуть, что в данной сфере следует учитывать и социальную значимость, которая может быть выражена через объем сайта, его популярность, посещаемость и, возможно, качественные показатели, но в настоящее время методика измерения применительно к информационным ресурсам культуры пока не разработана. Однако пока в России мероприятия, направленные на развитие информационно-коммуникационных технологий в сфере услуг носят разрозненный и изолированный характер.

Таким образом, основываясь на результатах исследования, представим в таблице комплекс факторов и причин, оказывающих положительное и отрицательное воздействие на деятельность предприятий и учреждений сферы услуг (таблица).

Отметим, что в целом, по нашему мнению, в современных условиях можно отметить положительную динамику развития сферы услуг в России, которая выражается в выработке продуктивных управленческих механизмов и реализации мер, направленных на обеспечение качества предоставления услуг. Однако органы управления данной сферой должны учитывать, что дальнейший рост удовлетворенности населения деятельностью учреждений возможен только посредством развития современных форм и видов услуг, интеллектуализации предоставляемых услуг, модернизации деятельности самих учреждений, формирования различных партнерств с российским и зарубежным участием. Сложность проблем, стоящих перед сферой услуг, и взаимосвязь процессов развития с внешними факторами требует создания системы эффективных управленческих решений, реализуемых в сфере услуг.

Таблица

Комплекс факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности предприятий сферы услуг

Направления отрицательного воздействия фактора	Наименование фактора	Направления положительного воздействия фактора
Снижение количества трудоспособного населения	Изменение численности населения	Рост количества молодежи; рост городского населения
Нерегулярный характер спроса; низкий уровень доходов и отсутствие свободного времени; изменение потребительских предпочтений	Уровень спроса на услуги	Диверсификации основных направлений деятельности учреждений; повышение качества и обеспечение разнообразия услуг; рост инновационности предприятий сферы услуг
Несовершенство форм и методов взаимодействия с потребителями услуг	Развитие маркетинговых технологий	Разработка стратегии позиционирования услуг на рынке; возможность изменять и формировать предпочтения потребителей; создание маркетинговых альянсов
Отсутствие долгосрочной федеральной социальной политики; неразвитость принципов и критериев финансирования учреждений сферы услуг	Государственное регулирование	Разработка стратегических ориентиров развития; реализация целевых программ
Отставание от темпов развития технического прогресса; отсутствие системного использования современных технологий; устаревшая материально-техническая база учреждений сферы услуг; отсутствие методик оценки качества информационных ресурсов	Развитие информационно-коммуникационных технологий	Снижение временных и пространственных ограничений при реализации услуг; возникновение новых видов сервиса; заинтересованность государственных структур в решении проблем внедрения информационных технологий

Список литературы

1. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры. СПб.: Лань, 2008.
2. Отчет об исследовании «Приобщенность населения к культурной жизни Санкт-Петербурга». СПб.: СНИЦ, 2011.
3. Коммерческая и некоммерческая деятельность в социальной сфере / Под ред. И.М. Шеймана. М.: Наука, 2010.
4. Мельвилъ Е. Х. Новые механизмы развития сферы культуры // Справочник руководителя учреждения культуры. 2010. № 10. С. 99–109.
5. Федеральная служба статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 03.06.2013).

ОСОБЕННОСТИ ТЕКУЩЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КИНЕМАТОГРАФИИ

FEATURES OF THE CURRENT PERFORMANCE AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF CINEMATOGRAPHY

УДК 001.895 : 791



САХАРОВА Ирина Николаевна

доцент кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, irisha-85@inbox.ru

SAKHAROVA Irina Nikolaevna

Associate Professor, Producing Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economics, irisha-85@inbox.ru



БЕЙНАРОВИЧ Любовь Андреевна

старший преподаватель кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, lu20@mail.ru

BEYNAROVICH Lyubov Andreevna

Senior Lecturer, Producing Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, lu20@mail.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены особенности инноваций и инновационного развития кинематографии. Определены основные понятия и виды инноваций. Обоснованы факторы инновационного развития кинематографии.

Ключевые слова: кинематография, инновации, инновационное развитие, инновации в кинематографии, кинозрелищные услуги.

Abstract.

The article examines some features of innovations and innovative development of Cinematography. The basic concepts and types of innovations have been defined. We have established factors of Cinematography innovative development.

Key words: cinematography, innovations, innovative development, innovations in Cinematography, film show.

Для более точного определения особенностей инновационного развития кинематографии необходимо определить понятие, сущность и значение инноваций, а также особенности инновационного развития в целом.

По мнению И. Шумпетера, под инновациями понимается введение нового продукта или качественное совершенствование прежнего, внедрение нового метода производства, открытие нового рынка, приобретение нового источника сырья, осуществление новой организации производства [1]. Э. А. Уткин считает, что под инновацией обычно подразумевается объект, внедренный в производство [2]. М. Иванов, С. Колупаева и Г. Кочетков в своих исследованиях полагают, что инновация – это коммерческое освоение новой идеи [3].

В переводе с английского *innovation* – нововведение означает новое научно-техническое достижение, нововведение как результат введения новшества.

Если же толковать понятие инновации в широком экономическом смысле, то она трактуется как завершённый акт качественной модификации технологического базиса производства, характеризуемый, с одной стороны, неопределённостью и краткосрочностью для данного звена общественного производства, а с другой – долгосрочным эффектом, достигаемым суммой инновационных актов, объединённых в непрерывный инновационный процесс [4].

Таким образом, первоначально изучение инноваций основывалось на экономических и социальных закономерностях создания и распространения научно-технических изобретений. Однако позже инновация стала рассматриваться как средство управления и развития. В этой связи, по мнению авторов, под инновациями необходимо понимать использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленных на совершенствование процесса деятельности или его результатов.

Можно выделить множество видов инноваций. С учетом функционального назначения предмета инноваций различают следующие их виды [5]:

- технико-технологические инновации, которые проявляются в форме новых продуктов, технологий их изготовления, средств производства (они являются основой технологического прогресса и технического перевооружения производства);

- организационные нововведения – это процессы освоения новых форм и методов организации и регламентации производства и труда, а также инновации, предполагающие изменение соотношения сфер влияния (как по вертикали, так и по горизонтали) структурных подразделений, социальных групп или отдельных лиц;

- управленческие нововведения – целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, технологии и организации процесса управления, методов работы аппарата управления, ориентированное на замену элементов системы управления (или всей системы в целом) с целью ускорения, облегчения или улучшения решения поставленных перед предприятием задач;

- экономические инновации на предприятии можно определить как положительные изменения в его финансовой, платёжной, бухгалтерской сферах деятельности, а также в области планирования, ценообразования, мотивации и оплаты труда, оценки результатов деятельности;

- социальные нововведения проявляются в форме активизации человеческого фактора путем разработки и внедрения системы усовершенствования кадровой политики; системы профессиональной подготовки и усовершенствования работников; системы социально-профессиональной адаптации вновь принятых на работу лиц; системы вознаграждения и оценки результатов труда, а также улучшения социально-бытовых условий жизни работников, условий безопасности и гигиены труда, культурной деятельности, организации свободного времени;

- юридические инновации – это новые и изменённые законы и нормативно-правовые документы, определяющие и регулирующие все виды деятельности предприятий;

- экологические нововведения – изменения в технике, организационной структуре и

управлении предприятием, которые улучшают или предотвращают его негативное воздействие на окружающую среду.

Инновационная деятельность, по сути, представляет собой процесс создания и внедрения новых товаров и услуг, разработку и внедрение новых промышленных технологий, которые будут являться основой производственной деятельности фирмы в будущем, а коммерческая реализация вновь созданных изделий (услуг) обеспечит будущие доходы и сформирует конкурентную позицию компаний [6].

Инновационный процесс – это процесс преобразования научного знания в инновацию, который можно представить как последовательную цепь событий, в которых инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании [7].

Инновационная деятельность связана с привлечением различных ресурсов. Основными из них являются инвестиции и затраты времени как на проведение исследований и разработок, так и на выполнение проектно-технологических и других работ, связанных с масштабным освоением производства новой продукции. В целостную систему инновационной деятельности входят такие составляющие компоненты, как наука, технологии, экономика и образование. Отсутствие любого из компонентов приведет к нарушению целостности, а недостаточное внимание к развитию одного из компонентов целостной системы снизит результативность ее функционирования. Например, игнорирование развития науки негативно отразится на конкурентоспособности продукции, так как уменьшится ее наукоемкость, а недостаточное внимание к сфере образования приведет к обострению кадровых проблем не только в учреждениях науки и организациях, создающих новую продукцию, но и в отраслях экономики.

Главным элементом среди компонентов целостной системы инновационной деятельности является человек. Наука прямо или косвенно, через технологии, экономику или быт, воздействует на человеческие потребности. Изменение целей, идеалов и интересов спо-

собствует развитию новых ценностей, адекватных доминирующему технологическому укладу общественного производства. Поэтому ценности одного этапа развития науки могут утратить свое значение на другом, более прогрессивном.

Необходимо отметить, что к факторам, определяющим инновационное развитие, относятся: рыночная конъюнктура и конкуренция (как на внутреннем, так и на внешнем рынках); среда (уровень развития науки и техники, законодательная и нормативная база, политическая и экономическая стабильность); кадры (ученые, специалисты, предприниматели, менеджеры, политические деятели, государственные служащие); ресурсы (природные, производственные, финансовые, научно-технические, технологические, инфраструктура).

Побудителями инноваций являются постоянные изменения, происходящие в различных сферах человеческой деятельности. В каждой из них целями нововведений являются внедрение новых процессов или продуктов, которые направлены на обеспечение устойчивого и долгосрочного экономического роста. К ним относятся: усовершенствование или создание новых материалов, оборудования, технологических процессов, продуктов, услуг и методов, коренным образом изменяющих или существенно улучшающих эффективность экономики; изменения в социальной структуре для повышения социального статуса личности и достижения оптимального соотношения личных и общественных интересов; модификации сложившейся системы управления, позволяющие улучшить деятельность предприятий и организаций и способствующие адаптации к меняющимся условиям [8].

Необходимо отметить, что основной целью инновационных процессов является концентрация ресурсов на направлениях, которые обеспечивают ускорение научно-технического прогресса с учетом получения и коммерциализации таких новшеств, как изобретения, наукоемкие технологии и услуги, решения финансового и управленческого характера.

Следует подчеркнуть, что особенностью инновации является то, что инновация всегда

отмежевывается от существующей традиции. Инновацию можно считать своего рода культурной девиацией, положительное значение которой состоит в том, что она стимулирует отторжение старого, мобилизацию современного и экспансию нового [8]. Если рассматривать процесс появления и распространения инноваций, то можно заметить, что инновация всегда начинается с проявления творчества, оригинальности, а следовательно, с отхода от существующих общепринятых традиций.

Таким образом, инновации оказывают определенный эффект и не могут пройти бесследно для культуры. Радикальные инновации, как правило, дают сильный эффект, поскольку они не только разрушают имеющиеся культурные образцы и создают новые, но меняют характер социальных отношений. Именно такое глубочайшее воздействие на общество, на систему существовавших в нем социальных отношений произвели такие инновации, как, например, изобретение и широкое внедрение автомобиля, средств массовой информации (пресса, радио, телевидения) [9].

Рассматривая особенности инновационного развития в кинематографии, авторы считают нужным отметить, что в качестве инновации здесь выступает результат инновационной деятельности (тотальное развитие компьютерных технологий, использование множества спецэффектов, компьютерной графики и других технологий, новая организация сервисной деятельности и т. д.), который способен более эффективно удовлетворять общественные потребности. К новым услугам, введенным в качестве инноваций, за время развития кинематографа можно отнести: разнообразие техники и технологий (плёночные, цифровые фото-, видеокамеры и т. д.), развитие компьютерных программ, стереокино, 3D-технологии и др.

Отметим, что в современных экономических условиях инновационные процессы – это процессы, охватывающие всю научно-технологическую, производственную, маркетинговую деятельность и в конечном счете ориентированные на удовлетворение конкретных потребностей. Повышение эффективности

производства услуг и обслуживания потребителей предполагает такую целенаправленную, предпринимательскую по своему характеру деятельность, которая включает в себя поиск идей, их генерирование и содействие их реализации. Социально-экономический механизм инновационной деятельности – это система средств и способов воздействия на инновационный процесс с целью его ориентации на повышение эффективности деятельности организации и более полное удовлетворение потребностей населения в предоставлении кинозрелищных услуг.

Эволюция кинематографа в России происходила медленными темпами, что непосредственно связано с влиянием политических и социально-экономических факторов. В условиях административно-командной советской экономики кинематография была представлена ограниченным перечнем фильмов определенного жанра, находившихся под непосредственным контролем государства. Во времена перестройки киноотрасль вышла из-под контроля государства, что разрушило систему ее организации, которая строилась десятилетиями. В 90-е годы XX в. кинематография России переживала трудные времена: сначала переход к коммерциализации, который повлек за собой количественный подъем кинопроизводства, затем в условиях экономических реформ и ужесточения экономической политики начался глубокий спад, что привело к свертыванию национального кинопроизводства, этот негативный процесс удалось остановить только к 2000 году. Первоначальные причины сложившейся ситуации кроются в особенностях рыночной ориентации, заложенной в модель развития кинематографии самими кинематографистами, которые недооценивали происходящие изменения, структурные сдвиги, развитие техники и технологий в отрасли.

В зависимости от предметного содержания инноваций в кинематографии, авторы предлагают следующую их типологию: организационно-технологические – внедрение новых видов и форм кинозрелищных услуг, создание новшеств с приоритетом социальных целей; технические, представляющие собой

процесс создания, освоения и распространения инноваций в области техники и технологии; управленческие, которые ориентированы на любое целенаправленное изменение внутренней среды организации с учетом внешнего окружения, на основе использования принципов и методов современного менеджмента.

Характерной особенностью организационно-технологических нововведений является удовлетворение определенных потребностей как производителей, так и потребителей кинозрелищных услуг. Новые услуги и прогрессивные формы обслуживания потребителей разрабатываются в отдельных хозяйствующих субъектах кинематографии и в дальнейшем осваиваются в системе сервиса. Большое значение в освоении новых видов услуг придается анализу рынка и комплексному исследованию всей совокупности потребительских характеристик услуг, возможности распространения, конкурентоспособности.

Необходимо отметить, что нововведения в кинематографии имеют социальную направленность. В связи с этим условия повышения уровня жизни населения можно определить темпами освоения нововведений, ориентированных на социальные результаты, а достижения науки и техники оказывают непосредственное влияние на формирование уровня и образа жизни.

Инновационная деятельность неразрывно связана с процессом постоянного возникновения, развития и разрешения определенных противоречий. Основным противоречием инновационной деятельности в кинематографии является возможность удовлетворения нововведением потребности населения в данной инновации. На основании этого автор считает, что рост экономических и социальных показателей способствует развитию соответствующих видов деятельности на основе удовлетворения социальных и экономических потребностей населения.

Экономический рост, устойчиво проявившийся в России с начала XXI века, создал предпосылки для развития кинематографии, реструктуризации национального хозяйства, перераспределения ресурсов в киноотрасли.

Вследствие этого увеличился объем кинопроизводства, возросло разнообразие видов видеопродукции, улучшилось их качество, что благоприятно отразилось на росте спроса со стороны зрителей. Рост числа кинофильмов в 3D, внедрение нового оборудования в связи с введением цифрового кинопоказа вызвали потребности в многообразных ресурсах, в том числе в квалифицированной рабочей силе.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что в процессе инновационной деятельности взаимодействие субъектов и объектов должно осуществляться на основе рационального использования следующих видов ресурсов [8]:

- информационных, способствующих равному распределению информации между субъектами процесса, доступности сути информации для субъектов всех уровней, релевантности информации, надежности каналов трансляции информации, своевременному обновлению информации, поскольку недостаток информационного ресурса приводит к неадекватной реакции субъектов инновационного процесса на нововведение, прерывистости инновационного процесса, искажению результатов инноваций;
- организационных, использование которых зависит от распределения функций, полномочий и обязанностей между субъектами инновационного процесса и определяет преемственность различных его стадий и уровней;
- трудовых, обуславливающих качество выполнения отдельных операций, обеспеченность которыми определяется квалификацией субъектов и исполнителей инновационного процесса, их количественной достаточностью;
- финансовых, которые во многом влияют на обеспеченность инновационного процесса другими ресурсами, поскольку в социальной сфере остро стоит проблема эффективного распределения и использования финансов из-за непрозрачности финансовых потоков.

Взаимодействие этих ресурсов определяется хозяйствующим субъектом, который формирует инновационный потенциал возможности дальнейшего развития в определенном направлении, степень противодействия ин-

новациям, адаптивные возможности субъектов хозяйствования. В современной российской действительности инновационный потенциал недостаточно высок, что обусловлено отсутствием стимулов роста инновационной активности. Общей закономерностью обеспеченности инновационной функции кинематографии в России является недостаток всех видов ресурсов и неэффективное их использование.

Перспективное развитие кинематографии должно осуществляться на основе использования социальных инноваций. Социальные инновации направлены на решение социальных проблем и непосредственно влияют на отношения участников народнохозяйственного производства. Социальные инновации разделяются по уровню воздействия: на национальные, региональные, местные, локальные. К социальным инновациям относятся

технические, организационные и культурные нововведения. По мере воздействия технические инновации могут осуществляться в основном на локальном и местном уровнях, а организационные и культурные инновации – на всех уровнях в равной степени. При этом необходимо отметить, что деление инноваций по уровням определяется использованием механизма реализации инновационной функции в зависимости от инновационного конфликта, с которым придется столкнуться.

В связи с этим система управления кинематографией, чтобы быть эффективной, должна быть адекватной, с одной стороны, сумме воздействующих социально-культурных факторов, а с другой – уровню развития применяемых техники и технологий. Неполная адаптация ведет в конечном счете к снижению качества кинопродукции, уровня развития отрасли.

Список литературы

1. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Экономика, 1995.
2. Уткин Э. А. Управление компанией. М., 1997.
3. Иванов О. В. Стратегическое развитие регионального производственного комплекса: инновационный путь. Красноярск: Изд-во Краснояр. гос. ун-та, 2004.
4. Кирьяков А. Г. Воспроизводство инноваций в рыночной экономике (Теоретико-методологический аспект). Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 2000.
5. Яркина Т. В. Основы экономики предприятия: Учебное пособие. URL: <http://sbiblio.com/biblio/default.aspx?group=1> (дата обращения: 09.11.13).
6. Галуцкий Г. М. Основы финансов и финансирования культурной деятельности. М.: АСКИД, 2005.
7. Данилов П. В. Проблемы информационного обеспечения инновационной деятельности предприятий // Межвуз. сб. науч. тр. «Проблемы управления развитием социально-экономических систем» / Под ред. А. Д. Евменова. Вып. 19. СПб.: СПбГУКиТ, 2005.
8. Малахова Н. Н., Ушаков Д. С. Инновации в туризме и сервисе. М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008.
9. Зборовский Г. Б. Общая социология. М.: Гардарики, 2004.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

THEORETICAL APPROACHES TO SERVICE INDUSTRIES ENTERPRISE RESOURCE POTENTIAL UNDERSTANDING

УДК 658 : 338.46



УГРЕХЕЛИДЗЕ Анна Омариевна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, fpk@gukit.ru

UGREHELIDZE Anna Omarieвна

Post-graduate student, Saint-Petersburg State University of Film and Television, fpk@gukit.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются теоретические аспекты определения ресурсного потенциала предприятий. Осуществлен анализ имеющихся представлений о сущности и основных характеристиках ресурсного потенциала организаций. Проведена систематизация различных научных исследований, необходимая для комплексного подхода к определению ресурсного потенциала сферы услуг.

Ключевые слова: ресурсы, потенциал, стратегия, конкурентные преимущества.

Abstract.

The article examines the main theoretical aspects of defining the resource potential at the enterprises. We have performed an analysis of the current concepts of the essence and main characteristics of resource potential at organizations as well as a systematization of various scientific studies which is necessary for a comprehensive approach to determine the service sector resource potential.

Key words: resources, potential, strategy, competitive advantages.

Развитие сферы услуг в современных условиях обостряет конкурентную борьбу на рынке, что, в свою очередь, диктует организациям, заинтересованным в повышении эффективности своей деятельности, необходимость обеспечения определенного уровня конкурентоспособности.

Одной из основных целей хозяйствующего субъекта становится удержание и закрепление конкурентных позиций в своем рыночном сегменте. Достижение данной цели возможно в том случае, когда организация обладает конкурентными преимуществами, основой которых являются возможности

компании организовать наиболее эффективное, по сравнению с конкурирующими фирмами, функционирование всех своих составляющих. Для этого необходимо владеть полной информацией как об изменениях внешней среды, так и о ресурсном потенциале собственной компании. Руководство организации, обладая данной информацией, сможет объективно оценить ситуацию, сопоставить свои возможности с потребностями и принять экономически обоснованные решения по использованию ресурсного потенциала. Необходимо помнить, что ресурсный потенциал хозяйствующего субъекта зависит как от внешних условий, в которых протекает его деятельность, так и от внутренних, которые также подвержены постоянным изменениям.

Термин «ресурсный потенциал» в научных исследованиях используется в основном в отношении субъектов РФ, крупных экономических районов, страны в целом. Но, поскольку одними из главных составляющих ресурсного потенциала этих субъектов являются хозяйствующие субъекты, которые обеспечивают производство товаров и услуг, представляется вполне обоснованным применить этот термин в отношении организаций сферы услуг.

Анализ последних научных трудов и публикаций, посвященных исследованию ресурсного потенциала хозяйствующего субъекта, показал, что не существует однозначного определения данного термина, так как в различной научной литературе ему присваиваются довольно разные характеристики и описываются разноплановые составляющие. Исследованию видов потенциала посвящено множество работ отечественных и зарубежных ученых, таких как Г. Л. Азоева, Г. В. Бережнов, Е. Н. Кучерова, Л. Г. Окорокова, Е. Н. Складар, С. Ю. Стеклова, А. Г. Фонотов, Э. Котляр, Б. З. Мильнер, М. Портер, А. Дж. Стикланд и других. Однако, несмотря на большое количество различных исследований в данной области, определение ресурсного потенциала организаций сферы услуг требует дополнительного исследования.

Автор считает, что целесообразно начать исследование с рассмотрения различных определений самого термина «ресурсный по-

тенциал предприятия», которые наиболее часто можно встретить в научной литературе.

Л. Г. Окорокова в своем научном труде определяет ресурсный потенциал как совокупность используемых первичных ресурсов и способов их соединения, которые необходимы для создания новых видов ресурсов или для увеличения их стоимости. Так, данный автор считает, что ресурсный потенциал предприятия представляет собой одну из объективных характеристик общественного производства, в которой проявляется совокупность не только потенциальных возможностей ресурсов, но и способность предприятия осуществлять весь производственный цикл, а именно распределение ресурсов, воспроизводство товаров и услуг и способность приносить доходы [1].

М. В. Мельник, Е. Б. Герасимова считают, что «ресурсный потенциал – это совокупность ресурсов организации (трудовых и производственных), обеспечивающих непрерывность и эффективность ее деятельности» [2].

По мнению А. Н. Ковалева, совокупность трудовых, природных и материальных затрат является основой ресурсного потенциала, который определяется количеством, качеством и внутренней структурой каждого ресурса. В то же время, он уточняет, что это не только сложившаяся система имеющихся у организации ресурсов, но и альтернативные ресурсы и их источники, т.е. новые виды ресурсов, которые ранее не существовали или не использовались, но возможность их использования научно обоснована и в рассматриваемом периоде предусмотрено их получение [3].

Е. Н. Кучерова писала, что под ресурсным потенциалом предприятия или отрасли следует понимать совокупность всех имеющихся видов ресурсов, сопряженных между собой, использование которых позволяет достигнуть желаемого экономического эффекта. Ресурсный потенциал реализуется в процессе осуществления деятельности организации. Эта деятельность заключается в активном и целенаправленном воздействии персонала предприятия на средства и предметы труда, результатом которого являются новые услуги [4].

В своих трудах В. В. Ковалев, исследуя различные подходы к определению видов ресурсного потенциала организации, писал, что способность выполнять предусмотренный технологический процесс и генерировать требуемые результаты говорит об удобном подразделении всей совокупности ресурсов на три группы: материально-техническая база (долгосрочные ресурсы, обусловленные сущностью технологического процесса), оборотные активы (активы, обеспечивающие выполнение технологического процесса) и трудовые ресурсы [5].

На взгляд А. П. Шатровой, ресурсный потенциал – это возможности организации по использованию имеющихся у нее ресурсов и ресурсов, которые предприятие не использует, но которые есть во внешней среде. Также это те ресурсы, которые могут появиться в будущем, включая и осязаемые и неосязаемые ресурсы для максимального удовлетворения потребностей населения в товарах/услугах организации, а также производства добавленной стоимости и получения прибыли. По мнению, А. П. Шатровой, ресурсный потенциал бывает осязаемый и неосязаемый (рисунок) [6].

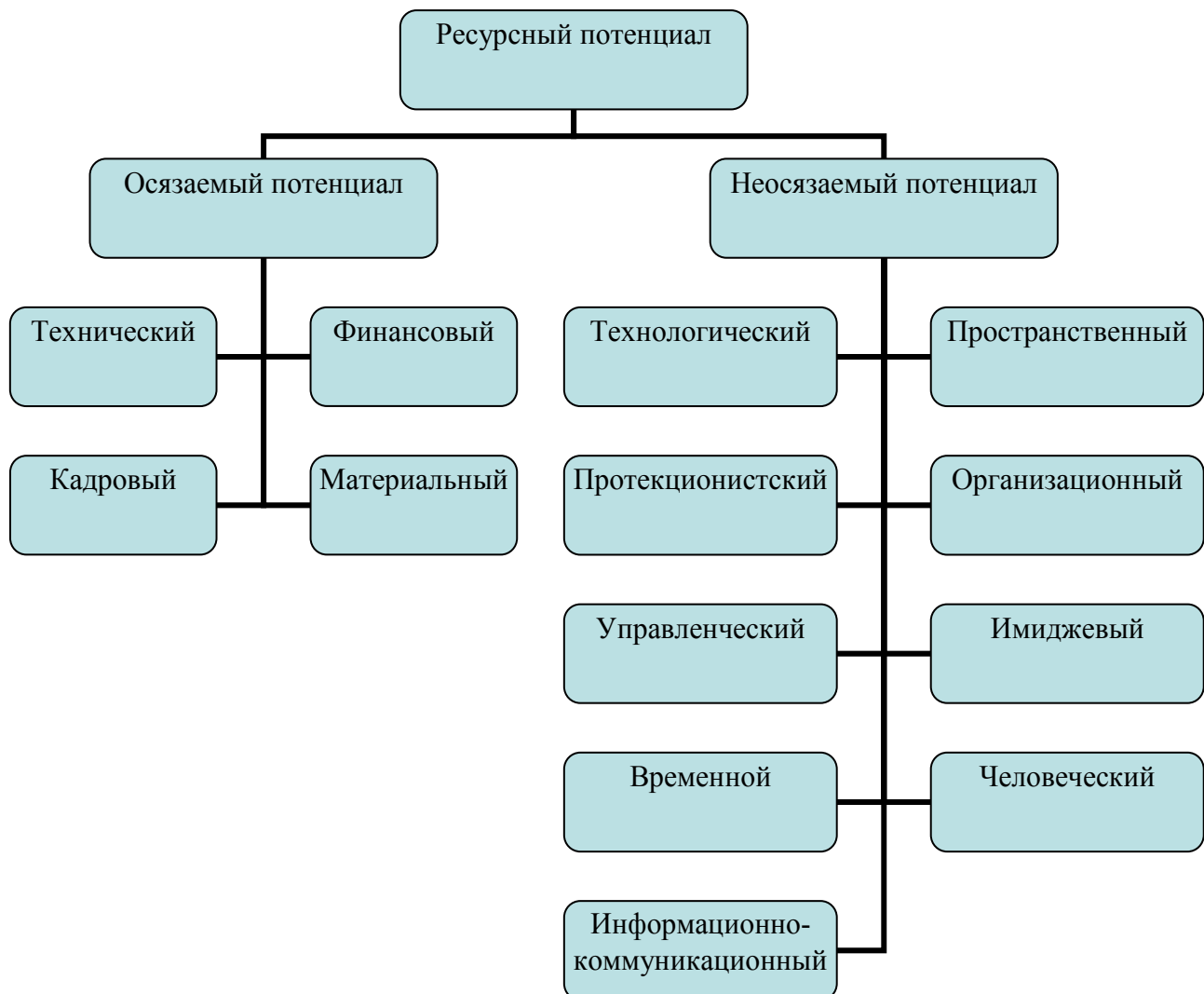


Рисунок
Состав и структура ресурсного потенциала предприятия

Как мы видим, почти все исследователи, так или иначе выделяют в своих трудах такие составляющие ресурсного потенциала, как материальные, трудовые и технологические ресурсы.

По мнению автора, ресурсный потенциал сферы услуг можно рассматривать двояко, как материальную основу производства услуг и как конгломерат ресурсов, учитывающий целевое назначение ресурсов.

Большая часть ресурсов имеет натуральную и стоимостную форму. В натуральной форме ресурсный потенциал состоит из основных, оборотных фондов и персонала.

Основные фонды организации – это совокупность средств для оказания непроизводственных услуг. Хотя непроизводственные основные фонды не оказывают непосредственного влияния на рост производительности труда, но постоянное увеличение этих фондов связано с улучшением благосостояния работников предприятия, повышением материального и социального уровня их жизни, что в конечном счете положительно сказывается на результате деятельности хозяйствующего субъекта.

Наряду с основными средствами и рабочей силой оборотные средства являются важнейшим элементом деятельности учреждения. Недостаточная обеспеченность организации оборотными средствами парализует ее деятельность и приводит к ухудшению материального положения. Оборотные средства занимают важное место в имуществе предприятия и представляют собой часть средств, вложенных в текущие активы.

В стоимостной форме – это денежное выражение различных видов ресурсов, которые включают оборотные и необоротные активы, и совокупных, в которые также входит фонд заработной платы.

Количественно ресурсный потенциал представляет собой сумму составляющих его элементов. Однако в общем виде ресурсный потенциал определяется не только в количественном выражении, он включает в себя отдельные составляющие, соотношение ко-

торых характеризует структуру ресурсного потенциала, а именно:

- материальную составляющую;
- нематериальную составляющую;
- кадровую составляющую;
- финансовую составляющую;
- организационную составляющую.

На взгляд автора, непосредственно для сферы услуг потенциал организаций обязательно необходимо разделять на составляющие и поэтапно рассматривать каждую.

Таким образом, в результате изучения литературы и систематизации различных научных взглядов, автор пришел к выводу, что под ресурсным потенциалом организации сферы услуг следует понимать совокупность всех имеющихся видов ресурсов, внутренних, собственных, доступных внешних и перспективных, благодаря которым достигается положительный экономический эффект и реализуется выбранная конкурентная стратегия. В современных условиях в составе потенциала, по мнению автора, нужно выделять следующие виды ресурсов:

- материальные ресурсы;
- технологические ресурсы;
- кадровые ресурсы;
- ресурсы системы управления;
- информационные ресурсы;
- финансовые ресурсы.

Материальные ресурсы организации – это все виды ресурсов, имеющие материальную природу, предметы труда, которые образуют материально-вещественную составляющую готового продукта и изменяют в процессе производства продукции и услуг свою форму. В материальные ресурсы входят материалы, энергия, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы.

Технологические ресурсы – это отдельный вид материальных ресурсов, включающий средства труда и производственные технологии.

Кадровые ресурсы – это все работники учреждения, официально числящиеся в штате и работающие по найму, кроме руководства. Это постоянные работники, которые приняты

на работу без ограничения или на срок больше года, временные и сезонные служащие. Данный вид ресурсов, по мнению автора, наиболее важен для предприятий сферы услуг.

Ресурсы системы управления представляют собой весь управленческий персонал, который принимает все стратегические решения, а также все те ресурсы, с помощью которых управленческий персонал воздействует на остальных работников.

Финансовые ресурсы организации – это совокупность собственных денежных средств, доходов и заемных средств, предназначенных для выполнения финансовых обязательств предприятия, финансирования текущих затрат, обслуживания эмиссионной и инвестиционной деятельности. Данные ресурсы образуют фонд оплаты труда и используются для выполнения обязательств перед банками, поставщиками, страховыми службами и другими предприятиями.

В современных рыночных условиях ни одно учреждение не может обойтись без

актуальной и достоверной информации и информационных технологий. Поэтому под информационными ресурсами организации понимается вся совокупность применяемых программ и обрабатываемых данных, которая представляет ценность для организации. Также в данный вид ресурсов входят все научно-исследовательские разработки и различные носители информации. На взгляд автора, целесообразно выделить в составе информационных ресурсов отдельным пунктом инновационные ресурсы. Это те ресурсы, которые еще не существуют, но могут быть созданы и использованы на определенном этапе, т.е. перспективные или альтернативные, как определяет их А. Н. Ковалев [3].

Для эффективного функционирования учреждения любого уровня необходимо не только наличие всех видов ресурсов, но, прежде всего, их сбалансированное количественное и качественное взаимодействие в реальном производственном процессе (таблица).

Таблица

Показатели эффективности использования структуры ресурсного потенциала торгового предприятия малого бизнеса

Вид ресурсного потенциала торгового предприятия малого бизнеса	Ресурсы, составляющие основу ресурсного потенциала предприятия	Показатель
Финансово-имущественный потенциал	Материальные Нематериальные Финансовые Инвестиции	Коэффициент текущей ликвидности Коэффициент платежеспособности Коэффициент финансовой устойчивости Состав и состояние активов Оборачиваемость активов Оборачиваемость собственного капитала Рентабельность капитала Коэффициент автономии
Кадровый потенциал	Трудовые	Уровень текучести персонала Производительность труда Уровень оплаты труда Эффективность материального стимулирования Количество конфликтных ситуаций Доля компенсационного пакета в общем объеме прибыли Прибыль на одного сотрудника Емкость затрат на содержание трудовых ресурсов Уровень интенсивности труда

Вид ресурсного потенциала торгового предприятия малого бизнеса	Ресурсы, составляющие основу ресурсного потенциала предприятия	Показатель
Информационно-маркетинговый потенциал	Материальные Нематериальные Финансовые Инвестиции Время	Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта Коэффициент затоваренности готовой продукцией Рентабельность продаж Коэффициент эффективности ценовой политики Соотношение цена-качество Доля продукции фирмы на региональном рынке
Организационно-предпринимательский потенциал	Трудовые Материальные Нематериальные Финансовые Инвестиции	Экономическая эффективность управленческой деятельности Доля затрат на управление в общей сумме издержек Доля управленцев в общей численности Соотношение линейного и функционального персонала

В таблице, составленной А. О. Даниловой в своей работе, представлены наиболее часто используемые показатели, которые отражают эффективность использования каждого элемента ресурсного потенциала торговых предприятий малого бизнеса [6].

Представленные в таблице показатели для определения эффективности всех видов ресурсов применимы для любых организаций сферы услуг и в совокупности будут давать хозяйствующему субъекту возможность достижения поставленных целей всей системы. Таким образом, имея в своем распоряжении все данные ресурсы, организация способна удовлетворять изменяющиеся потребности и запросы потенциальных покупателей.

В современных условиях развития экономики обеспечить устойчивое функционирование хозяйствующего субъекта можно при условии разработки и реализации конкурентной стратегии, основой которой является выявление конкурентных преимуществ. Способность организации выиграть в конкурентной борьбе будет зависеть от внутренних конкурентных возможностей данного

учреждения и внешних условий его деятельности. Внешняя среда организации исследуется с целью выявить условия или тенденции, которые могут повлиять на способность хозяйствующего субъекта выполнять свои функции. Внешней средой является рынок, государственное регулирование и поведение конкурентов. Типичные сферы анализа включают экономику, демографию, социокультурный аспект, политико-институциональную и технологическую сферы. Уже на этой стадии исследование должно иметь стратегический характер, необходимо определить угрозы и возможности, очевидно затрагивающие главное направление развития и действия организации. Однако для выявления возможных перспектив развития компании необходимо вначале определить фактическое состояние ресурсного потенциала, и только после этого разрабатывать способы его увеличения и рационального использования. В связи с этим вопрос определения и формирования ресурсного потенциала организации сферы услуг становится актуальной научно-практической задачей.

Список литературы

1. *Окорокова Л. Г.* Ресурсный потенциал предприятий. СПб.: СПбГТУ, 2001. С. 113.
2. *Герасимова Е. Б., Мельник М. В.* Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М.: Форум: ИНФРА-М, 2008. С. 193.
3. *Ковалев А. Н.* Ресурсный потенциал торговых организаций и эффективность его использования: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Белгород, 2004. 192 с.
4. *Кучерова Е. Н.* Экономические инструменты регулирования устойчивого развития предприятия // Образование, наука и производство: Сборник научных трудов. Вязьма: ВФ ГОУ МГИУ, 2010. Т. 11. 219 с.
5. *Ковалев В. В.* Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2002. 560 с.
6. *Шатрова А. П.* Алгоритм внедрения методики оценки ресурсного потенциала предприятия сферы услуг // Проблемы современной экономики. 2009. № 3 (31). С. 5.
7. *Данилова А. О.* Анализ инструментов оценки эффективности использования ресурсного потенциала торгового предприятия малого бизнеса // Проблемы современной экономики. 2009. № 2 (30). С. 2.

ПОСТКРИЗИСНОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА В 2011–2012 ГОДАХ

POST-CRISIS SERVICE SECTOR DEVELOPMENT IN SAINT-PETERSBURG IN 2011–2012

УДК 338.46(470.23-25)

ГОЛУБЕВА Валентина Константиновна

соискатель Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения,
kit.producer@mail.ru

GOLUBEVA Valentina Konstantinovna

MBA in Economics, Saint-Petersburg University of Film and Television, kit.producer@mail.ru



Аннотация.

В статье проанализирована структура и динамика развития сферы услуг Санкт-Петербурга в 2011–2012 гг. Сопоставление количественных показателей позволило установить, что даже под влиянием негативных последствий финансово-экономического кризиса 2008 г. сфера услуг продолжает стабильно развиваться. Данный факт обусловлен как внутренними резервами данной сферы экономики, так и проводимыми государственными программами по поддержке и развитию сферы услуг.

Ключевые слова: экономика, сфера услуг, посткризисное развитие.

Abstract.

The article analyses the structure and dynamics of service sector development in Saint-Petersburg in 2011–2012. Numerical comparison has revealed that under the financial crisis negative effects in 2008 the service sector is on the increase. This fact is stipulated by internal reserves of the economic sector as well as the ongoing supporting governmental programmes for its development.

Key words: economy, service sector, post-crisis development.

Согласно статистике в Санкт-Петербурге в январе–марте 2012 г. платных услуг в целом было оказано на сумму около 72,6 млрд руб., что по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. выше на 5,5%. Оборот розничной торговли возрос на 3,5% по сравнению с мартом 2011 г., а также на 5,2% увеличился транспортный грузооборот. В целом следует заключить, что оборот организаций за первый квартал 2012 г. составил 1544,069 млрд руб.,

что на 13,3% выше, чем в соответствующем периоде 2011 г. [1].

При этом прирост в сфере услуг был зафиксирован практически во всех видах экономической деятельности. Исключение составили: операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг, предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг, производство и распределение электроэнергии, газа и воды.

Максимальными темпами роста в сфере услуг характеризуются такие виды экономической деятельности, как размещение и общественное питание, а также образование. Однако в общей структуре оборота организаций доля данных видов экономической деятельности составляет менее 1%, поэтому в целом не оказывает значительного воздействия на экономику Санкт-Петербурга, которая обеспечивается в первую очередь за счет обрабатывающих видов производства, оптовой и розничной торговли.

В сравнении с 2011 г. оборот организаций уменьшился в таких видах деятельности в сфере услуг, как производство и распределение электроэнергии, транспорт и связь, операции с недвижимым имуществом, газ и вода, аренда и предоставление услуг.

Так, объем перевозок грузов в январе–марте 2012 г. составил 2,6 млн т, объем грузооборота – 3,1 млрд т-км. Снизились объемы перевозок грузов автомобильным транспортом (на 19,9% по сравнению с январем–мартом 2011 г.), объемы перевозок воздушным транспортом увеличились на 19,8%, морским – уменьшились на 12,3%.

Однако вырос оборот розничной торговли: например в марте 2012 г. он составил 65,6 млрд руб., что в товарной массе на 6,4% больше, чем в марте 2011 г.

Отметим, что в обороте розничной торговли доля коммерческих предприятий, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, составляет 76%, доля субъектов среднего предпринимательства – 3%, доля малых предприятий – 15%, доля индивидуальных предпринимателей, торгующих вне рынков – 5%, доля продажи товаров на розничных рынках и ярмарках – 2%. По сравнению с январем–мартом 2011 г. доли коммерческих предприятий, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, субъектов среднего предпринимательства, индивидуальных предпринимателей, торгующих вне рынков, увеличились на 1 процентный пункт (п.п.), доля малых предприятий уменьшилась на 3 п.п., доля продажи товаров на розничных рынках и ярмарках не изменилась.

В структуре оборота розничной торговли удельный вес оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки и табачные изделия, в январе–марте 2012 г. составил 36% (в январе–марте 2011 г. – 41%), непродовольственных товаров – 64% (в январе–марте 2011 г. – 59%).

В общем объеме платных услуг населению в январе–марте 2012 г. составил 72,6 млрд руб. (105,5% в январе–марте 2011 г.).

В структуре платных услуг населению преобладают услуги связи (26,5%), транспортные услуги (17,8%) и коммунальные услуги (16,2%).

В январе–марте 2012 г., по сравнению с январем–мартом 2011 г., объем услуг гостиниц и аналогичных форм размещения уменьшился на 5,8%, туристских услуг – на 3,8%, учреждений культуры – на 3,5%. Наиболее существенно увеличился объем правовых услуг (на 38,8%).

При этом из 11 видов наблюдаемых бытовых услуг в январе–марте текущего года, по сравнению с январем–мартом 2011 г., рост отмечался по семи видам деятельности, наибольший – по ремонту и техобслуживанию автотранспортных средств – на 7,6% [3].

Кроме того, как зафиксировано в Концепции социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2020 года [2], в городе сформирована отрасль информационных технологий, инфраструктура которой состоит из центров научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (R&D), включая ведущие международные компании, в том числе Microsoft, EMC, Oracle, Intel, Яндекс, Google, Hewlett-Packard, Motorola Mobility, EPAM, LGSoftLab, Siemens, T-Systems и пр. Годовой оборот ИТ-отрасли в 2010 г. составил примерно 100 млрд руб. Следует отметить, что более 25% экспортной выручки всех ИТ-компаний России аккумулируется в Санкт-Петербурге.

По прогнозным оценкам, в ближайшее десятилетие высокотехнологичная промышленность и сопряженная с ней научно-исследовательская деятельность будут базовыми отраслями экономики, станут не просто стимуляторами экономического ро-

ста, а непосредственно его лидерами. Размер совокупной доли промышленности вместе с обслуживающим его сектором услуг достигнет 46%. А доля сектора услуг в сфере исследований и разработок вырастет в три раза, что будет составлять около 6%. Ключевыми предприятиями сферы услуг станут научно-исследовательские и опытно-конструкторские центры (R&D), а также предприятия по инжинирингу, технологическим сервисам и наладке, разработке программного обеспечения и пр. Ожидается увеличение доли промышленности в ВВП за счет внедрения современных производств и замещения предприятий традиционных секторов экономики новыми высокотехнологичными производствами, в числе которых такие сферы, как фармацевтика, судостроение, автомобилестроение, информационные технологии, радиология, энергомашиностроение и др. При таких условиях среднегодовые темпы прироста промышленного производства составят 6–7%.

Следует отметить, что популярные и распространенные с конца 1990-х гг. оценки экспертов и государственных чиновников в отношении позитивных последствий деиндустриализации крупных городов и регионов на практике оказались значительно преувеличенными. При этом во время мирового финансово-экономического кризиса 2008–2010 гг. экономика большинства крупных городов, в числе которых Санкт-Петербург, специализирующихся на исследованиях и разработках, высокотехнологичных отраслях промышленности, продемонстрировала устойчивость и способность к восстановлению в период рецессии в сравнении с другими мировыми туристическими и финансовыми центрами. На начальных этапах восстановления посткризисной экономики резкий спад большинства отраслей промышленности сравнительно быстро сменил траекторию в сторону роста.

В различных секторах и отраслях экономики Санкт-Петербурга в сфере услуг были достигнуты значимые по объему и качеству позиции на национальных и глобальных рынках. В значительной степени это произошло благодаря функционированию Большого порта Санкт-Петербурга, который обеспечи-

вает экспортные и импортные морские грузоперевозки России в размере соответственно 10% и 50%. Одновременно с этим количество международных перевозок пассажиров через аэропорт «Пулково» увеличилось практически в два раза, что составило 6,7 млн чел.

Правительством РФ предполагается к 2020 г. сделать Санкт-Петербург крупнейшим транспортным узлом, где будут расположены не только ведущие национальные и международные логистические операторы, но также и девелоперы логистических мощностей. Планируется создание новых логистических мощностей, позволяющих осуществить сбор и хранение дорогих и сложных грузов (например, контейнеры, RO-RO грузы и рефрижераторные грузы). Аэропорт «Пулково» будет характеризоваться как международный авиационный узел, оснащенный современным аэровокзальным комплексом, благодаря чему произойдет увеличение количества направлений и объемов авиаперевозок.

Значительным позитивным моментом для развития сферы торговли стало образование в Санкт-Петербурге потребительского рынка, который характеризуется вторым по своим масштабам в России и одним из самых крупных в Балтийском макрорегионе. На основании этого потребительская сфера по своим количественным показателям за 2000-е гг. постепенно достигла европейского уровня. В городе были размещены всемирно известные торговые сети, сформирована дифференцированная система торговых коридоров, определенное количество которых, в том числе Невский проспект, вошли в мировые рейтинги подобных торговых зон.

Одновременно с этим укрепление Санкт-Петербургом своих позиций в сфере услуг сопряжено с препятствиями, среди которых – ухудшение городской среды и демографический спад.

Таким образом, в Санкт-Петербурге сформировался ряд негативных факторов, воздействующих на эффективность развития сферы услуг. Среди таких факторов следует выделить стареющую жилую застройку в периферийной зоне, основанную в 1970–80-е гг., а также территорию новой застройки (1990–2000-х гг.), ко-

торая «растягивает» город и создает внешний вид инженерной и социальной инфраструктуры. Это формирует в перспективе для города риски в отношении увеличения расходов не просто любой масштабной деятельности, но и обычной жизни населения в сравнении с его основными глобальными конкурентами.

Периферийная зона характеризуется низкой привлекательностью, прежде всего для «креативного класса», в плане проживания и работы. Микрорайонная застройка блокирует дальнейшее развитие территории. Поэтому сейчас улицы используются преимущественно для перемещения людей в пространстве, но не выполняют ряда важных функций, среди которых мобильная торговля, предоставление бытовых и культурно-развлекательных услуг и пр. Одновременно с этим в Санкт-Петербурге не развита эффективная система подцентров, призванных для жителей районов формировать рабочие места и стягивать активность горожан. В историческом центре города аккумулирована практически вся индустрия культурно-развлекательной сферы. В повседневной жизни это стало причиной роста автомобилизации и дефицита публичного пространства, которое столь востребовано новым поколением горожан.

Еще одним недостатком развития сферы услуг в Санкт-Петербурге является отсутствие центрального делового района, характерного для всех современных мегаполисов, что затрудняет принятие в городских офисах глобальных компаний. Это дестимулирует развитие пассажирских коммуникаций, снижает качество деловых услуг, негативно влияет на формирование рынка труда современных квалификаций. На современном этапе более 40% офисов сосредоточено в Петроградском, Центральном и Приморском районах города.

Как показывает мониторинг социально-экономического развития районов Санкт-Петербурга, проводимый во исполнение Закона Санкт-Петербурга от 20 марта 2008 г. № 140-24 «О программе социально-экономического развития Санкт-Петербурга на 2008–2011 годы» [3], в развитии сферы услуг в районах Санкт-Петербурга наблюдается раз-
личная динамика.

Так, в сфере медицинских услуг только в Выборгском, Приморском, Красносельском и Василеостровском районах Санкт-Петербурга остаются государственные медицинские учреждения здравоохранения, не переведенные на оплату медицинской помощи по результатам деятельности. При этом в 2011 г. обеспеченность населения койками в дневных стационарах в среднем по районам составляет 7,2 ед. (снижение на 1%). Снижение произошло в шести районах, наиболее существенное – в Кронштадтском (–27,5%). Наибольшее увеличение показателя отмечено в Красносельском районе (в 1,85 раза).

В целом, плановая пропускная способность амбулаторно-поликлинических учреждений в среднем по районам выросла на 1,1% и достигла 270,6 посещений, однако это значительно ниже целевого значения стандарта проживания на 2011 г. Рост отмечен в семи районах, наиболее значительный – в Адмиралтейском (+46,2%). Наибольшее снижение показателя произошло в Петроградском районе (–12%).

В семи районах Санкт-Петербурга выросло число физических лиц врачей, что может свидетельствовать об уменьшении совместительства у этой категории работников. Показатель вырос в среднем по районам на 2,1% и составил 38,5 чел. Наиболее значительный рост в Колпинском районе (+41,8%). Наибольшее снижение показателя зафиксировано в Пушкинском (–20,7%) и Невском (–20%) районах. Целевое значение достигнуто только в Курортном и Колпинском районах.

В 2011 г. в 11 районах уменьшилась обеспеченность средним медицинским персоналом. Наибольшее снижение отмечено в Пушкинском (–20,5%), Василеостровском (–19,7%) и Петроградском (–19,4%) районах. Наиболее значительный рост показателя зафиксирован в Колпинском районе (+38,6%). В среднем по районам показатель снизился на 0,9% и по итогам года составляет 56,5 чел. на 10000 жителей. Целевое значение достигнуто только в Курортном, Колпинском и Кронштадтском районах.

Немаловажно, что в 2011 г. объем оказанной амбулаторно-поликлинической помощи только в Петроградском и Красногвардей-

ском районах выше норматива объема медицинской помощи, установленного на 2011 г. [4]. Показатель вырос в 10 районах, наиболее существенно – в Красносельском (+32,8%). Объем медицинской помощи, оказанной в дневных стационарах в расчете на одного жителя, выше норматива объема медицинской помощи, установленного на 2011 г., только в Курортном, Колпинском, Красногвардейском, Московском, Невском и Адмиралтейском районах.

В целом, несмотря на безусловное влияние кризиса 2008 г., проявление которого связано с изменением интенсивности и характера связей во внешней и внутренней среде организации, с бюджетными, налоговыми, кредитными, внешнеэкономическими, ценовыми, кадровыми, структурными, инновационными реакциями, имеющими различную интенсив-

ность в зависимости от конкурентной структуры рынка определенного вида услуг, очевидно, что сервисные отрасли продолжают демонстрировать преимущественно положительную динамику и стабильный рост [5].

В этой связи не вызывает сомнений стратегическая ориентация экономики Санкт-Петербурга на новые отрасли и формирующиеся рынки, растущие темпами свыше 15–20% в год и способные обеспечить опережающий рост для других отраслей и секторов. Предполагаемые ежегодные темпы роста экономики города составят не менее 5,5–6,0%, объем ВРП к 2020 г. увеличится в 1,8 раза и составит 2 533 млрд руб. в сопоставимых ценах. Такой экономический рост, связанный и с динамикой в сфере услуг, позволит обеспечить устойчивое повышение благосостояния и уровня жизни населения.

Список литературы

1. Динамика уровня экономического и социального развития Санкт-Петербурга в январе–марте 2012 года. СПб., 2012.
2. Концепция 20. Общий город, общий дом, общие ценности. СПб., 2011.
3. Мониторинг социально-экономического развития районов Санкт-Петербурга. Аналитический обзор по итогам 2011 г. СПб., 2012.
4. Закон Санкт-Петербурга «О Территориальной программе государственных гарантий оказания гражданам Российской Федерации бесплатной медицинской помощи в Санкт-Петербурге на 2011 год» от 19.01.2011 № 766-9.
5. Белякова Н. В. Кризис: некоторые вопросы антикризисного управления на стадии рецессии // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2011. № 24.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ

1. Статья должна соответствовать профилю издания, одному из его тематических разделов (рубрик) и направлений.

2. Статья должна иметь ограниченный объем машинописного текста формата А4 (от 10 до 18 страниц), книжной ориентации, поля 2,5 см со всех сторон, шрифт Times New Roman, цвет – черный, размер шрифта – 14; межстрочный интервал – 1,5.

3. Оформление статьи осуществляется следующим образом: вначале даются сведения об авторе (фамилия, имя и отчество, должность и организация, которую представляет автор статьи, ученое звание, ученая степень, контактный телефон и адрес электронной почты), УДК (обязательно), название статьи, аннотация, ключевые слова и далее текст статьи.

Пример:

Иванов Иван Иванович – доцент кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, контактный телефон и адрес электронной почты.

УДК

МЕХАНИЦИЗМ В КУЛЬТУРЕ НОВОГО ВРЕМЕНИ

4. При наличии в статье поясняющих рисунков и таблиц в тексте статьи обязательно должны быть ссылки на них, например (рисунок 1). Если в тексте статьи приводится только один рисунок, то он не нумеруется.

Пример:

Рисунок 1

Схема взаимосвязи хозяйственных факторов

5. Название таблицы указывается над нею. Слово «таблица» пишется над названием таблицы и нумеруется. Если в тексте статьи приводится только одна таблица, то она не нумеруется.

Пример:

Таблица 1

Показатели реализации ресурсного потенциала предприятия

6. Математические формулы и уравнения набираются в редакторе формул (приложение программы Microsoft Word). Те из них, на которые в последующем тексте будут ссылаться, нумеруются цифрами. Номер ставится у правого края в круглых скобках.

Пример:

$$\left(\frac{R_x}{R_x^m} \times \frac{R_y}{R_y^m} \right) \times \frac{R_z}{R_z^m} = 1, \quad (1)$$

где R_x и R_y – результативность использования (отдача) потенциалов субъектов x и y (внутренней и внешней сторон экономических отношений) с позиции индивидуальных экономических интересов, которая определяется по их вкладу в конечный результат предприятия; R_z – результативность использования (отдача) общего потенциала системы z (предприятия в целом).

7. Ссылки на источники, использованные в тексте статьи, даются в квадратных скобках после упоминания материала источника или цитирования согласно

номеру, под которым источник приведен в списке использованной литературы, например [6] или [2; 3; 4]. Библиографическое описание использованных источников дается в строгом соответствии с ГОСТ Р 7.05–2008. В случае цитирования после номера источника через запятую ставится номер страницы, с которой взят цитируемый материал, например [5, с. 48] или [5; 6, с. 21]. При ссылке на Интернет-ресурсы необходимо указать название статьи, название сайта, электронный адрес ресурса и дату обращения к нему.

Пример:

1. Пикунов Н. И. Организация работы налоговых органов США. URL: www.lexaudit.ru (дата обращения: 26.06.2012).

8. Список использованной литературы формируется согласно порядку упоминания ссылок в тексте статьи. В статье рекомендуется использовать не более 10 литературных источников.

9. К статье прилагается фотография автора (разрешение не менее 300 пикс/дюйм).

10. Фамилия, имя и отчество автора, название статьи, аннотация (объемом до 400 знаков), перечень ключевых слов (5–7 слов), сведения об авторе должны быть в статье на русском и английском языках. Название статьи должно содержать не более девяти слов.

11. Схемы и рисунки должны быть выполнены в приложениях программы Microsoft Word, фотографии должны быть сохранены в формате JPEG.

12. Сокращения величин и мер допускаются только в соответствии с Международной системой единиц.

13. Статья вместе с заявкой на публикацию может высылаться электронной почтой (e-mail: gukit-journal@mail.ru). Файлы необходимо именовать согласно фамилии первого автора. Не рекомендуется в одном файле помещать несколько статей.

14. Авторы, разрабатывающие докторские и кандидатские диссертации, а также не имеющие ученых степеней, одновременно со статьей направляют в редакцию рецензию на нее известных в данной научной отрасли ученых (специалистов) или выписку из протокола заседания профильной кафедры с рекомендацией статьи к публикации.

15. Несоблюдение указанных требований может явиться основанием для отказа в публикации или увеличения срока подготовки материала к печати.

16. Плата с аспирантов за публикацию статей не взимается.

17. Редакция оставляет за собой право отклонить статью по одной или нескольким из следующих причин:

- а) несоответствие тематики статьи профилю журнала;
- б) недостаточная актуальность и значимость результатов исследования, представленных в статье;
- в) качество раскрытия темы статьи не соответствует современному уровню научных исследований;
- г) статья написана недостаточно литературным или недостаточно научным языком;
- д) оформление статьи не соответствует требованиям, описанным в настоящих правилах оформления статей;
- е) на статью получена отрицательная рецензия.

НАУКА

В университете сформирован и развивается широкий спектр научных и научно-творческих направлений, связанных с кинематографом и телевидением



Вручение диплома почетного доктора СПбГУКиТ Майклу Мартину Солтеру – члену Королевского телевизионного общества (RTS) Великобритании – за значительный вклад в прогресс телевизионного вещания и содействие развитию СПбГУКиТ

Основными заказчиками научно-исследовательских разработок являются:

- Министерство культуры РФ
- Госфильмофонд РФ
- Гостелерадиофонд РФ
- Киностудии: «Ленфильм», «Полярная звезда»
- Телеканалы: «Россия», «Культура» и многие другие
- Санкт-Петербургский государственный театр оперы и балета им. М.П. Мусоргского
- Научные организации и предприятия киноиндустрии



Экономика

- Экономика современной кинематографии в России
- Управление развитием социально-культурной сферы
- Стратегическое планирование и инвестирование региональных хозяйственных комплексов
- Нормативное управление и прогнозирование развития кинематографии

Творчество

- Современные технологии и творческие концепции цифрового кинематографа
- Религия и культура в России XXI века
- Образ и изображение: диалектика понятий
- Методологические аспекты эстетики искусствознания

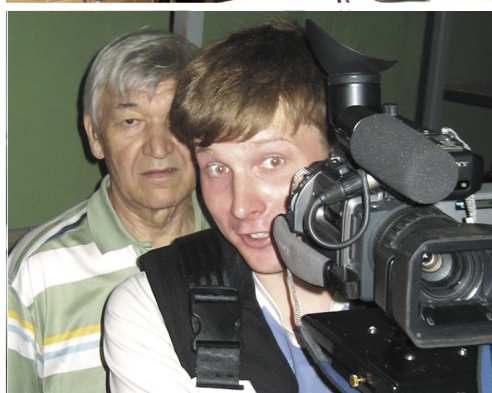
Техника

- Цифровые методы обработки кинематографических и телевизионных изображений

- Оценка качества изображения и звука
- Квалиметрическая экспертиза кинотехники
- Цифровые и информационные технологии кинематографа
- Оборудование и технологии цифрового фильмопроизводства и кинопоказа
- Проекты базовых стандартов по цифровому фильмопроизводству
- Устройства оцифровки киноматериалов с файловым сохранением данных (фильм-сканеры)
- Экспериментальные образцы видеосервера для цифрового кинотеатрального показа и др.

Нанотехнологии и наноматериалы

- Нанотехнологии и наноматериалы для нужд кинематографии на основе нанотел различного типа
- Теория и экология фотографических процессов
- Технология полимерных и композитных материалов



Единственный вуз России, готовящий весь спектр специалистов для киноиндустрии, телевидения и массмедиа:

- Режиссура кино и телевидения
- Кинооператорство
- Киноведение
- Народная художественная культура
- Анимация и компьютерная графика
- Продюсерство
- Драматургия
- Телевидение
- Журналистика
- Реклама и связи с общественностью
- Звукорежиссура аудиовизуальных искусств
- Аудиовизуальная техника
- Светотехника и источники света
- Информационные системы и технологии
- Системы обработки аудиовизуальной информации
- Технологии мультимедиа аппаратуры
- Управление инновациями
- Фотографические технологии и материалы
- Техносферная безопасность
- Экономика
- Менеджмент
- Государственное и муниципальное управление
- Торговое дело

*Сохраняем историю,
создаем будущее*

Официальный сайт: www.gukit.ru



1918 95 2013
лет

ISSN 2307-5368



9 772307 536131 >