

НАУЧНЫЙ ЦЕНТР «АЭТЕРНА»



СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ

Уфа
АЭТЕРНА
2015

УДК 00(082)
ББК 65.26
С 54

Рецензенты:

- 1. Шайбаков Р.Н., д.э.н., проф***
- 2. Янгиров А.В., д.э.н., проф***

С 54 Социально-экономические и правовые основы развития экономики: коллективная монография [под ред. И.В. Тропченко] . - Уфа: Аэтерна, 2015. – 134 с.

ISBN 978-5-906808-43-1

Коллективная монография «Социально-экономические и правовые основы развития экономики» посвящена широкому кругу проблем, которые находятся в центре внимания. Монография призвана дать представление о актуальных теоретических и практических вопросах развития экономики.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

УДК 00(082)
ББК 65.26

ISBN 978-5-906808-43-1

© ООО «Аэтерна», 2015
©Коллектив авторов, 2015

ПАРТНЕРСКИЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ И ИХ ВИДЫ В РОССИИ

В экономической литературе организационные формы интеграции в предпринимательской деятельности именуются весьма многообразно. Их именуют «хозяйственными образованиями», «хозяйственными ассоциациями», «интегрированными структурами», «союзами» и т.п. Поиск новых названий, адекватных происходящим процессам, продолжается. Так, например, Иванова Н.Ю. считает, что «стратегические союзы», как долговременные партнерские соглашения между малыми фирмами и другими рыночными структурами - наиболее эффективная форма коллективной адаптации малых фирм к рынку [3]. Автор называет их сетевой или кольцевой формой организации малых фирм. В ее исследовании отмечается, что по сравнению со слияниями и поглощениями стратегические союзы они добровольны, ориентируются на длительные взаимосвязи при сохранении юридической самостоятельности партнеров, а это значит, что большинство имеющихся форм промышленной кооперации могут быть названы такими союзами.

По нашему мнению, верно суждение о том, что наиболее подходящим и обоснованным среди имеющихся терминов, пригодных для обозначения практически всех форм интеграции предприятий является «объединение», а применительно к предпринимательству – «предпринимательское объединение». Данная позиция высказана И.С. Шиткиной и разделяется другими исследователями [10]. Под предпринимательском объединением понимается объединение двух и более коммерческих организаций или индивидуальных предпринимателей, между которыми существует экономическая или организационная зависимость в форме участия в уставном капитале и управлении хозяйственной деятельностью, реализации проектов и целевых программ, координации действий его участников и т.п. [4,10].

В данном определении подчеркивается многообразие различных связей в предпринимательском объединении, являющихся интеграционными. Мы также считаем, что этот термин является сущностным для понимания процесса интеграции, понятным и для теории, и для практики предпринимательства в современных условиях. Его современная трактовка, конечно, продолжает совершенствоваться. Мы считаем, что предложенное выше определение предпринимательского объединения вполне удовлетворительно и с организационно-управленческой стороны. Однако можно выделить следующие моменты, не учитываемые в данном определении:

Во-первых, следует отметить, что объединяющим признаком интеграционных производственных объединений, как правило, является продукт-товар, который производится и реализуется.

Во-вторых, во всех странах с рыночной экономикой государство давно и вполне успешно участвует в экономике в качестве предпринимателя, а значит, оно является членом значительного количества предпринимательских объединений. Кроме того, государство

часто выступает объединяющим началом для бизнеса при реализации различных проектов в качестве администратора.

В-третьих, членом предпринимательских объединений могут являться и частные некоммерческие организации, в том числе успешно осуществляющие свою деятельность в сфере социальных услуг.

В-четвертых, представляется, что интеграционные взаимодействия не ограничиваются названными выше взаимодействиями, то есть участием в уставном капитале, реализации целевых программ и т.п. Спектр сотрудничества распространяется на более широкий круг интеграционных взаимодействий. Их нам и предстоит еще исследовать более детально.

Поэтому расширим исследуемое понятие и выдвинем гипотезу, что в современных условиях *предпринимательское объединение представляет собой совокупность нескольких коммерческих и некоммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей, связанных участием в создании и реализации продукта в товарной форме и многообразным интеграционными связями.*

Термин имеет свои традиции, так как «производственное объединение» и «научно-производственное объединение» - наиболее распространенные формы промышленных объединений в недавнем историческом прошлом России. Конечно, не следует ставить знак равенства между современными объединениями и теми, которые функционировали в советской экономике. Чертами тех объединений был их непредпринимательский характер, отсутствие добровольности в их создании и преувеличенное значение возможности этих объединений в достижении экономической эффективности социалистической экономики. Однако объединения имели под собой и объективную основу, выражающуюся, прежде всего, в усилении взаимозависимости смежных производств и усилении их экономической интеграции.

В современной экономике хозяйственные связи, конечно, усиливаются и усложняются, появляются новые субъекты экономических отношений как под влиянием концентрации и централизации, так и нового процесса - глобализации. В экономической литературе подчеркивается, что для современной экономики характерно и усиление взаимодействия крупного и малого бизнеса как одно из магистральных направлений интеграции [5]. В основе такого взаимодействия лежит взаимная выгода, а именно: крупные предприятия вносят в функционирование малых элемент стабильности и даже плановости. Для малых они являются амортизатором воздействия рыночных сил. Выгода самих крупных предприятий состоит в том, что малые предприятия выполняют часть их функций, чаще концентрируясь на сбыте и снабжении, разработке и внедрении новых изделий или повышении их качества. В современной экономике хозяйственные связи, конечно, усиливаются и усложняются, появляются новые субъекты экономических отношений как под влиянием концентрации и централизации, так и нового процесса - глобализации. В экономической литературе подчеркивается, что для современной экономики характерно и усиление взаимодействия крупного и малого бизнеса как одно из магистральных направлений интеграции [5,6]. В основе такого взаимодействия лежит взаимная выгода, а именно: крупные предприятия вносят в функционирование малых элемент стабильности и даже плановости. Для малых они являются амортизатором воздействия рыночных сил. Выгода самих крупных предприятий состоит в том, что малые предприятия выполняют часть их функций, чаще концентрируясь на сбыте и снабжении, разработке и внедрении новых изделий или повышении их качества.

Развитие современной экономики характеризуется различными тенденциями, развивающимися в противоположных направлениях. С одной стороны, происходит концентрация и централизация капитала и развивается бурный процесс развития

укрупнения хозяйствующих субъектов. В основном это происходит на основе слияний и поглощений как важнейших способов интеграции.

Сделки по слияниям и поглощениям относят к интеграционным и именно они являются основным способом роста компаний. Поглощение предполагает приобретение всей поглощаемой компании и ее частей. Слияние – это особая форма поглощения, при которой обе участвующие в процессе компании – компания-цель и компания-покупатель лишаются своей юридической самостоятельности, а на их месте образуется новое предприятие, которое может сохранить название одного из участников сделки. Одной из форм поглощения может выступать присоединение поглощаемой компании к компании-покупателю. Однако иногда в практике поглощенная компания переходит под контроль компании-покупателя, сохраняя при этом юридическую самостоятельность.

Отличительным признаком поглощения, проводимого в форме слияния или присоединения, являются:

- установление контроля над приобретаемым бизнесом;
- устранение хозяйственной самостоятельности приобретаемой компании;
- устранение юридической самостоятельности приобретаемой компании;
- устранение договорных отношений с приобретаемой компанией;
- создание единой финансовой структуры.

Мотивы проведения сделок по слиянию и поглощению с точки зрения собственника бизнеса связаны с ресурсами компании-инициатора сделки: сокращение оттока или увеличение притока. С позиций управленческого подхода мотивы могут быть финансовыми, операционными, инвестиционными и т.п. Е.Г.Чернова читает, что наиболее внятный мотив – это повышение стоимости компании за счет расширения бизнеса [9]. При этом решаются задачи, связанные как с горизонтальной, так и вертикальной интеграцией. К горизонтальной относится выход на новые рынки и устранение конкуренции, а к вертикальной – построение завершенного технологического цикла.

Во всех случаях компания добивается снижения издержек, например, за счет перехода на внутренние цены при вертикальной интеграции между компаниями в одной технологической цепочке. Часто оптимизируется организационная и финансовая структура фирмы. Характерными чертами американской экономики в последние кризисные годы стали горизонтальные слияния, то есть объединения компаний одной отрасли – стратегические слияния. Широкое распространение получили финансовые слияния и поглощения, реализуемые корпорациями, принадлежащими к различным отраслям. Как правило, они преследуют цель получения прибыли от инвестиций. Такие сделки в большинстве случаев проводятся с привлечением заемного капитала – «выкупа за счет кредита». Он позволяет компании с помощью заемных средств приобрести контрольный пакет акции компании. В середине текущего десятилетия такие сделки были в мире весьма популярны.

Кризисные явления 2008 - 2010 годов подталкивали слабых игроков к продаже бизнеса или его объединению с более сильными конкурентами. В условиях кризиса на первое место вышли стратегические слияния и поглощения, то есть сделки, проводимые корпорациями, которые связаны производственной цепочкой. Сделки с использованием заемного капитала резко сократились.

Способы интеграции представляют собой совокупность не только организационно-экономических, но и экономико-правовых действий, применяемых в процессе интеграции:

- интеграция посредством заключения договора простого товарищества;
- интеграция посредством приобретения преобладающей доли участия в уставном капитале предприятия;
- интеграция посредством реорганизации в форме слияния и присоединения [2,4,7].

Основной экономико-правовой составляющей сотрудничества в сфере предпринимательства является сделка. Сделка рассматривается как действие, направленное на установление, изменение или прекращение правоотношений юридических или физических лиц в области любой предпринимательской деятельности. В принципе любая договоренность между предпринимателями, в основе которой имеется коммерческий интерес, является сделкой. Но юридически заключенной она считается лишь после подписания договора, содержание и форма которого оговорены. Результатом сделки является удовлетворение всех участников сделки и достижения поставленных целей и получение в результате обмена ценностями пользы.

Договор (контракт) – документальная, юридическая форма закрепления партнерских связей, то есть закрепление обязательств, которая берет на себя каждая из сторон для реализации предпринимательской идеи или получения эффекта сделки.

В своей хозяйственной деятельности предприниматель встречается с необходимостью заключения различных типов договоров. К ним относятся:

- учредительный договор;
- договор купли-продажи;
- договор имущественного найма;
- договор аренды;
- договор о создании совместного предприятия;
- договор лизинга;
- договор подряда;
- договор о кооперации;
- договор о воздании холдинга, консорциума и т.п.;
- договор о факторинге;
- договор о франчайзинге;
- договор о концессии и т.п.

Среди перечисленных договоров более половины – договоры, связанные с различными интеграционными формами и способами функционирования предприятий.

В Гражданском кодексе РФ большое внимание уделено общим положениям договорного права. Среди статей договорного права есть положение о свободе договоров. Обеспечение свободы договоров при реализации партнерских связей выражено в том, что участникам гражданского оборота предоставляется право по собственному усмотрению выбрать контрагента, партнера. Исключение из этого правила составляют договоры для обеспечения федеральных нужд, заключение которых может быть признано обязательным, при этом только для одной из сторон, – той, которая представляет государство. Свобода договора выражается и в праве стороны не только выбрать любой, прямо названный и урегулированный гражданским кодексом договор, но и самоконструировать его, используя правовые элементы, имеющиеся в действующем законодательстве РФ. Договор лишь не должен противоречить действующим в стране правовым нормам.

С другой стороны, взаимодействие фирм осуществляется в других экономико-правовых формах, не требующих слияний и поглощений, в том числе в виде различных предпринимательских объединений. Если взаимодействие субъектов бизнеса базируется на получении взаимной выгоды, то между ними образуется связь в той или иной форме – взаимодействие партнеров по бизнесу, выгодный для всех сторон. Не только стремительное развитие новых технологий и высокотехнологичных продуктов, порождающих прибыль, а также высокий уровень риска заставляет все виды бизнеса искать долгосрочных взаимоотношений друг с другом в различных формах, адекватным новым условиям. Таким

образом, искать взаимодействия все в новых формах заставляет как стремление к обогащению, так и боязнь значительных потерь и разорения.

Сформировавшаяся ныне организационная структура экономики развитых стран во многом отражает названные процессы. Так, например, можно говорить, что современная организационная структура экономики США включает, во-первых, блок независимых компаний мелкого бизнеса. Во-вторых, это межотраслевой хозяйственный блок, объединяющий совокупности предприятий. По некоторым оценкам, уже сегодня около ¼ американской экономики охвачено такими блоками, и примерно лишь ¼ приходится на сферу независимого мелкого бизнеса [1].

Т.Е.Г.Чернова считает, что укрупненная типология интегрированных образований мезоэкономического характера включает три группы субъектов:

- предпринимательские сети;
- хозяйственные объединения;
- интегрированные бизнес-группы (ИБГ) [8].

Выделяются и некоторые важнейшие формы сотрудничества по критерию степени участия в них малого бизнеса. Существует достаточное количество различных бизнес-объединений, которые выработала хозяйственная практика и в которые неизбежно вовлечен малый бизнес как неотъемлемая часть рыночной экономики. По нашему мнению, именно данное направление исследования позволит лучше осмыслить те мотивы, которыми руководствуются участники интеграционных взаимодействий. В то же время следует всегда помнить о том, что взаимодействие субъектов малого предпринимательства с другими видами бизнеса, а также между собой, тесно связано с достижением ими своих основных целей, в том числе получением прибыли как важнейшей из них.

Развитие экономики как системы предполагает оптимальное взаимодействие крупных, средних и малых предприятий, определенные устоявшиеся формы их взаимодействия, кооперации. Чем она выше, тем, как показывает хозяйственная практика, выше потенциал малого предпринимательства. Стратегия развития предполагает постепенный переход к формированию устойчивых экономических связей, в которые вовлечен малый бизнес, как под влиянием государства, так и механизма рынка. Устойчивость этих связей объективно делает устойчивой и рыночную экономику в целом.

Наиболее распространенные формы предпринимательских объединений в основном известны, но их научная систематизация продолжается. Они имеют многолетнюю историю и существуют преимущественно между крупными и средними предприятиями, хотя юридически вхождение в них малых фирм вполне возможно и оно также имеет место. Однако, как мы уже отмечали, их единой классификации не существует. По нашему мнению, основные имеющиеся в рыночной экономике виды предпринимательских объединений с народнохозяйственных позиций можно разделить на три основные группы. Поэтому предложим собственную классификацию предпринимательских объединений с учетом микро, мезо и макроуровня в экономике:

- 1) объединения в рамках одной отрасли экономики (микроуровень);
- 2) объединения межотраслевого характера (мезоуровень);
- 3) объединения с участием государства (макроуровень).

Простое товарищество □ наиболее известная юридическая основа большинства объединений подобного типа. Поэтому назовем их партнерскими или товарищескими. Это объединение предпринимателей, которое не становится юридическим лицом, но представляет собой организационное единство на основе совместной имущественной базы. На основе простого товарищества как юридического договора, зафиксированного в Гражданском кодексе РФ, и организационной формы такого объединения, в экономике

создаются и успешно функционируют многие виды предпринимательских объединений. Простое товарищество отличается от других договоров о сотрудничестве, которые являются двусторонними, в которых каждый участник извлекает свою выгоду, то есть не имеющими, в отличие от товарищества, согласованной цели.

Таким образом, существенными признаками простого товарищества являются:

- наличие у сторон (товарищей) согласованной цели, подкрепляющейся соединением вкладов в общую долевую собственность. При реализации этой цели участники товарищества не противостоят друг другу как кредиторы и должники;
- создание новой организационной единицы – объединения, позволяющего консолидировано выступать на рынке, но не являющегося новым юридическим лицом.

1) Итак, выделим те виды производственных объединений, которые образуются, как правило, в рамках одной отрасли экономики:

1. Картель – одна из наиболее старых форм хозяйственных объединений, созданная для ограничения конкуренции между своими членами с помощью ограничений на объемы продаж и установления единых цен, а также других согласованных действий на данном рынке.

Картель – договорная форма объединения хозяйствующих субъектов, участники которой, сохраняя свой статус юридического лица и экономическую самостоятельность, определяют сбытовую политику и ценообразование с целью расширения сферы влияния на товарных рынках. Понимание картеля в литературе довольно определено. Так целями его создания называются ограничение конкуренции между предприятиями, входящими в картель путем установления минимальных цен, разграничение рынков сбыта товаров и установление доли каждого участника в общем производстве. Картельное соглашение не посягает на самостоятельность участников ни в процессе производства, ни в процессе продажи.

Имеющиеся соглашения предусматривают вытеснение с рынка других фирм, не входящих в картель. Законодательства большинства стран запрещают картельные соглашения, поскольку его участники могут занять на рынке доминирующее положение. В отличие от монопольного понятия «доминирующее положение» для выявления картелей в законах о защите конкуренции может вводиться понятие «совместное доминирование». С точки зрения антимонопольного законодательства картели – соглашения горизонтального типа, поскольку заключаются между конкурентами на одном рынке. Хозяйствующие субъекты, которые должны конкурировать между собой, уклоняются от этого, согласовывая свое поведение и выступая как один продавец. Иногда картели трудно обнаружить, так как они могут заключаться в виде простого товарищества, иногда юридически не закреплённого, то есть негласного, тайного, не раскрываемого для третьих лиц.

Образование картелей опасно для рынков с однородной продукцией и высокой концентрацией производства. Однако они, являясь объединениями олигополистического типа, недолговечны, так как у каждого из участников существуют стимулы нарушать соглашения, прежде всего, продавать продукцию по более высокой цене или в объеме выше квоты.

В России данная форма также открыто не занимает сколько-нибудь заметного положения. Возможно все же согласование отдельных позиций на рынке членами отраслевых ассоциаций, в том числе при выходе на внешний рынок.

2. Синдикат – также известная в России форма хозяйственного объединения. Это предпринимательское объединение картельного типа, участники которого сбывают свои товары или осуществляют закупки сырья через единую торговую контору в виде

хозяйственного общества. Таким образом, члены синдиката организуют сбыт продукции своих членов, а также закупки материалов, сырья и полуфабрикатов. В стратегию производства они не вмешиваются.

Таким образом, к признакам синдиката относится то, что эти объединения:

- являются предприятиями одной отрасли;
- являются объединениями олигополистического типа, не утратившими самостоятельности;
- имеют целью общую организацию сбыта готовой продукции и снабжения членов синдиката материальными ресурсами;
- имеют сложную организационную структуру, предполагающую создание внутри синдиката сбытовой компании, являющейся членом синдиката;
- имеют юридическую форму договора, как правило, в виде простого товарищества.

Как и картели, в законодательстве современной России синдикаты пока не являются предметом самостоятельного правового регулирования. Однако в дореволюционной России синдикаты были господствующей формой объединения предприятий некоторых сырьевых и производственных отраслей: «Продамет», «Продуголь», «Продвагон» и т.п. Существует опыт деятельности синдикатов и в довоенный период существования СССР.

3. *Пул* - предпринимательское объединение, также оформляемое договором простого товарищества. Это также добровольная договорная форма объединения предпринимателей, чаще всего распространенная в сфере услуг, в основном деловых. В договоре об организации пула устанавливаются правила распределения общих расходов и доходов между его участниками. Прибыль, получаемая участниками пула, сначала поступает в общую долевую собственность его участников, а уже затем распределяется между ними.

4. *Трест* – объединение, в котором объединяются все стороны деятельности входящих в него организаций, а его участники теряют юридическую и хозяйственную самостоятельность. Реальная власть находится только у головной фирмы. Эффективность повышается путем слияния. В строительстве на определенном этапе такая форма показала свою эффективность.

2) Наряду с известными вышеназванными формами взаимодействия предприятий в рамках одной отрасли существуют и производственные объединения межотраслевого характера. Это добровольные объединения предприятий, функционирующих, как правило, также на правах товарищества и выполняющих заранее согласованные функции на мезо или даже частично макроуровне. Можно выделить несколько важнейших принципов их формирования:

- добровольный вход и выход;
- межотраслевой характер;
- отделение имущества ассоциации от имущества его членов;
- централизация части ресурсов и образование общих фондов;
- многообразие видов.

В зарубежной литературе выделяется несколько десятков объединений различного вида. Хозяйственная практика России пока не имеет такого разнообразия. Однако первоначально, в 90-е годы можно было выделить лишь 3-4 вида. Первыми из них стали концерны, консорциумы, договорные ассоциации и финансово-промышленные группы. Ныне в России развиваются и другие формы. Охарактеризуем лишь важнейшие из них.

1. *Концерн* – наиболее известная в России форма хозяйственной ассоциации и интеграции. Она была известна и в эпоху СССР. Концерн является объединением под единым хозяйственным управлением предприятий, сохраняющих свою самостоятельность. Концерн централизует научно-техническую, инвестиционную, финансовую,

внешнеэкономическую и даже социальную политику. Централизуются и функции стратегического менеджмента. Концерны могут быть основаны на единстве фаз научно-производственного цикла. Существуют и концерны, основанные на единстве сырьевой базы – это большинство предприятий металлургической отрасли, химической или текстильной промышленности. В этом случае каждое предприятие или их группа являются последовательным звеном в технологической цепи по производству и реализации конечной продукции (вертикальная интеграция). Возможна и интеграция, когда все предприятия, входящие в концерн, производят одинаковую продукцию (горизонтальная интеграция).

2. *Консорциум* – соглашение с образованием или без образования юридического лица между несколькими банками, предприятиями, научными центрами и государственными структурами для проведения крупных научно-производственных или финансовых проектов. Это иногда – временное договорное объединение партнеров, являющихся субъектами предпринимательской деятельности, сохраняющих свою самостоятельность и имеющих целью осуществление финансового или промышленного проекта по договору с третьим лицом. Временные консорциумы могут создаваться для размещения облигаций различных займов на сравнительно небольшие суммы. Постоянные консорциумы чаще имеют дело с операциями по размещению займов определенной страны или их группы, а также с бумагами отдельных акционерных обществ или их групп.

Консорциум – объединение части ресурсов предприятия, которые являются экономически и юридически самостоятельными. Консорциумы создаются ради осуществления конкретных инвестиционных или научно-технических проектов на договорной основе. Часто они действуют на основе простого товарищества и поэтому, как корпорация, не подвергаются двойному налогообложению. Иногда его создают фирмы, которые поставляют оборудование для сооружения нового предприятия. К консорциумам можно отнести временно создаваемые межотраслевые, инвестиционные и научно-технические комплексы.

В хозяйственной практике один из возможных вариантов консорциума основан на договоре простого товарищества. В нем объединяются вклады, риски и распределяется полученная прибыль. Ответственность перед заказчиком здесь является солидарной. Это – ассоциативный тип консорциума, именуемого в международной практике «гражданским товариществом». Другой вид консорциума – простой консорциум, – фиксирует обязательные отношения между партнерами и каждого из них с заказчиком. Партнеры здесь несут ответственность, в первую очередь, каждый перед заказчиком, и от него же получают вознаграждение в соответствии с договорами.

Чертами консорциума являются;

- согласованность цели в реализации проекта;
- временность существования, связанной с достижением цели;
- договорный характер взаимоотношений;
- наличие «третьего лица», как правило, заказчика;
- отсутствие статуса юридического лица при сохранении юридической самостоятельности участников.

Существуют как внутренние, так и внешние взаимоотношения между участниками. Внешние отношения – отношения с заказчиком, – оформляются смешанным организационным договором или генеральным соглашением.

Консорциум чаще всего возглавляется крупным банком, который подбирает участников – «консорт»». Банк разрабатывает условия займа, занимается юридическим оформлением документов, введением займов на биржу и их размещением среди покупателей. Консорциум сам занимается выпуском ценных бумаг и резервирует право на

вознаграждение. Каждый член консорциума обеспечивает финансирование своей доли работ и принимает риски, связанные с выполнением своей части обязательств.

Консорциумы оказывают существенное влияние на предпринимательскую практику современной России, учитывая, что в крупных городах значительное число проектов реализуются именно в рамках консорциума. Консорциумы включают в свой состав только коммерческие организации, хотя и могут носить транснациональный характер, хотя и временный. В мировой практике существуют, однако, примеры успешно и длительно функционирующих консорциумов, например, западноевропейский авиастроительный консорциум «Эрбас индастри», занимающий не менее 20% мирового авиационного рынка и успешно конкурирующий с крупнейшими американскими авиастроительными корпорациями. Появились и консорциумы нового типа, в которых в качестве участников выступают целые государства, например – ИНТЕЛСАТ – международный консорциум спутниковой связи.

3. *Альянс* (стратегический альянс) – консорциумы конкурирующих предприятий, создающих их для осуществления совместных инвестиционных инновационных проектов масштабного характера. В литературе отмечается, что эта форма не требует слияний и поглощений, во-первых, во-вторых, она хорошо зарекомендовала себя для высокотехнологичных отраслей [8, с.60]. Так альянс финской фирмы «Нokia» и американской «Интел» создается для телефона нового поколения. Разработчики утверждают, что новинка будет мощной и компактной, а также она обеспечит пользователей возможностью беспрепятственного выхода в Интернет.

В России альянсы в основном связаны с крупным бизнесом в сырьевой сфере. Например, для освоения территории в Якутии «Росатом», «Русгидро» и «Газпром» вступили в альянс, заключив соглашение. «АвтоВАЗ» заключил соглашение с немецкой фирмой «Сименс» по поставкам оборудования и средств автоматизации.

4. *Холдинг* – держательская компания, организация, владеющая контрольными пакетами акций других компаний с целью осуществления по отношению к ним функций контроля и управления. Эта ассоциация, получившая развитие, в частности, в строительстве и ряде других отраслей. Холдинг – жесткий принудительный вид объединения, построенный на экономической субординации и контроле. Финансовый центр компании владеет контрольным пакетом акций всех членов ассоциации, выполняя, таким образом, функцию собственника, не вмешиваясь в оперативную деятельность каждого члена холдинга. Доля основных материальных и нематериальных активов в холдинге может быть очень мала. Цель холдинга – приобретение и продажа активов, слияния и поглощения, управление финансовыми потоками и рост капитализации рынка.

По характеру деятельности холдинги подразделяются на чистые и смешанные или оперативные. Чистые холдинги свою деятельность ограничивают только контрольно-управленческими функциями. Смешанные холдинги имеют большее количество функций. Однако их дочерние общества также являются юридическими лицами с собственным капиталом. Сегодня среди холдинговых структур выделяют интегрированные промышленные компании, холдинги конгломератного типа и банковские холдинги. По формам собственности на первый план сегодня выдвигаются частные холдинговые компании или смешанные государственно-частные.

Холдинг – более простой с юридической точки зрения способ получения контроля над фирмой, чем слияния и поглощения или просто покупка чужих активов, при этом, мнение руководства дочернего общества учитывается. При создании зарубежных дочерних обществ, холдинговая компания получает юридические основания для проникновения на рынки других стран.

Разновидностью холдингов сегодня является научно-производственный холдинг занимающийся освоением инновационной продукции. Так, например, «Тойота», кроме множества принадлежащих ей заводов, имеет партнерские отношения с несколькими тысячами узкоспециализированных малых и средних предприятий - поставщиков, дилеров, сервисных служб и т.п.

5. *Финансово-промышленная группа (ФПГ)* – хозяйственная ассоциация, получившая развитие в России в 90-е годы, для которой была специально создана собственная законодательная база. На нее возлагались существенные надежды, связанные со структурной перестройкой российской экономики. Эта структура, по замыслу, располагает функциями как мезо, так и макроуровня. Финансово-промышленная группа по своей правовой природе стоит к холдингу ближе всего. Как и холдинги, ФПГ не являются самостоятельной организационно-правовой формой юридических лиц.

Это объединение банков, научно-технических, производственных, инвестиционных и торгово-посреднических организаций. Они создавались в России с целью осуществления структурных сдвигов в межотраслевом комплексе, реализации инвестиционных проектов и координации действий на внутреннем и внешнем рынке. Не все из названных функций ФПГ получили существенное развитие. По-видимому, развитию ФПГ помешало то, что они действовали на основе картеля – соглашения о квотах, взаимных поставках товаров и услуг, а также ценах, особенно на внешнем рынке. Инициатором создания группы могли выступать сами предприятия и организации, а также государство, если предприятие является государственным. Если в состав группы входят предприятия разных стран, то возможны и межгосударственные соглашения.

Характерной чертой нынешнего этапа в развитии ФПГ является их многоотраслевая направленность с устойчивой тенденцией к диверсификации деятельности. Эта особенность способна придать группе большую устойчивость и конкурентоспособность в рыночной среде, возможность маневрирования финансовыми ресурсами как в рамках группы, так и вне ее.

В России предусматривалось две разновидности групп. Первая представлялась как совокупность юридических лиц, действующих как основное и дочерние общества, создающие объединение вертикального типа. По своей экономической сути это принудительный холдинг, участниками которого являются центральная материнская компания и дочерние компании. Другая разновидность группы – это договорное объединение горизонтального типа. В обоих случаях общество не становится самостоятельным юридическим лицом, а входящие в него члены сохраняют свою экономическую и юридическую самостоятельность.

На практике некоторые крупные финансово-промышленные группы превратились в инвестиционные холдинговые компании, которые управляют капиталом своих дочек, а не их производством. Однако по статистическим данным, почти все ФПГ в России создавались посредством подписания договора о создании ФПГ и учреждения центральной компании, которой передавалась часть полномочий группы. Таким образом, в начале XXI века в России были распространены ФПГ в форме мягких нехолдинговых корпораций, которые можно рассматривать как форму дружественной «товарищеской» интеграции.

Некоторые ученые считают ФПГ инвестиционно-финансовым институтом, так как по закону участие финансовых структур в группе обязательно. Однако на практике доля их оказалась невелика, а слабость финансового сектора в ФПГ очевидна. Видимо, данное обстоятельство также повлияло на ослабление ФПГ. Кроме того, законодательно была определена возможность участия предприятия лишь в одной ФПГ, а сама группа регистрировалось как юридическое лицо. Названные моменты отличают ФПГ от

холдингов, делая последние более привлекательной формой объединения, что и произошло в России. В ФПГ по холдинговому типу центральная компания осуществляет руководство другими участниками группа через владение пакетами акций (долями участия) в уставных капиталах предприятия.

Несмотря на то, что на создание ФПГ возлагались немалые надежды в осуществлении структурной перестройки экономики, данная форма не стала заметной в перечне форм интеграции российского бизнеса. Многим объединениям было отказано в статусе ФПГ по инициативе правительства РФ, другие группы распались добровольно. Одной из важнейших причин называется непоследовательность законодательства о ФПГ.

6. *Конгломерат* представляет собой организационную форму объединения предприятий, которая возникает в результате слияния различных фирм, вне зависимости от их вертикальной или горизонтальной общности. Это - форма слияния активов в любых, технологически не связанных между собой отраслях. Компания может купить активы компании с оплатой наличными или ценными бумагами. Возможен и выкуп контрольного пакета акций.

Слияние отличается от объединения. При слиянии новая компания образуется на основе нескольких фирм, которые после слияния утрачивают самостоятельное существование. Возникшая новая фирма начинает контролировать все активы, а прежние структуры распускаются. Однако мировой опыт показывает, что конгломератам свойственна существенная децентрализация управления, а ее филиалы пользуются гораздо большей автономией, чем, например, в концернах.

В периоды нестабильности слияния и поглощения могут финансироваться за счет дешевых зарубежных активов под залог ценных бумаг. Данная форма особо активизируется в условиях кризиса, что показал и 2008-2009 годы. Мировой опыт показывает, что конгломераты – временная форма хозяйственных объединений. Интеграция и руководство инновациями в разнородных бизнесах невозможна длительное время. Компании такого рода через определенное время оказываются под угрозой банкротства.

3) Третья группа предпринимательских объединений – те, в которых активно участвует государство. Среди них выделим следующие формы:

1. *Акционерное общество с участием государства* - форма предпринимательского объединения с участием государства, наиболее широко представленная в современной России и во многих странах с переходной экономикой. В организациях такого типа государство часто владеет контрольным пакетом акций. Сфера их деятельности, как правило, отрасли «естественной монополии», важные для государства по социальным причинам, представляющим особую важность. Причина их существования находится и в экономической сфере, так как участие частного бизнеса в этих отраслях ограничено из-за больших постоянных издержек, требующихся от предполагаемого участника.

В некоторых странах с рыночной экономикой, например, в Великобритании и Франции, акционерные общества с участием государства относятся к государственному сектору экономики. В Японии и Италии к государственному сектору относятся лишь те компании, в которых у государства оказывается более 50% акций данных компаний. В США и Канаде условием отнесения к государственному сектору является принадлежность государству контрольного пакета акций, независимо от величины данного пакета.

2. *Государственная корпорация (ГК)* - компания, учрежденная для осуществления социальных, управленческих и других целей для повышения конкурентоспособности приоритетных отраслей. Это новая для России форма интегрированной структуры, которая наделяется финансовыми средствами государством и использует их на цели,

соответствующие законодательству. В России ГК еще в 2007 г. получили от государства значительные активы более - 2,5 трл. рублей [8, с. 64]. Они ведут предпринимательскую деятельность, извлекая прибыль. Они действительно создали новую форму взаимоотношений государства и рынка. Отраслевые ГК являются некоммерческими организациями. Они не создают товары, а являются заказчиками и организаторами выполняемых фирмами инвестиционно-строительных проектов, контролирующих их реализацию. Они выступают участниками финансового оборота, заключают контракты, являются учредителями совместных предприятий, в том числе с иностранным капиталом, но банкротами стать не могут. В России они созданы для осуществления реструктуризации и создания инновационной экономики. В целом любая корпорация может стать наиболее безболезненной формой сочетания интересов государства и бизнеса. ГК действует в том же направлении. Она не имеет целью максимизацию прибыли. Ее конкретная цель - повышение конкурентоспособности отраслей и регионов страны. Есть основания считать, что приближение к этой цели осуществляется с помощью ГК эффективнее, чем под руководством государственных органов управления.

3. *Совместное предприятие* представляют собой международную фирму, создающуюся двумя или несколькими национальными предприятиями разных стран. Эти предприятия находятся в совместной собственности нескольких учредителей, связанных системой участия. Они являются разновидностью предприятий с иностранными инвестициями и, в соответствии с действующим российским законодательством, определяются как предприятия с долевым участием российских и иностранных инвесторов. Признаком совместного предприятия является наличие в числе его учредителей хотя бы одного иностранного инвестора.

Совместные предприятия в российских условиях стали средством привлечения передовой иностранной технологии. Благодаря им облегчается экспорт капитала, в том числе в производительной форме. Наибольшее развитие они получили в Китае. Контрольный пакет акций, как правило, принадлежит китайской стороне, что гарантирует ей право на новые технологии. В России учредителями СП выступают фирмы Кипра и других оффшорных территорий, многие из которых, как считают специалисты, представляют прежде вывезенные из России капиталы. Как правило, современными технологиями эти фирмы, к сожалению, не располагают.

4. *Концессия* – форма интеграции государственных, муниципальных и частных активов. Это система отношений, при которой орган власти на условиях, закрепленных в договоре, передает концессионеру предприятие, право на деятельность, эксплуатацию и т.п. коммунального, инфраструктурного или ресурсного объекта.

5. *Договорная ассоциация (союз)*. Они являются организациями, в основном представляющими интересы бизнеса в органах власти, общественном мнении и на внешнем рынке. Причем предприятие может входить в несколько ассоциаций. Договорные ассоциации могут носить и международный характер.

Ассоциации – договорные объединения коммерческих организаций как юридических лиц, созданных в целях координации предпринимательской деятельности, представления и защиты их общих имущественных интересов. Смешение в одной ассоциации коммерческих и некоммерческих организаций невозможно. Членство в ассоциации не отменяет статуса юридического лица ее члена.

Для ассоциации в качестве важнейших целей деятельности несвойственно как извлечение прибыли, так и ее распределение. Поэтому справедливо по законодательству ее отнести к некоммерческим организациям. Если ассоциация начинает заниматься коммерческой деятельностью, то она меняет свою юридическую форму. Возможность

свободного выхода из ассоциации отличает ее от холдинга, основанного на строгой субординации и принуждении.

Рассмотренные формы партнерской интеграции, без сомнения, имеют для входящих в них малых организаций как преимущества, так и недостатки. К преимуществам следует отнести, в первую очередь, повышение уровня устойчивости бизнеса, а значит, облегчение несения функции риска и неопределенности для малого бизнеса.

Главным недостатком, по-видимому, следует считать объективно некоторое возможное снижение конкурентных возможностей входящих в объединения организаций. Как следствие, функция, связанная с осуществлением организационно-хозяйственных инноваций может быть заторможена. Не случайно ряд товарищеских форм интеграции даже запрещен законодательствами стран и подпадает под антимонопольное регулирование. В целом приходится констатировать, что названные формы партнерской (товарищеской) интеграции более соответствуют индустриальной стадии развития и не вполне соответствуют постиндустриальной экономике. Поэтому хозяйственная практика дает новые формы предпринимательства, требующие обобщения.

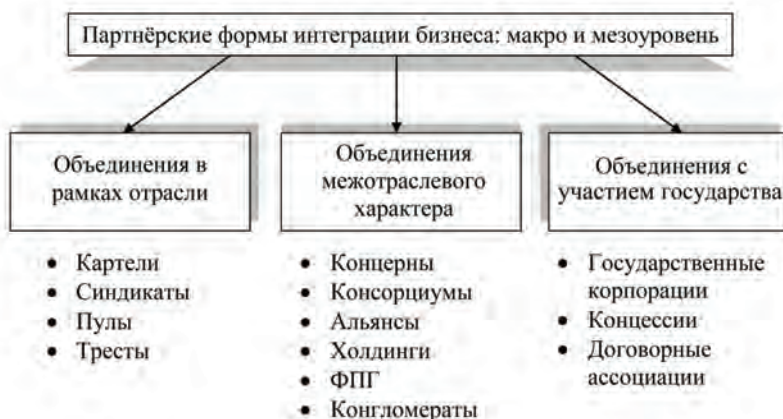


Рис. 1 Партнёрские формы интеграции бизнеса

Список использованной литературы:

1. Альхимович И.Н. Повышение эффективности организации деятельности малых и крупных предприятий при сетевом принципе межфирменного взаимодействия./ http://science-bsea.Bgita.ru/2009/ekonom_2009_2/alhimovich_pov.htm
2. Асаул А.Н. Оценка конкурентных позиций субъектов предпринимательской деятельности / А.Н.Асаул, Х.С.Абаев, Д.А. Гордеев; под ред. засл. строит. РФ, д-ра экон. наук, проф. А.Н.Асаула. 3. Иванова Н.Ю. Стратегические союзы малых фирм/ Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 9. Декабрь 2006. С. 1 -5.
3. Иванова Н.Ю. Стратегические союзы малых фирм/ Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 9. Декабрь 2006. С. 1 -5.
4. Интеграционные процессы в предпринимательской деятельности /<http://www.alldocs.ru/download/index.php?id=239>
5. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – 6-е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФА-М, 2007. – 797 с.

6. Предпринимательские объединения. «Келис Консалтинг» /[http:// market- pages.ru/ bussneses/39.html](http://market-pages.ru/bussneses/39.html)

7. Принципы и механизмы интеграции малого и крупного бизнеса /Журнал «Компас на промышленную реструктуризацию» /[http:// www.compass. ru / Article/ 28_10_04/ 05/ st- business. htm](http://www.compass.ru/Article/28_10_04/05/st_business.htm)

8. Е.Г.Чернова. Интегрированные хозяйственные образования: типология и динамика организационно-правовых форм / Вестник СПбГУ. Сер.5. 2010. Вып. 1. Экономика. С.58 – 68.

9. Чернова Е.Г. Слияния и поглощения как основной способ роста крупных компаний / Проблемы современной экономики. № 4(24).С. 1 –Шиткина И.С. Холдинги: правовое регулирование и корпоративное управление – М.: Волиерс Клувер, 2006.

10. Шиткина И.С. Холдинги: правовое регулирование и корпоративное управление – М.: Волиерс Клувер, 2006.

© Е.Г. Гужва, И.А. Агапов, 2015

УДК 33

Т.В. Логинова

ст. преподаватель кафедры «Экономика и финансы»
Ярославский филиал Финансового университета при Правительстве
Российской Федерации
г. Ярославль, Российская Федерация

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ЕГО СУЩНОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретическое обоснование сущности стратегического управления, как области научного знания наиболее активно формировалось в 70-е гг. XX века.

Грамотное и продуманное стратегическое управление в условиях современных рыночных отношений является важнейшим условием успеха любого предприятия, поэтому актуальность выбранной темы не вызывает сомнений.

В общем смысле стратегия управления – это план управления компанией, направленный на укрепление ее основных позиций, удовлетворение определенных потребностей и достижение поставленных целей.

Современная стратегия управления компанией охватывает большое количество функций и подразделений: снабжение, производство, финансы, маркетинг, управление, кадры, научные исследования и разработки.

Правильно продуманное стратегическое управление подготавливает компанию к будущей деятельности, устанавливает долгосрочные направления ее развития и определяет намерение компании занять определенное место в экономике.

Разработка стратегии является одной из основных функций менеджмента. Эффективная деятельность менеджмента способствует благополучию компании, развитию ее конкурентоспособных и стратегических действий и бизнес - подходов и достижению наилучших результатов деятельности.

Предметом стратегического управления являются:

- проблемы, которые непосредственно связаны с основными целями организации;

- проблемы, связанные с каким-либо элементом организации, если этот элемент необходим для достижения целей, но в настоящее время отсутствует или имеется в недостаточном объеме;

- проблемы, связанные с внешними факторами, которые являются неконтролируемыми.

Проблемы, связанные со стратегическим управлением, чаще всего возникают в результате влияния многочисленных внешних факторов. При этом каждая компания должна выбрать такую стратегию, которая учитывала бы экономические, политические, научно-технические, социальные и другие факторы, оказывающие влияние на ее будущее развитие.

Если обратиться к истории стратегического управления, то можно заметить, что все развитие стратегического управления шло по пути усложнения методов управления, которые должны были учитывать происходящие изменения и все более высокий уровень нестабильности, который требовал поиска путей более рационального и эффективного управления.

Таким образом, стратегическое управление – это такое управление, при котором с одной стороны обеспечивается оперативная и гибкая реакция на текущие внешние воздействия со стороны окружающей среды и обеспечивается эффективное функционирование объекта управления в ближайшем будущем, с другой стороны создается возможность развития и эффективного функционирования объекта в долгосрочной перспективе [8, с. 63].

Понятие и термин «стратегия» появился еще в древние времена и использовался в управлении военными действиями и войнами (гр. stratos –война). Например, в истории известен трактат древнекитайского стратега и военачальника Сунь-Цзы «Искусство войны», в котором автор, еще за 2,5 тыс. лет до н.э., обобщил накопленный опыт при разработке стратегических планов и принятии стратегических решений во время боевых действий.

Стратегию разрабатывали и использовали правители многих древних государств и империй в борьбе за достижение власти и для управления своими территориями. Сущность стратегии всегда была связана с поиском ответа на вопрос: «Как и каким образом можно достигнуть определенной цели?» В качестве основных инструментов стратегии в те далекие времена применялись планы действий, маневры, политика, линия поведения, основные направления развития и действий, принимаемые решения, нормы и правила поведения и др. [3,с.65].



Рис. 1. Стратегия как способ достижения цели [3,с.65]

В современном понимании, стратегия (от англ. strategy) – обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей управления на основе выбранных критериев (показателей) и эффективного распределения ресурсов [4, с.7].

Вместе с тем стратегию можно рассматривать и как общий комплексный план развития организации, обеспечивающий осуществление миссии и достижение стратегических целей

организации. Стратегия формируется, исходя из определенных стратегических целей, и предполагает основные методы их достижения таким образом, чтобы обеспечить организации единое направление действий.

Таким образом, стратегия определяет границы возможных действий организации и принимаемых управленческих решений в зависимости от конкретных условий производственно – хозяйственной деятельности компании.

Стратегии необходимо разрабатывать, чтобы: эффективно формулировать условия осуществления бизнеса компании; объединить необходимые действия и решения менеджеров и всего персонала, придать всем производственным и управленческим процессам общую направленность, создать единый для всей компании план действий.

Для достижения одних и тех же стратегических целей и задач можно разработать несколько стратегий, выбор которых осуществляется в зависимости от условий внешней среды, в том числе положения компании на рынке, конкуренции, политических и социальных событий и др.

Реальные стратегии основываются на целях и задачах, конкретизирующих миссию любой организации. Они представляют собой план действий организации, обеспечивающий ее стратегическое развитие. Миссия (стратегические установки, предназначение) – основная общая цель организации, четко выраженная причина ее существования, ее предназначение [9, с. 562].

Роль стратегии в жизни каждой организации определяется рядом определенных аспектов (таблица 1).

Таблица 1

Аспекты роли стратегии в деятельности организации [8, с.16]

Аспект роли стратегии	Сущность аспекта
1. Стратегия как достижимый идеал	Задача стратегии – отображение перспективного развития предприятия. Достижимость определенного состояния предприятия, его положение в хозяйственной среде определяются связанностью прошлого и будущего, которая должна быть реализована в стратегии.
2. Стратегия как интегратор	В ходе разработки и реализации стратегии интегрируются: - интересы субъектов – участников процесса разработки и реализации стратегии; - функции подразделений предприятия; - потоки материальных, финансовых и информационных ресурсов; - элементы интеллектуального капитала между собой и материальными активами; - функциональные подсистемы, представляющие собой системную структуру предприятия
3. Стратегия как предмет (образец) для имитации	Имеется ввиду ретроспективный сравнительный анализ ранее разработанной стратегии, использующейся в дальнейшем для формирования других стратегий, учитывающих изменившиеся условия. Стратегии, которые фактически реализованы, объединяют результаты всех планов, решений и действий, выполняемых предприятием, а также все реакции внешней среды на эти действия

4. Стратегия как основа реагирования на внешние события	Стратегия рассматривается как внутрифирменный механизм, непрерывно обеспечивающий ответ на новые стратегические проблемы
5. Стратегия как конкурентная позиция предприятия	Теоретики конкурентной стратегии, например М. Портер, видят основные задачи стратегии менеджмента в том, чтобы выбирать и поддерживать выигрышные позиции в рыночной среде. Согласно теории позиционирования, ключ к стратегическому успеху – это превышение средней отдачи от инвестиций посредством разработки и внедрения конкурентных стратегий. Суть теории позиционирования (в отрасли, на территории, в административном пространстве): результаты деятельности предприятия определяются занимаемой им позицией в отрасли, в городе, по отношению к местной или федеральной администрации

Существует четыре основных организационных уровня управления. На первом уровне разрабатывается стратегия для компании и всех входящих в нее бизнес - процессов в целом (корпоративная стратегия). На втором – стратегия для каждого отдельного бизнес - процесса, сделавшего компанию диверсифицированной (стратегия бизнеса). На третьем – стратегия для каждой функциональной службы внутри определенного бизнес - процесса (функциональная стратегия). К этому уровню относятся маркетинговая, инновационная, товарная стратегия, а также стратегия роста, распределения продукта, конкурентной борьбы, ценообразования и др. На четвертом уровне формируются более узкие стратегии для основных рабочих подразделений: производств, торговых участков, регионов, отделов и функциональных служб (оперативная стратегия).

Предприятия могут разработать корпоративную стратегию, которая представляет собой общий управленческий план компании. Такая стратегия состоит из действий, направленных на утверждение позиций в различных отраслях, и подходов, используемых для управления группой видов бизнеса компании.

В компаниях с одной сферой деятельности (одним бизнесом) иерархия управления имеет три уровня: стратегия бизнеса, функциональная и оперативная стратегия.

Так стратегия бизнеса охватывает разрабатываемые действия и подходы, направленные на обеспечение успешной работы в пределах одного конкретного рода деятельности. Основным элементом стратегии бизнеса является выбранная конкурентная стратегия, которая обеспечивает создание и укрепление долгосрочной конкурентной позиции компании на рынке. Функциональная стратегия относится к управленческому плану конкретного подразделения или ключевой функциональной области бизнеса, научных исследований и разработок, производства, маркетинга, распределения и т.д. Функциональная стратегия включает следующие разновидности: товарная стратегия; стратегия ценообразования; стратегия взаимодействия фирмы с рынками производственных ресурсов; стратегия поведения компании на рынке ценных бумаг и др.

Оперативные стратегии определяют, как управлять основными подразделениями бизнеса и решать стратегически важные оперативные задачи: рекламные кампании, управление запасами, поставки, техническое обслуживание и т.д. [5, с. 25].

Если проанализировать деятельность компаний, которые успешно реализовали свои стратегии, то можно сделать вывод, что они в своей деятельности использовали определенные правила.

Во-первых, цели стратегии были доведены до каждого работника, с тем, чтобы добиться с их стороны не только понимания того, что делает организация, но и вовлечь их в процесс осуществления стратегий, в частности, выработку у сотрудников обязательств перед организацией по выполнению стратегии.

Во-вторых, руководство не только своевременно обеспечило поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, но и разработало план выполнения стратегии в виде целевых установок и контролировало достижение каждой цели.

После рассмотрения основных понятий, автор переходит к более детальному рассмотрению сущности стратегического управления.

Стратегическое управление представляет собой процесс, определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегии. Он включает постановку целей, выработку стратегии, определение необходимых ресурсов и поддержание взаимоотношений с внешней средой, что позволяет организации добиваться поставленных долгосрочных целей и задач [10, с. 16].

Можно сказать и иначе, например, что стратегическое управление – это управленческая деятельность, направленная на достижение перспективных целей управления в условиях нестабильной, конкурентной рыночной среды, включающая диагностический анализ организации, стратегическое планирование организации, разработку функциональных стратегий (целевых программ) и реализацию выбранной стратегии [4, с. 7].

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации в экономике компании должны выработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволила бы им следить за изменениями, происходящими в их окружении. Но, практика деятельности многих организаций, показывает, что в действиях компаний правильно разработанная стратегия не всегда присутствует, что часто приводит к ухудшению деятельности компании и к потерям в борьбе за рынки сбыта и потребителей. Это происходит из-за того, что, во-первых, организации планируют свою деятельность исходя из того, что окружение не будет меняться, либо в нем не будет происходить значимых качественных изменений. Во-вторых, планирование начинается с анализа внутренних возможностей и ресурсов организации.

При этом можно выделить следующие задачи стратегического управления:

- 1) научиться стратегически мыслить (разрабатывать миссию на основе видения деятельности компании в будущем, разрабатывать новые концепции, генерировать новые идеи и предложения);
- 2) проводить стратегический анализ факторов окружающей среды, конкурентов, состояния фирмы в целом и отрасли, позиций в сегменте рынка, анализ издержек;
- 3) более тщательно разрабатывать стратегические планы;
- 4) осуществлять стратегии и стратегические бизнес-планы в разных условиях неопределенности и риска;
- 5) осуществлять стратегическое бюджетирование и стратегический контроллинг;
- 6) принимать стратегические решения [1, с. 4].

Выделяют следующие основные принципы организации стратегического управления:

- самоорганизация и саморазвитие (фирма сама должна осуществлять стратегическое управление и развитие);
- принципы реализуемости и реальности (должно быть разработано закономерное и реальное развитие фирмы);
- принцип креативности (создание творческих условий для работы);
- принцип эмерджентности (целостности);
- принцип результативности стратегий;

- принцип синергии (взаимодействие энергии интеллектуальных потенциалов команды управления);
- принцип создания конкурентных преимуществ;
- принцип альтернативной стоимости (оценка того, чем можно пожертвовать, чтобы достичь выбранной стратегии и поставленной цели) [1, с.14].

Стратегическое управление можно рассматривать как динамическую совокупность пяти взаимосвязанных управленческих процессов, которые включают: анализ среды; определение миссии и целей; выбор стратегии; выполнение стратегии; оценка и контроль ее выполнения.

Достаточно важным процессом является анализ среды стратегического управления, так как он является базой для определения миссии и целей организации, а также вырабатывает стратегию поведения, позволяющую организации осуществить миссию и достичь определенных целей деятельности.

Одним из основных процессов любого управления является поддержание баланса во взаимодействии организации с внешней средой. Каждая компания вовлечена в три основных процесса: получение ресурсов из внешней среды (вход); превращение ресурсов в продукт (преобразование); возврат продукта во внешнюю среду (выход).

Стратегическое управление должно обеспечивать баланс входа и выхода. Как только в организации нарушается этот баланс, она встает на путь вымирания, что находит отражение в том, что в структуре стратегического управления важным составляющим является анализ среды, который предполагает изучение трех направлений: макроокружения; непосредственного окружения; внутренней среды организации.

Анализ внешней среды направлен на то, чтобы выяснить, на что может рассчитывать организация, если она успешно будет работать, и на то, какие сложности могут ее ждать, если она не сумеет вовремя преодолеть негативные последствия, которые может преподнести ей внешнее окружение.

Анализ макроокружения связан с изучением влияния экономики, правового регулирования и управления, политических процессов, природной среды и ресурсов, социальной и культурной составляющих общества, научно- технического и технологического развития общества, инфраструктуры и т.п.

Непосредственное окружение анализируется по следующим основным компонентам: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы.

Важным составляющим является анализ внутренней среды, который связан с теми возможностями, тем потенциалом, на который может рассчитывать организация в конкурентной борьбе в целях достижения поставленных целей. Такой анализ позволяет также лучше уяснить цели организации, более четко сформулировать миссию, т.е. определить направления деятельности организации. При этом важно помнить о том, что организация не только производит продукцию (работы, услуги) для окружения, но и обеспечивает возможность существования своим работникам, давая им работу, предоставляя возможность участия в получении прибыли, обеспечивая их определенными социальными гарантиями и т.п.

Внутренняя среда чаще всего анализируется по следующим направлениям:

- кадры организации, их потенциал, основные интересы и т.п.;
- организация управления;
- производство, включающее организационные, операционные и технико-технологические характеристики и научные исследования и разработки;
- финансы организации;
- маркетинг;
- организационная культура [7, с. 25].

Определение миссии и целей организации, состоит из трех основных подпроцессов, каждый из которых требует большой и ответственной работы. Первый подпроцесс состоит в формировании миссии организации, которая выражает смысл существования и предназначения компании. Миссия придает организации оригинальность, наполняет работу людей особым смыслом. Далее идет подпроцесс определения долгосрочных целей, имеющий важное значение для деятельности любой организации. И завершается эта часть стратегического управления подпроцессом установления краткосрочных целей. Формирование миссии и установление целей организации говорят о том, для чего компания функционирует и к чему она стремится.

После того как определены миссия и цели, проводится этап анализа и выбора стратегии. Определение стратегии для организации зависит от того, в какой конкретной ситуации она существует. Это касается того, как руководство организации воспринимает различные рыночные ситуации, какие сильные стороны своего потенциала организация намеревается использовать, какие традиции в области стратегических решений у нее существуют и т.д. Фактически сколько существует организаций, столько же существует и конкретных стратегий. Анализ практики выбора стратегий показывает, что существуют общие подходы к формулированию стратегии и общие рамки, в которые определяется стратегия.

Стратегия – это основополагающее направление действия организации, следование которому в долгосрочной перспективе должно привести ее к решению поставленных целей.

При этом при определении стратегии компании руководство сталкивается с тремя основными вопросами, связанными с положением организации на рынке: какой бизнес прекратить; какой бизнес продолжить; какой бизнес изменить.

Для этого концентрируется внимание на том: что организация делает и чего не делает; что более важно и что менее важно в осуществляемой организацией деятельности [7, с.38].

Экономисты выделяют в области стратегического управления три основных подхода к выработке стратегии поведения компании на рынке:

- первый подход связан с лидерством в минимизации издержек производства. Данный тип стратегий связан с тем, что организация добивается самых низких издержек производства и продажи своей продукции. В результате этого она может за счет более низких цен на аналогичную продукцию добиться завоевания большей части рынка. Организации, реализующие такой тип стратегии, должны иметь достаточно совершенную организацию производства и снабжения, современную технологию и инженерно - конструкторскую базу, а также рациональную систему распределения продукции. Чтобы добиться наименьших издержек, необходимо научиться управлять себестоимостью продукции (товаров, работ, услуг), а также разработать направления ее снижения. При данной стратегии маркетинг не обязательно должен быть хорошо развит;

- второй подход к выработке стратегии связан со специализацией в производстве продукции (работ, услуг). В этом случае организация должна осуществлять высокоспециализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы стать лидером в своей области. Это приводит к тому, что покупатели выбирают продукцию данной организации, даже если цена и очень высока. Организации, реализующие такой тип стратегии, должны иметь высокий потенциал для проведения научно - технических разработок, обеспечивать высокое качество продукции (товаров, работ, услуг), а также иметь развитую систему маркетинга;

- третий тип относится к фиксации определенного сегмента рынка и объединения усилий организации на выбранном рыночном сегменте. В этом случае компания досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка и определенного типа продукции

(товаров). При этом организация может стремиться к снижению издержек либо же проводить политику специализации в производстве продукта. В данной стратегии обязательным является то, что организация должна строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка. То есть должна в своих намерениях исходить не из потребностей рынка вообще, а из потребностей определенных или даже конкретных потребителей продукции (товаров).

В зависимости от названных подходов реализация стратегии направлена на решение трех основных задач:

- установление приоритетности среди административных задач с тем, чтобы их относительная значимость соответствовала той стратегии, которую будет реализовывать данная организация. Это касается в первую очередь таких задач, как распределение ресурсов, установление организационных отношений, создание вспомогательных систем и т.п.;

- установление соответствия между выбранной стратегией и процессами, осуществляемыми внутри компании, с тем чтобы сориентировать деятельность организации на осуществление выбранной стратегии. Сюда можно отнести структуру организации, систему мотивирования и стимулирования, нормы и правила поведения, убеждения, ценности и верования, квалификацию работников и менеджеров и т.п.;

- выбор и приведение в соответствие с осуществляемой стратегией стиля лидерства и подхода к управлению организацией [7, с. 44].

Таким образом, деятельность по стратегическому управлению направлена на обеспечение стратегической позиции, которая обеспечит длительную жизнеспособность и развитие организации в изменяющихся условиях внутренней и внешней среды.

Главные задачи стратегического управления состоят в том, чтобы выявить необходимость и провести стратегические изменения в организации; создать организационную структуру, способствующую стратегическим изменениям; подобрать и воспитать соответствующие кадры, способные провести стратегические изменения.

Выделяют три группы объектов стратегического управления, соответствующие трем структурообразующим уровням предприятия:

- 1) предприятие в целом (группа предприятий, концерн, самостоятельный завод или фабрика);

- 2) стратегическое поле хозяйствования (бизнеса), т.е. совокупность продуктово - рыночных сегментов и видов деятельности предприятия, выделенных для проведения самостоятельной производственной, технической, коммерческой и региональной политики.

Существует понятие стратегическая единица бизнеса, которая представляет собой внутрифирменную организационную единицу, отвечающую за выработку стратегии фирмы в одном или нескольких сегментах целевого рынка.

Концепция стратегических единиц бизнеса оказала существенное влияние на формирование систем управления в крупных фирмах всего мира и поэтому рассматривается как важный элемент стратегического менеджмента [7, с. 45];

- 3) функциональная сфера деятельности, или подразделение, - структурные подразделения компании, ориентированные на выполнение определенных функций и обеспечение успешной деятельности стратегических единиц бизнеса и предприятия в целом (НИОКР, производство, маркетинг, финансы и др.).

В научной литературе называют определенные принципы стратегического управления, к которым относятся:

- принцип открытости, который означает: рассмотрение мира как общего для всех места снабжения, производства и торговли (так называемая глобализация поведения предприятий); признание того, что самыми эффективными являются непосредственные, неформализованные контакты (так называемое «предприятие без дверей»); подчеркивание того, что взаимное доверие дает лучший результат, чем самые эффективные организационные системы;

- принцип комплексного подхода означает: решение проблем, а не только выполнение функций; отношение к организации как к части окружающей среды, которая представляет совокупность шансов и угроз и определяет ее достижения; признание того, что для развития организации столь же важно достижение экономических успехов, сколь и развитие людей;

- ориентация на будущее: управление, которое опирается на мысленную картину будущего данной организации, даже удаленную по времени; решение сегодняшних проблем с точки зрения будущего; признание того, что прогресс развития организации гораздо более важен, чем просто выживание;

- творческий, созидательный подход: эффективное использование человеческих знаний гораздо важнее, чем использование материальных ресурсов; поиск и поддержка лидеров; развитие у людей чувства необходимости достижений и самоуверждения в работе;

- ориентация на результаты: зарабатывать богатство трудом, а не получать его путем расширения формальных полномочий и компетенций; принятие в качестве основного критерия оценки достигаемых результатов, а не выполняемых функций, имеющихся дипломов или характерных черт личности;

- совместная деятельность: поиск согласия, ведение переговоров [2, с.16].

После рассмотрения основных принципов стратегического управления, необходимо описать стратегические функции, которые характерны для стратегического управления.

Обычно выделяют следующие основные группы стратегических функций:

- функции разработки новых идей, концепций, прогнозирования, направлений на перспективу и др.;

- функции стратегического анализа и диагностики возникающих ситуаций;

- функции стратегической ориентации фирмы, которые включают в себя: оценку привлекательности сегментов рынка и отрасли в целом; оценку конъюнктуры рынка; разработку конкурентных преимуществ компании и др.;

- функции выбора стратегической зоны хозяйствования, позиционирования основных параметров фирмы в выбранном сегменте рынка (например, анализ сильных, нейтральных и слабых сторон деятельности организации, анализ рекламы и др.);

- функции разработки комплекса стратегий, методов и технологий, оценки результативности стратегий, их эффективности; разработка интегральной стратегии бизнеса;

- функции разработки и принятия стратегических решений, методы и технологии принятия обоснованных решений (методы «мозгового штурма», синергетики, топического анализа ситуаций, теории игр, теории подобия, массового обслуживания и др.);

- функции разработки стратегических планов: определение методов и технологий стратегического планирования; разработка оптимистических и долгосрочных стратегических планов; разработка реальных среднесрочных планов, соответствующих ресурсно - потенциальным возможностям фирмы; разработка пессимистических планов – минимально допустимых по риску, рассчитанных на диверсификацию или реструктуризацию фирмы в условиях ее реформирования, снижение объемов производства при внедрении новых видов продукции (товаров, работ, услуг) и инновационных проектов;

- функции разработки программ стратегического развития на основе диверсификации, реструктуризации или реорганизации;
- функции технологии проведения реформирования, диверсификации, реструктуризации, реорганизации и организационного развития;
- функции технологий разработки стратегий внешне – экономической деятельности и др. [2, с.18].

Таким образом, для реализации стратегического механизма необходимо, прежде всего, знать технологию разработки стратегии и миссии, а также формирования функций стратегического управления. Стратегическое управление фирмы является достаточно эффективным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности компании.

Экономисты выделяют три вида стратегического управления:

- управление на основе решения стратегических задач;
- управление по слабым сигналам;
- управление в условиях стратегических неожиданностей.

Управление на основе стратегических задач (стратегическое управление на основе продуманных и необходимых решений) состоит в том, чтобы заполнить пробел в регулярно осуществляемом планировании, а не в том, чтобы подменить собой это планирование. Задача этих двух систем взаимно дополнять друг друга: периодическое планирование предназначено для того, чтобы определять новые направления деятельности предприятия и обеспечивать согласованность действий различных подразделений. Управление стратегическими задачами предназначено для случаев отклонений от этих направлений, которые могут возникнуть в результате появления новых возможностей и влияния сильных или наоборот слабых сторон деятельности фирмы.

Результатами планирования являются:

- а) комплекс оперативных программ и смет по основной деятельности организации, направленный на выполнение текущих задач;
- б) ряд стратегических задач, представленных в виде программ изменений.

Выбор того или иного вида управления зависит от уровня нестабильности внешней среды, т.е. от количества времени, отведенного фирме для принятия определенных решений.

Каждый вид управления применяется при конкретном уровне нестабильности (таблица 2).

Таблица 2

Уровни нестабильности [2, с. 34]

Уровень нестабильности	Вид управления
Стабильность	Управление на основе инструкций
Реактивность	Реактивное управление
Предвидение	Долгосрочное планирование
Исследование	Управление на основе предвидения изменений
Творчество	Стратегическое управление на основе гибких экстренных решений

Управление вновь возникающими стратегическими задачами предусматривает следующие направления:

- постоянное наблюдение за всеми происходящими в бизнесе тенденциями;
- анализ и обнаружение опасностей и новых возможностей;

- оценку важности и срочности принятия решений на основе возникающих задач и их классификации (срочные и важные задачи);
- важные задачи средней срочности и важные, но несрочные задачи;
- задачи, представляющие собой ложную тревогу и не заслуживающие внимания;
- подготовку решений;
- принятие решений с учетом возможных стратегических и тактических последствий (осуществляет руководство);
- обновление списка проблем и выделение наиболее приоритетных.

Управление по слабым сигналам означает решение реальных и конкретных проблем, выявленных в результате наблюдения. Чем сильнее сигнал, тем меньшим временем располагает компания для ответной реакции.

По сильному сигналу предприятие может действовать решительно, например, прекратить дальнейшее наращивание мощностей и переориентироваться на использование их по другому направлению.

При наличии неточных признаков опасности (уровень 1) необходимо постоянное наблюдение за внешней средой и определение относительной силы сигнала. Когда источники опасности или новой возможности становятся ясны (уровень 2), принимаются определенные меры к их снижению (например, в случае угрозы снижения спроса из-за создания товара – заменителя разрабатываются предварительные меры по уходу на другой рынок, можно также расширить ассортимент продукции и т.д.). Дальнейшее усиление сигнала (уровень 3) позволяет оценить масштабы опасности (например, уменьшение спроса на продукцию в краткосрочном периоде) или уровень новых возможностей. Такой сигнал свидетельствует о необходимости приступить к разработке подготовительных сигналов, технико-экономическому обоснованию проектов или программ, выполнение которых позволит сократить время реализации практических мероприятий. Когда сущность проблемы раскрыта, и пути ее решения установлены (уровень 4), разрабатываются практические планы и начинается их осуществление.

Порядок действий предприятия при слабых сигналах показан на Рис 1.

Постоянно е наблюдени е	Определение силы сигнала	Снижение стратегичес- кой уязвимости	Повышение гибкости реагирова ния	Разработка подготовител ь-ных планов и программ	Планы прак- тических мероприяти й и их осущес- твление
1 уровень: опасность или новая возможность осозна-ется					
2 уровень: источники опасности или новой возможности становятся ясны					
3 уровень: масштабы опасности или новой возможности принимают конкретные очертания					
4 уровень: пути решения проблемы установлены, результаты намеченных, контрмер предсказуемы					

Рис. 1. Действия предприятия при слабых сигналах о возникновении проблем [6, с. 57]

Обращает на себя внимание и управление в условиях стратегических неожиданностей – это система чрезвычайных мер при стратегических неожиданностях используется в экстренных ситуациях, возникших неожиданно или внезапно; когда поставлены новые

задачи, не соответствующие прошлому опыту и отсутствие решений приводит к крупному ущербу. Эта система предполагает следующие действия:

- использование коммутационной сети связей для чрезвычайных ситуаций;
- перераспределение обязанностей высшего руководства: контроль и сохранение морального климата;
- обычная работа с минимальным уровнем срывов;
- принятие чрезвычайных мер;
- создание групп гибкого ранжирования из наиболее опытных специалистов, наделенных необходимыми полномочиями, в обязанности которых входит постоянное наблюдение, анализ и оценка ситуации, выработка необходимых оперативных решений с учетом их возможных последствий; (такие группы имеют особый статус и действуют вразрез с существующей в организации, иерархией) [6, с. 58].

Рассмотренные системы (виды) стратегического управления не заменяют друг друга. Каждая из них применяется в определенных условиях, зависящих от условий внешней среды и степени ее нестабильности. Готовность предприятия к использованию более рациональной системы стратегического управления определяется в первую очередь кадровым потенциалом и ресурсами организационной структуры управления.

Организация эффективного стратегического управления представляет собой сложный процесс создания механизма стратегического управления, обеспечивающего выживание и развитие фирмы в условиях неопределенности факторов окружающей среды, жесткой конкуренции и недостаточно развитого потенциала [1, с. 15].

Изложенная информация и ее анализ позволяют сделать вывод о том, что правильно разработанная и успешно претворенная в жизнь стратегия управления предприятием – залог его плодотворного функционирования в условиях быстро меняющихся условий рыночной экономики.

Но, правильно разработанная стратегия вместе с удачным ее выполнением еще не гарантирует, что компании удастся полностью избежать периодов ухудшения положения, с точки зрения неустойчивости компании. Иногда требуется немало времени, чтобы усилия менеджеров привели к положительным результатам в деятельности компании. Именно на плечи менеджеров ложится ответственность за подготовку стратегии компании к непредвиденным условиям путем продуманного стратегического планирования, одной из важных частей стратегического управления.

Не существует единой для всех предприятий стратегии, поэтому каждое предприятие, желающее выжить в жестких условиях рынка, вырабатывает свою собственную стратегию на основе анализа внутренней и внешней среды, собственного потенциала, основываясь на целях и миссии организации. Выработка стратегии организации – не самоцель стратегического управления. Эта сложная и трудоемкая работа имеет смысл, только в том случае, если стратегия успешно применяется в практике деятельности компании. Для того чтобы контролировать процесс реализации стратегии и быть уверенным в достижении поставленных целей, менеджмент организации должен разработать эффективные планы, программы, проекты, бюджеты и др. и стремиться к полному управлению процессом планирования.

Стратегическое управление предусматривает не только тщательную проработку всех его направлений, но обязательное участие в этом процессе менеджеров всех уровней управления.

Выбор стратегии предприятия осуществляется руководством на основе анализа ключевых факторов, характеризующих состояние фирмы и экономики в целом. Потенциал организации и стратегические возможности определяются ее структурой и качеством

персонала. При отсутствии достоверной информации о качестве персонала, менеджмент не сможет разработать эффективную стратегию компании.

В современных условиях хозяйствования успешное устойчивое развитие экономики может быть обеспечено только при системном использовании результатов непрерывного стратегического управления в организациях разного уровня управления.

Список использованной литературы

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия /Пер. с англ. СПб.: Наука, 1991.
2. Ашмарина С.И. Менеджмент. М.: Рид Групп, 2011.- 572.
3. Грушенко В.И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений. М.: ИНФРА-М, 2011.- 287с.
4. Егоршин А.П. Стратегический менеджмент. М.: Нижний Новгород, 2010.- 191с.
5. Забелин П.В., Моисеев М.К. Основы стратегического управления. М., 1997.
6. Лапин А.Н. Стратегическое управление современной организацией. Глава 2 / А.Н. Лапин// Управление персоналом.-2004.- №14.
7. Рюли Э. Исследование стратегических процессов в организации /Э.Рюли// Проблемы теории и практики управления.- 2000.- №5.
8. Стратегическое управление организацией: учебное пособие /В.М. Тумин, Г.Д. Антонов, О.И. Иванова.- М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013.- 239с.
9. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / Пер. с англ., Под ред. Л.Г. Зайцева и М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.-575с.
10. Турсин Ю.Д., Ляпина С.Ю., Шаламова Н.Г. Стратегический менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2003.-356с.

© Т.В. Логинова, 2015

УДК 33

В.Р.Маркарян

К.э.н. доцент кафедры «Экономика и финансы»
Краснодарский филиал
Финансового университета при Правительстве РФ,
г.Краснодар, Российская Федерация

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ВОВЛЕЧЕНИЯ ЧАСТНОГО СЕКТОРА В РЕАЛИЗАЦИЮ ГЕОЭТНОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИОРИТЕТОВ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

1. Особенности рынка труда приграничного полиэтнического региона

Развитие конкурентной социально ориентированной рыночной экономики сегодня невозможно без построения цивилизованного рынка труда. В наши дни особенно актуальным становится анализ влияния предпринимательства на развитие рынка труда, что позволяет формировать комплекс действенных мер, направленных на рост занятости и развитие экономики в целом. Без развития предпринимательства, активного вовлечения в этот процесс государства и гражданского общества и усиления их воздействия на рынок труда, а также рационального использования трудовых ресурсов в бизнес-структурах

российской экономики, в особенности промышленного сектора, невозможно противостоять санкционным мерам западных стран, направленным на подрыв российской экономики.

Научный интерес к проблеме оценки влияния предпринимательства на региональный рынок труда объясняется следующими факторами – состоянием, основными параметрами и свойствами, которыми характеризуется рынок труда Краснодарского края. Рынок труда Краснодарского края функционирует в условиях относительно высокого уровня экономического развития, повышенной бюджетной обеспеченности, инвестиционной привлекательности региона, наличия хорошо развитой перерабатывающей промышленности, миграционного притока, хорошей транспортной освоенности и т. д. В целом Краснодарский край сегодня относится к группе наиболее благополучных регионов России по уровню экономического развития и занятости населения и является одним из наиболее развитых регионов Южного федерального округа. Об этом свидетельствуют, например, основные социально-экономические характеристики Краснодарского края (см. табл. 1) [1, с. 12-14].

Согласно данным таблицы 1 и результатам сравнительного анализа показателей экономического развития Краснодарского края и других регионов ЮФО, край производит около 7 % валовой сельскохозяйственной продукции страны, занимает первое место среди регионов ЮФО по валовому региональному продукту в расчете на душу населения, находится на третьем месте по числу жителей. Краснодарский край включен в пятерку регионов России, получивших высшую оценку по инвестиционной привлекательности.

Таблица 1 – Динамика основных социально-экономических показателей Краснодарского края (в % к предыдущему году)

Показатели	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Численность населения (на конец года)	99,8	100,2	100,3	101,1	100,9	101,4
Численность безработных	82,2	85,2	90,9	88,5	95,8	109,0
Реальные располагаемые денежные доходы населения	116,8	110,4	116,3	102,0	106,4	113,5
Реальная начисленная зарботная плата	121,1	109,2	101,9	103,4	110,6	106,4
Валовой региональный продукт	110,6	106,1	106,2	107,6	103,7	104,2
Промышленное производство	109,7	109,2	104,2	107,1	108,3	102,7
Продукция сельского хозяйства	114,8	102,5	103,8	110,1	89,3	106,9
Инвестиции в основной капитал	156,5	104,3	141,5	111,5	102,3	107,8
Объем платных услуг населению	92,3	110,8	107,0	106,7	107,7	107,5

В то же время, анализируя состояние регионального рынка труда, нельзя не остановиться на состоянии предпринимательской деятельности и ее влиянии на развитие рынка труда. Ведь именно малое и среднее предпринимательство является источником формирования

спроса на рынке труда. Сегодня особое значение имеет сектор малого и среднего бизнеса в экономике России как звено, которое при определенных условиях будет способствовать созданию новых рабочих мест. Так, по состоянию на 1 января 2013 г., согласно данным таблицы 2, в Российской Федерации действовало около 4,6 млн субъектов малого и среднего бизнеса, на которых было занято немногим более 18 млн человек.

Таблица 2 – Основные показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства РФ по состоянию на 01.01.2013 (по итогам 2012 г.) [2, с. 5-6].

	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Индивидуальные предприниматели	Все категории МСП
Количество субъектов МСП, тыс. ед.	1760,0	243,0	13,8	2628,9	4645,7
Численность работников (среднесписочная) тыс. чел.	4248,9	6506,8	1719,5	5644,2	18119,4
Оборот (выручка) субъектов МСП от реализации товаров (работ и услуг), млрд руб.	8347,4	15116,3	4110,6	8707,4	36281,7

Анализ данной ситуации в Краснодарском крае показывает, что, в отличие от общероссийских показателей, количество как средних, так и малых предприятий за последние два года сократилось: если в 2010 г. средних предприятий было 877 единиц, то 2012 г. их уже всего 490. Аналогичная ситуация и с малыми предприятиями: их количество уменьшилось на 1653 единиц с 2010 г. Эти показатели негативно влияют на экономику края, так как именно малое и среднее предпринимательство активно откликается на запросы экономической системы в отношении трудовых ресурсов, его качества, количества и т. п.

Но малое и среднее предпринимательство может формировать запрос на трудовые ресурсы только в том случае, если само устойчиво развивается, если поддерживается государством.

Малый бизнес Краснодарского края играет существенную роль в формировании экономического потенциала региона. По данным статистики, в настоящее время в Краснодарском крае работает 271 839 субъектов малого и среднего предпринимательства, занимающихся различными видами бизнеса. В настоящее время на этих предприятиях в крае работает 618 440 человек, а оборот субъектов малого и среднего бизнеса составляет 1 512 455,0 млн руб.

Большая часть предприятий малого и среднего бизнеса сосредоточена в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; кроме того, большое количество малых предприятий работает в сфере операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг (см. табл. 3) [3, с.1].

Таблица 3 – Основные показатели развития малого и среднего предпринимательства

Показатели	Единиц а Измере ния	отчет		оценка	прогноз
		2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Количество субъектов малого и среднего предпринимательства – всего	единиц	295 373	271 839	275 458	276 235
в том числе по разделам видов экономической деятельности:					
Добыча полезных ископаемых	единиц	232	268	269	269
Обрабатывающие производства	единиц	17 357	16 193	16 382	16 439
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	единиц	333	342	343	346
Строительство	единиц	17 595	17 015	17 181	17 235
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	единиц	140 479	127 525	129 285	129 637
Транспорт и связь	единиц	29 169	26 730	27 108	27 175
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	единиц	36 381	34 637	35 100	35 197
Прочие виды экономической деятельности	единиц	53 827	49 129	49 790	49 937
Средняя численность работников субъектов малого и среднего предпринимательства – всего	челове к	610 647	618 440	621 474	624 839
в том числе по разделам видов экономической деятельности:					
Добыча полезных ископаемых	человек	3 193	3 351	3 368	3 388
Обрабатывающие производства	человек	80 525	79 252	79 689	80 059
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	человек	4 395	4 106	4 133	4 219
Строительство	человек	71 674	70 439	70 699	71 069

Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	человек	208 927	214 881	215 780	216 764
Транспорт и связь	человек	44 960	44 050	44 301	44 607
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	человек	79 291	82 771	83 105	83 680
Прочие виды экономической деятельности	человек	117 682	119 590	120 399	121 053
Оборот субъектов малого и среднего предпринимательства – всего	в действ. ценах, млн руб.	1 377 470,5	1 512 455,0	1 620 418,4	1 740 363,6
в том числе по разделам видов экономической деятельности:					
Добыча полезных ископаемых	в действ. ценах, млн руб.	3 915,0	6 255,9	6 755,5	7 069,8
Обрабатывающие производства	в действ. ценах, млн руб.	116 663,8	111 247,3	121 697,8	128 485,6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	в действ. ценах, млн руб.	6 104,2	4 523,8	4 918,4	5 395,6
Строительство	в действ. ценах, млн руб.	168 891,0	181 119,7	186 412,0	198 187,4
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	в действ. ценах, млн руб.	846 362,8	926 257,4	994 131,4	1 068 280,3
Транспорт и связь	в действ.	51 784,7	53 080,2	56 767,9	60 582,6

	ценах, млн руб.				
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	в действ. ценах, млн руб.	67 527,1	86 201,9	93 116,6	100 230,7
Прочие виды экономической деятельности	в действ. ценах, млн руб.	116 221,9	143 768,7	156 618,8	172 131,6

Структура численности работников малых и средних предприятий по видам деятельности в 2013 г. свидетельствует о серьезном отставании промышленности от торговли, предоставления услуг. Малые предприятия – неотъемлемая часть экономики большинства промышленно развитых **стран**. Они выполняют ряд важнейших социально-экономических функций: обеспечение занятости, формирование конкурентной среды, поддержание инновационной активности, снятие социальной напряженности. Малые предприятия присутствуют во всех секторах экономики. Средние предприятия – в основном в перерабатывающих и обрабатывающих отраслях.

Тенденция сокращения малых и средних предприятий в крае и финансовая нестабильность могут привести к использованию теневых форм трудовых отношений, развитию неформальной занятости неформальной экономики. Под неформальной экономикой мы понимаем экономические структуры, которые являются «дополнением» формальных экономик и используют в качестве основного ресурса индивидуально-семейные, клановые, регионально-этнические и другие социальные связи в рамках специфических (рыночных и нерыночных) стратегий выживания, обеспечения занятости и дохода различных социальных групп. Они могут существовать и возникать:

во-первых, как атавизм старых экономических укладов в рамках официальных рыночных и командных экономик;

во-вторых, как относительно самостоятельные анклавы экономической активности дискриминируемых (маргинальных) социальных групп, например мигрантов, выходящих в новой неблагоприятной социально-экономической ситуации;

в-третьих, как сектора мелкого и мельчайшего частного предпринимательства, неконтролируемого государством, в условиях стационарных или переходных экономик. Причем варианты «переходности» здесь понимаются самые разные, в зависимости от фаз и этапов трансформации, которые наблюдаются в разных странах;

в-четвертых, как относительно самостоятельные **сектора самозанятости**, основанные на семейных и местных ресурсах выживания, использующих натуральное хозяйство, мелкое ремесло и торговлю с целью жизнеобеспечения;

в-пятых, как различные формы скрытой от официального контроля вторичной занятости, характерной для многих социальных групп (и этнических, и маргинальных, и элитарных);

в-шестых, как различные по масштабу, функциям и специализации нелегальные экономические субкультуры, занимающиеся различными видами редиистрибуции, запрещенного законом производства или промысла и т. д.

Анализ статистических данных показал, что неформальная занятость в Краснодарском крае является фактором дополнительной (резервной) занятости, которую не может обеспечить по различным причинам официальная экономика (см. табл. 4) [4, с. 297–300].

Таблица 4 – Распределение численности занятых в Краснодарском крае в неформальном секторе по виду экономической деятельности в 2013 г. (тыс. чел.)

Численность занятых	Всего
Всего	651,3
в том числе: сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	160,4
Рыболовство и рыбоводство	1,8
Обрабатывающие производства	51,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	0,6
Строительство	85,5
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного потребления	199,5
Гостиницы и рестораны	24,2
Транспорт и связь	56,1
Финансовая деятельность	0,5
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	21,9
Образование	4,4
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	7,3
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	35,9
Деятельность домашних хозяйств	1,8

Кроме того, неформальная экономика не только выступает в качестве дополнительного ресурса выживания определенных социальных групп, но и является полем генерации новых экономических структур, в том числе в сфере занятости, возникающих часто вопреки действию государства.

Согласно данным таблицы 4, больше всего занятых в неформальном секторе сосредоточено в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, а также в строительстве и сельском хозяйстве – именно там, где больше всего официально зарегистрированных малых предприятий (см. таблицы 4 и 5). Исходя из этого, можно предположить, что создание государством соответствующих условий для развития предпринимательства, в первую очередь малого, позволило бы уменьшить объем неформальной занятости и повысить эффективность бизнеса.

Таким образом, основными задачами малого и среднего бизнеса в регионе сегодня, когда мы находимся на пороге экономического кризиса, является: формирование рациональной структуры экономики региона; сохранение и развитие среднего класса; снижение безработицы за счет создания новых рабочих мест; расширение доходной части государственного бюджета на всех уровнях; обеспечение социальной стабильности и снятие социальной напряженности и в конечном итоге обеспечение устойчивого развития экономики региона. Устойчивое развитие малого и среднего предпринимательства в современных условиях является фактором развития рынка труда и обеспечения эффективной занятости населения.

Результаты проведенного исследования могут быть обобщены системой следующих логически взаимосвязанных выводов:

Изменение внешних макроэкономических условий, в которых находятся регионы России, в том числе регионы Юга России и Краснодарский край, в частности, требуют разработки новых подходов к управлению их развитием. При этом большинство отраслей промышленности и особенно отрасли сельского хозяйства, легкой и пищевой промышленности (это особенно актуально для нашего края), столкнулись с жесткой конкуренцией за рынки сбыта.

2. *Полиэтничность как фактор повышения конкурентоспособности региона*

Глобализация проявляет себя как несколько параллельно разворачивающихся процессов. Во-первых, это усиление геополитических факторов при формировании единого экономического пространства стран и мира, проявляющееся в объективной необходимости глобального позиционирования стран и регионов, рассматриваемого как «такое развитие и функционирование конкретной территориальной социально-экономической системы, которое вмещает в себя и одновременно использование и изменение экономико-географического положения (в том числе, совершенствование)». Во-вторых, параллельно, высокую значимость приобретают задачи расширения внешнего взаимодействия региональных социально-экономических систем с аналогичными им территориальными образованиями. Российская территориально социально-экономическая система, сохраняя многие унаследованные от предшествующих периодов черты, трансформируется под влиянием рыночных субъектов и механизмов. Под воздействием рыночных отношений территории и соответствующие им территориальные социально-экономические системы становятся своеобразными «товарами», и одновременно вынуждены соотносить себя с аналогичными территориальными «товарами». В этом контексте с точки зрения конкурентоспособности регионов становятся важными не столько само наличие либо отсутствие основных факторов производства (труд, земля, капитал, предпринимательство), (поскольку на любой территории (регионе, стране) обязательно они будут присутствовать в том или ином виде), сколько то, как они используются, т.е. их качественные характеристики, и возможности их изменять (улучшать). В-третьих, в условиях такой повышенной «открытости» региональных социально-экономических систем и объективных процессов расширения внешних по отношению к региону связей, реализация соответствующих стратегий развития во многом обуславливаются экономической обстановкой внутри региона.

Понимание сущности экономической обстановки в некотором регионе дается непросто, поскольку имеется множество «местных» влияний на производительность и ее рост. В контексте проблематики развития ряда полиэтнических приграничных регионов Юга России, и Краснодарского края, в частности, это означает повышение значимости этноэкономических факторов (ресурсов) и их качественных характеристик (эффективности их использования и ее повышения) для успешного развития данных регионов в национальном и глобальном экономическом пространстве с учетом их геополитического положения. Регионы, как целостные воспроизводственные социально-экономические системы, характеризующиеся самостоятельным циклом воспроизводства, все в большей степени вовлекаются в систему межрегионального и международного разделения труда за счет усиления уникальности использования своих ресурсов и повышения конкурентоспособности на основе динамического процесса повышения эффективности их использования. Таким образом, наиболее значимым факторами в обеспечении конкурентоспособности становится не столько наличие или отсутствие тех или иных природных и других экономических ресурсов, сколько возможности обеспечения роста их

производительности, что во многом определяется в условиях глобализации принципиально новыми факторами.

Среди таких новых факторов следует особенно выделить следующие две группы, имеющие особое значение для ряда периферийных регионов РФ, в том числе и для Краснодарского края [5, с. 7–9].

1. Факторы внутренней среды: специфика предпринимательской среды, обусловленная сложившимся в регионе институтом предпринимательства. Здесь особую роль играют не столько официально оформленные институциональные предпринимательские отношения (т.к. они в целом по всей территории РФ более или менее однородные), сколько неформальные институциональные нормы, сложившиеся под влиянием специфики развития местного сообщества.

В этом смысле большинство периферийных регионов характеризуются полиэтническим составом, и как следствие, уникальностью норм и правил ведения предпринимательской деятельности, обогащенной культурно-этническим разнообразием исторического наследия; специфическое сочетание возможных видов предпринимательской деятельности, которая помимо «обычных» отраслей региональной экономики, развивающихся на базе соответствующего природно-ресурсного потенциала, может быть дополнена производством ряда исключительных, характерных только для данного региона, экономических продуктов.

Например, в Краснодарском крае, помимо успешно развивающихся здесь отраслей добывающей и перерабатывающей промышленности, АПК и рекреационного комплекса и др., на базе уникальных культурно-этнических ресурсов могут быть развиты производства этнических товаров, национальные ремесла, а также культурная сфера (например, частные театры), которые позволяли бы передать все культурно-этническое разнообразие региона и превратить его в специфический культурный продукт, обеспечивающий «распознавание» региона туристами. Это в целом способствовало бы и более эффективному развитию туристско-рекреационного комплекса региона.

2. Факторы внешней среды – геоэкономическое положение региона и его «вписывание» в общую картину формирования единого геоэкономического пространства (страны и мира). Геоэкономическое положение региона уже рассматривается не только как априори данный ресурс, который имеется у региона изначально и обусловлен во многом его территориальным расположением и по возможности должен быть максимально эффективно использован. Ряд современных исследований показывает, что в условиях глобализации в отношении данного ресурса целесообразно использование категории «геопространственное позиционирование». Отмеченные тенденции оказывают существенное воздействие и на обеспечение конкурентоспособности российских регионов в рамках международного разделения труда, а потому могут и должны быть рассмотрены в рамках проблематики региональной экономики. В этом случае целесообразно рассмотрение геоэкономического пространственного позиционирования, т.е. такого, которое обеспечивает повышение эффективности функционирования региональной социально-экономической системы.

В таком контексте (геоэкономического пространственного позиционирования) в качестве основных потребителей регионального продукта могут быть рассмотрены: собственно население региона как основной потребитель результатов функционирования региональной социально-экономической системы; население других регионов и стран, потребляющее тот или иной региональный продукт (туристы, приезжие и временно проживающие на территории региона, а также зарубежные жители и жители других регионов, потребляющие региональный продукт (вывозимый за пределы региона и страны)

по месту своего жительства); производственный сектор региона и других регионов и стран; другие регионы и страны (как субъекты экономических отношений). Потребности вышеперечисленных групп потребителей регионального продукта должны учитываться при разработке стратегий развития региона. Особую значимость при этом имеют отношения региона с другими субъектами Федерации, особенно с соседствующими, так как в рамках их взаимодействия, например, в границах федеральных округов, могут формироваться межрегиональные кластеры, что позволяет говорить о наличии кооперативных интересов не только между хозяйствующими субъектами территорий, но и между регионами как субъектами экономических отношений. Характерным примером такого случая можно считать формирование рекреационно-туристского кластера на Юге России, объединяющего несколько регионов, включая Краснодарский и Ставропольский края и ряд других периферийных регионов. Аналогичным примером может также служить агропромышленный межрегиональный кластер, охватывающий территории Ростовской области, Краснодарского края, Астраханской области и др. Вышеперечисленные факторы, а именно, особенности геоэкономического положения и этноэкономических институциональных условий развития предпринимательской среды региона, фактически могут быть рассмотрены как новые ресурсы (источники) повышения конкурентоспособности региональных социально-экономических систем, образующие в совокупности некий геоэтноэкономический потенциал территории (региона), который в настоящее время используется недостаточно эффективно.

Исследование проблематики повышения эффективности использования геоэтноэкономических ресурсов региона с целью выработки конкретных практических предложений по развитию его геоэтноэкономического потенциала требует формирования соответствующей теоретической, методологической и инструментальной основы. В связи с этим нами предлагается следующая логика исследования проблематики повышения эффективности использования геоэтноэкономических ресурсов (потенциала) региона. В данном исследовании мы выдвигаем гипотезу о том, что развитие периферийных регионов РФ в условиях глобализации определяется двумя новыми группами факторов: геоэкономическими и этноэкономическими. Данные группы факторов оказывают непосредственное влияние на эффективность используемых экономических ресурсов региона (труд, земля, капитал, предпринимательство) и рост их производительности, что определяет специфику конкурентного преимущества данных регионов. В этой связи необходимо формирование новых подходов к выделению группы геоэтноэкономических ресурсов (потенциала) региона, их идентификации, с последующей методикой их оценки, которая должна позволять сравнивать динамические данные по одному региону, а также сопоставлять по уровню развития геоэтноэкономического потенциала различные регионы (в первую очередь, соседствующие и имеющие сходное геоэкономическое положение).

Формирование целостной системы управления геоэтноэкономическими ресурсами региона необходимо и требует выделения их в отдельную группу экономических ресурсов. В связи с этим следует четко определить, что конкретно следует понимать под геоэтноэкономическими ресурсами региона. В данном исследовании под геоэтноэкономическими ресурсами понимается одна из составляющих экономических ресурсов периферийных регионов, включающая в себя новое качество их трудовых, демографических, производственных ресурсов, обусловленное специфическим геоэкономическим положением и полиэтническим составом населения как носителя институциональных факторов регионального воспроизводственного процесса. Таким образом, с одной стороны, геоэтноэкономические ресурсы являются частью экономических ресурсов региона, с другой стороны, в случае периферийных регионов они расширяют

содержание понятия экономических ресурсов, дополняя их новым видом специфических ресурсов, образующих уникальность и исключительность ресурсного и экономического потенциалов их территории.

Экономические ресурсы имеют большое значение в национальной и региональной экономике, определяют характер ее функционирования, темпы, структуру и масштабы развития. Они представляют собой базу для экономического роста. По сути, экономические ресурсы – это такой вид ресурсов, который может быть использован для производства материальных и духовных благ. В этом смысле геотнэкономические ресурсы представляют собой тот резерв развития периферийных регионов, который в настоящее время не используется эффективно и требует выработки новых подходов к их оценке и вовлечению в региональный воспроизводственный процесс. Совокупность имеющихся ресурсов региона, способность накопленных ресурсов к достижению в перспективе максимально возможного объема экономических благ формируют экономический потенциал региона.

В этой связи геотнэкономический потенциал периферийных регионов в настоящее время может рассматриваться как неиспользуемый компонент (элемент) их общего экономического потенциала.

Управление экономическими ресурсами региона, которые включают, в том числе и такой их отдельный вид, как геотнэкономические ресурсы, является одной из основных подсистем общей системы управления развитием социально-экономическим развитием региона. В данном исследовании предлагается кибернетический подход к пониманию сути процесса управления геотнэкономическими ресурсами региона, как объекта управления.

Кибернетика и теория информации исходят из представления об управлении как способе снижения энтропии системы. Энтропия – есть свойство системы, характеризующее меру ее упорядоченности, организации. Чем ниже энтропия – тем выше уровень организации. Согласно законам термодинамики при отсутствии управления энтропия изолированной, закрытой системы повышается, система теряет структуризацию, упорядоченность, превращается в однородную массу, не обладающую энергетическим потенциалом. Управление экономикой своей сутью направлено на снижение энтропии экономических систем, внесение в них организации, упорядоченности, предотвращающих опасный рост энтропии, который приводит к снижению энергетических возможностей, подавлению источников развития, уменьшению степени разнообразия. Управление, таким образом, противодействует деструкции, деградации систем. Применительно к геотнэкономическим ресурсам периферийных регионов отсутствие четко определенной системы управления их развитием приводит, как мы видим на практике, к целому ряду негативных последствий для их экономики: деградации трудовых ресурсов и человеческого капитала в целом, низкому уровню социально-экономического развития большинства субъектов Южного и Северо-Кавказского федеральных округов, деградации их экономического потенциала в целом, ограниченности внутренних источников социально-экономического развития, формированию очагов социально-политической напряженности. Это требует формирования целостной системы управления геотнэкономическими ресурсами региона.

Говоря о геотнэкономических ресурсах (потенциале) региона как об объекте управления, целесообразно иметь в виду не только сами ресурсы. В качестве объекта управления должны выступать, исходя из кибернетического подхода, следующие элементы: собственно геотнэкономические ресурсы в их материально-вещественном воплощении; социально-экономические процессы, в которых они задействованы; социально-экономические отношения, возникающие в ходе протекания данных процессов.

Анализ основных подходов к пониманию сущности экономического потенциала показал, что традиционные системы оценки базируются на изучении составляющих элементов социально-экономического потенциала, таких как производственный, природно-ресурсный, трудовой, финансовый и др. Существуют и более детализованные подходы к определению основных составляющих экономического потенциала региона. Представления о структуре и составе экономического и социально-экономического потенциала региона весьма различны, в его состав включают трудовой, потребительский, инфраструктурный, ресурсно-сырьевой, институциональный, финансовый потенциалы. Помимо вышеназванных структурных составляющих экономического потенциала региона еще выделяют геополитический, инновационный, научный потенциал и другие. По нашему мнению, конкретизация структуры экономического потенциала региона может быть обусловлена его принадлежностью к тому или иному типу регионов. В частности, в структуре экономического потенциала регионов Юга России в качестве специфического его компонента целесообразно выделить геоэтноэкономический потенциал, который взаимодействует с другими его компонентами и занимает особое место в их системе.

Уровень развития геоэтноэкономического потенциала можно оценивать по различным индикаторам, среди которых – геополитическое положение региона, наличие границ с другими регионами и государствами, наличие транспортных системы межрегионального и международного сообщения, наличие экономических связей с другими странами и регионами, количество и численность развивающихся на территории этносов, развитие народных ремесел, представляющих «лицо» региона на рынке рекреационных услуг, уровень развития этнокультуры как самобытного сектора сферы культуры, развитие институтов предпринимательства в регионе и др. В настоящее время управлению геоэтноэкономическим потенциалом периферийных регионов уделяется недостаточно внимания. Отдельные его элементы рассматриваются в рамках различных региональных целевых программ, например, развития рекреации. Вопросы геополитики исследуются отдельно от проблематики повышения эффективности использования экономического потенциала региона. Это приводит к тому, что региональные стратегии не учитывают возможностей, которые могут быть использованы на благо периферийных регионов через развитие их геоэтноэкономических ресурсов, и требует выработки новых подходов к формированию целостного механизма их управления.

Использование геоэтноэкономических ресурсов (потенциала) региона предполагает активизацию предпринимательской активности населения за счет задействования такой слабо формализуемой категории как менталитет. Влияние менталитета населения на развитие экономики в настоящее время является объектом многих экономических исследований. Само понятие менталитета и экономического менталитета является довольно сложным и многогранным. Существует целый ряд определений менталитета. В общем смысле «менталитет» - это система своеобразия психической жизни людей, принадлежащих к конкретной культуре, качественная совокупность особенностей восприятия и оценки ими окружающего мира, имеющие надситуативный характер, обусловленные экономическими, политическими, историческими обстоятельствами развития данной конкретной общности и проявляющиеся в своеобразной поведенческой активности. «Менталитет» означает нечто общее, лежащее в основе сознательного и бессознательного, логического и эмоционального, глубинный, трудно рефлекслируемый источник мышления, идеологии, веры, чувства и эмоций [6, с. 2].

Модифицирующей проекцией менталитета на сферу социально-экономических взаимодействий является экономический менталитет, как обусловленное витальными (жизненно важными) социально-экономическими потребностями неявное общественное

экономическое знание в форме органического единства архетипов и стереотипов осмысления и восприятия экономическим социумом как таковой экономической действительности. Данный менталитет является продуктом жизненно значимых для социума и определенных социальных групп однотипных хозяйственных взаимодействий [7, с.49-57].

Именно поэтому опыт большинства развитых стран, осуществлявших глубокие социально-экономические преобразования, свидетельствует, что их успех возможен только в том случае, если результаты реформ не только отражают интересы широких слоев населения, но и получают их поддержку, т.е. соответствуют их менталитету. Ряд даже позитивных преобразований, не понятых и не воспринятых населением, могут иметь прямо противоположные задуманным или противоречивые результаты. Это также свидетельствует о том, что то, что подходит одним странам и регионам, может не иметь успеха в других.

В последнее время всё больше исследователей, анализирующих механизм рыночных преобразований в России, приходят к выводу о том, что одной из главных причин его многолетней «пробуксовки» является игнорирование государством такого мощного социально-экономического фактора развития как менталитет российского общества. Само отсутствие целенаправленных усилий государства на формирование у населения черт менталитета, адекватного рыночным условиям, можно интерпретировать как неэффективное использование человеческого фактора производства, вклад которого в ВВП, по сравнению с энергоресурсами, более существенен. Во многом такой «нерациональный» подход обусловлен определенной сложностью анализа специфики российского менталитета, недостаточной исследованностью характера его влияния на процесс становления в Российской Федерации рыночной экономики. Значительную роль в этом играет также отсутствие разработок путей эффективного учета особенностей менталитета россиян и методики его формирования при проведении в стране социально-экономических реформ [8, с. 42–30].

Однако во всех определениях для нас является важным то, что менталитет – понятие, связанное с этническим самовосприятием человека, формирующим так же и его экономическое мышление. Кроме того, что обычно не рассматривается, общность менталитета предполагает сетевой (и наиболее эффективный) способ распространения информации среди членов этносов, а также поведенческих и мотивационных стимулов к той или иной предпринимательской деятельности. При наличии единичных положительных случаев реализации прибыльных проектов в однородной этносреде произойдет их масштабное распространение, что позволяет рассматривать это свойство этнического менталитета как благоприятную среду для стимулирования развития предпринимательства.

Для периферийных регионов, имеющих полиэтничную структуру населения, воздействие на экономический менталитет проживающих на его территории этносов затруднен в силу их чрезвычайного разнообразия. Однако при всех различиях у всех типов менталитета существуют общие для всех этнических групп черты, которые необходимо выявить с целью определения возможных экономических резервов задействования соответствующих геоэтноэкономических ресурсов в воспроизводственном процессе. Такими общими предпосылками являются: востребованность историко-культурных аспектов жизни и хозяйственной деятельности малых этнических групп на мировых туристских рынках; наличие предпринимательской активности априори в каждой из этнических групп; распространение образа мышления и неформальных институтов внутри каждой из этнических групп по сетевому принципу; существенное влияние этнической

идентификации на принципы и сферы хозяйственной деятельности экономических субъектов.

3. Коммуникативно-когнитивный подход в управлении регионом

Управление развитием геоэтноэкономических ресурсов (потенциала) периферийных регионов должно быть построено на подходе, учитывающем коллективно-этнические формы принятия решений индивидуумов. В таком контексте к нашей проблематике применим коммуникативно-когнитивный методологический подход к формированию организационно-экономического механизма управления геоэтноэкономическими ресурсами периферийного региона. Данный подход построен на двух составляющих – коммуникативном планировании и когнитивном моделировании управления геоэтноэкономическими ресурсами, где этноэкономические сообщества рассматриваются как организации, продуцирующие некое знание на основе коллективного разума. В данном случае, речь должна идти о воздействии на процессы получения позитивного предпринимательского опыта членов этнических сообществ в сферах, развивающих геоэтноэкономический потенциал региона, при целенаправленном формировании комплекса мер со стороны региональных органов власти, направленных на создание благоприятных условий для развития бизнеса в данных приоритетных сферах. Определение таких приоритетных сфер может быть осуществлено совместно в процессе взаимодействия основных представителей предпринимательской этносреды с государственными структурами.

Коммуникативное планирование предполагает использование коллективного разума, т. е. «мудрость масс». Основной смысл групповой работы – в продуцировании мышления, и, притом, коллективного мышления. Коллективное мышление предполагает использование коммуникации, понимания, работу с разными мыслительными предложениями, а, следовательно, и оппонирование, защиту своей точки зрения, последующую рефлекссию. Все это позволяет использовать групповую работу внутри каждой «этноорганизации» в процессе стратегического планирования развития геоэтноэкономических ресурсов на уровне региона. Особенностью такого подхода является использование коллективного опыта, способности этнических сообществ к принятию решений, критического мышления. В сущности, предлагаемая методология основана на общей когнитивной схеме коллективного мышления, на использовании распределенных когнитивных моделей. Ключевой идеей управления в данном случае является мысль о том, что люди, входящие в такую «этноорганизацию», а также вся имеющаяся в их распоряжении информация в формальном (документы, базы данных и т.п.) и неформальном виде (информация, передающаяся по внутриэтническим сетям – от предков, друзей, родственников, партнеров по бизнесу) обладают в совокупности огромным неиспользуемым знанием.

В основе построения когнитивных моделей управления геоэтноэкономическими ресурсами региона должны лежать следующие принципы:

1. Стратегичности и динамичности – учет прогнозов изменений внешней среды (страны, мира), среди которых, как отмечалось ранее – повышение значимости геопространственного и этноэкономического фактора в повышении конкурентоспособности периферийных регионов. Если планировать в условиях предположения о неизменности окружающего мира, то модель будет стационарной. Однако в реальности всегда необходим учет будущих изменений внешней среды, тогда модель будет динамической. На основе прогнозов в процессе планирования управляющей системой (подсистемой) создаются когнитивные модели желательного будущего состояния объекта управления во внешнем мире. В основе планирования и оценки уровня

достижимости заданных целей должна лежать система показателей (индикаторов) развития геотнэкономического потенциала региона.

2.Эволюционности - эволюция экономических систем аналогична эволюции биологических систем, т.е. путем накопления системной организации, изменений, происходящих с этой организацией во времени и отборе типов организации, наиболее благоприятных для развития. Для геотнэкономического потенциала региона это типы этноорганизаций, привлекающие людей и капитал. Будущее развитие этноорганизаций зависит от того, насколько они будут способны адаптироваться к изменяющимся внешним условиям, в данном случае, экономическим. Этноорганизации имеют основную цель – сохранение автономности и устойчивости этноса, его культурно-исторического наследия. В современном и будущем мире их выживаемость будет зависеть так же и от того, насколько они будут в состоянии сформировать на основе своего наследия экономический продукт, и реализовать его в окружающей среде (внутрирегиональной, национальной, мировой), занять свою нишу и сформировать симбиоз (взаимовыгодное сотрудничество) с другими этноорганизациями региона.

3.Многосторонности договорных отношений при реализации когнитивной модели – реализация модели должна быть осуществлена на основе многосторонних договоров (путем реализации ряда региональных государственно-частных проектов и программ), обеспечивающих партнерские отношения ее основных участников (население, органы власти, предпринимательский сектор, организации культуры, представительства этнических общин и пр.), объединение их ресурсов для достижения поставленных целей. Потенциала одного-двух точечных проектов, например, в развитии малого предпринимательства в культурно-развлекательной сфере на основе этнического культурного наследия, будет недостаточно для формирования региональной геотнэкономической модели. Она может быть реализована не одним точечным хозяйствующим субъектом, а в группе сознательно развивающихся в выбранных направлениях субъектов, соединенных средствами коммуникации (в том числе, путем распространения информации и знаний по этническим сетям).

4.Информационности – в когнитивной модели должны быть сформирована информационная инфраструктура, доступная для всех носителей геотнэкономического потенциала региона, отражающая современное состояние объекта управления (геотнэкономических ресурсов, а также экономических процессов и отношений по поводу их развития и эксплуатации), а также дающая возможность получения обратной связи от всех ее участников в центр управления. Необходимо предусмотреть возможность корректировки вариантов развития объекта управления в соответствии с полученным опытом на предыдущих этапах.

5.Скоординированности – требуется создание условий для накопления сложности в геотнэкономической модели. Необходимо обеспечить преемственности информации, знаний и опыта для слаженного взаимодействия управленческой команды, включающей представителей различных секторов региональной экономики (население, органы власти, предпринимательский сектор, организации культуры, представительства этнических общин и пр.), и ее стабильность. Необходимо понимать, что когнитивные модели всех специалистов согласованы друг с другом в процессе совместной работы, поэтому обновление кадрового состава должно происходить плавно, с соблюдением преемственности.

6. Полноты и равнозначности состава команды управления геотнэкономическим потенциалом региона – когнитивная модель управления предполагает задействование всех возможных источников информации и ресурсов для достижения поставленной цели. В

связи с этим управляющая команда (коллектив планировщиков) должна включать в себя всех возможных представителей носителей этнических институциональных норм для более корректной их формализации и поиска объективно оптимальных стратегий развития геотнэкономических ресурсов (потенциала) региона. При этом структура такой команды должна строиться по сетевому принципу, в отличие от иерархического, принятого в российских регионах. Это означает, что государственные и частные структуры будут иметь равнозначные права и обязательства, обусловленные договорными партнерскими отношениями. Реализация вышеперечисленных принципов позволит использовать целенаправленное воздействие на коллективное мышление этнических групп с целью активизации их экономической деятельности в сферах, обеспечивающих формирования культурно-политического имиджа региона.

В широком понимании управление есть сознательное воздействие со стороны людей на объекты живой и неживой природы и процессы, в которых участвуют эти объекты, с целью получить желаемый результат [9, с. 12–20].

Классический управленческий цикл предполагает последовательное и обязательное выполнение следующих функций: планирование и прогнозирование; принятие решений; организация и координация; оценка результатов. В связи с этим управление геотнэкономическими ресурсами (потенциалом) региона предполагает реализацию всех вышеперечисленных этапов, что требует разработки целостной системы показателей (индикаторов) развития, на основе которых могут быть оценены результаты мер, предпринимаемых в регионе по развитию его геотнэкономического потенциала, и принятию соответствующих решений на каждом новом управленческом цикле. В целом для оценки геотнэкономического потенциала региона можно выделить два возможных подхода к его оценке: разработка системы (взаимосвязанных друг с другом) показателей и построение единого обобщающего показателя (на основе использования интегрального подхода). В данном исследовании рассмотрены оба варианта как взаимодополняющие друг друга.

Первый вариант в большей степени применим для выявления конкретных «узких мест» в осуществляемой регионом политики по развитию его геотнэкономического потенциала. Для разработки такой системы показателей (индикаторов) использованы два основных подхода: во-первых, в систему показателей должны быть включены показатели, отражающие различные составляющие общей структуры геотнэкономического потенциала региона. К таким структурным составляющим следует отнести следующие группы показателей: общие социально-экономические; геоэкономические; этноэкономические; во-вторых, данные показатели должны давать возможность оценить действенность реализуемых в регионе мер, что возможно, если разбить их на две подгруппы: показатели «состояния» геотнэкономического потенциала и показатели «воздействия» на него.

В первую группу показателей – показателей «состояния» - включены индикаторы, отражающие состояние основных структурных составляющих геотнэкономического потенциала региона. Социально-экономические показатели отражают наиболее общие тенденции развития экономики региона. Их наличие необходимо для того, чтобы можно было проследить воздействие геотнэкономического потенциала на воспроизводственную систему региона в целом. Геоэкономические показатели сосредоточены в основном на взаимодействии региона с другими территориями (как субъектами Федерации, так и странами) и экономических результатах этого взаимодействия. Этноэкономические показатели отражают как этническое многообразие населения региона и его культурно-экономического наследия, так и состояние этноэкономики как подсистемы региональной экономической системы. Показатели воздействия в основном включают различные

возможные расходы региональных и местных бюджетов, направленные на развитие вышеперечисленных составляющих геоэтноэкономического потенциала региона, среди которых – разработка и реализации соответствующих программ поддержки предпринимательства в соответствующих сферах, а также различные формы государственно-частного партнерства, реализуемые в виде конкретных проектов по развитию тех или иных структурных составляющих геоэтноэкономического потенциала в регионе. Преимуществом предлагаемой системы показателей является то, что она может отразить воздействие реализуемых в регионе мер по развитию геоэтноэкономического потенциала на его состояние. Если реализуемые меры действенны, то показатели состояния будут отражать позитивную динамику в тех позициях, на которые оказывалось воздействие. Кроме того, при планировании развития геоэтноэкономического потенциала для каждого показателя могут быть установлены целевые значения, которых необходимо достичь в процессе реализации соответствующих программ и проектов.

На основе предложенной системы показателей осуществлен анализ развития геоэтноэкономического потенциала Краснодарского края, который показал, что в целом регион характеризуется позитивными тенденциями социально-экономического развития.

4. Этноэкономика и ее место в совокупном экономическом потенциале региона

Этноэкономика — равноправный сектор хозяйственного комплекса Юга России и составляющих его регионов, в том числе, Краснодарского края, обеспечивающий, как показал исторический опыт, экономическую устойчивость этносов даже в условиях глубокого и продолжительного экономического кризиса. Кроме того, как было показано в исследовании, в современных условиях глобализации этноэкономические виды деятельности при целенаправленном их развитии могут дать новый качественный рост ряду отраслей региональной экономики. В настоящее время под этноэкономикой понимается территориально-локализованный исторически сложившийся на базе хозяйственного уклада этноса сегмент экономики, характеризуемый господством традиционных, преимущественно аграрных форм хозяйственной деятельности, натуральных и мелкотоварных форм производства, с доминированием ручного труда, неразвитостью обмена, замкнутостью домохозяйств, использованием кустарных ремесел, надомного труда, «отходничества» и т.п. Принято считать, что в сфере этноэкономики предпринимательская деятельность имеет ресурсно-хозяйственную базу для развития в следующих «подотраслях» мелкотоварного производства:

I. Подотрасли переработки продукции аграрного сектора экономики (изготовление изделий из меха, шерсти, кожи; производство ковров, войлока, красок из растительного сырья; переработка молока, грибов, лесных плодов и ягод; приготовление домашнего сыра, вяленого мяса, копченостей; розлив минеральной воды; переработка винограда, фруктов);

II. Подотрасли по производству промышленных товаров массового спроса (производство строительных и отделочных материалов из имеющегося в республике минерального сырья; выпуск красителей из натурального сырья; изготовление мебели, дверей, подоконников и т.д. из дерева ценных и менее ценных пород; переработка овечьей и козьей шерсти и вязание из нее высококачественных пуховых и шерстяных изделий, а также обработка кож и изготовление изделий из них; изготовление сувениров, прикладов для ружей, шахмат, нард из отходов деревообработки, поделок и посуды из хлебных злаков, бересты и др.; производство изделий из серебра, поделочных и полудрагоценных камней и т.п.; выпуск подушек, одеял из пуха и пера птицы и др.).

III. Подотрасли по сбору и переработке дикорастущих растений и их плодов: (изготовление концентратов из кизила, облепихи, калины, орехов и др.; сбор лекарственных трав; сбор и обработка грибов).

Однако помимо мелкотоварного производства, этноэкономика может трактоваться более широко и современно, поскольку в настоящее время во всем мире идет переоценка ценностей и все большее количество людей (туристов) интересуются культурно-историческими особенностями, самобытностью различных этносов. В связи с этим развитие этноэкономики на современном этапе может новый качественный уровень, проявляющийся в развитии предпринимательства не только в сфере мелкотоварного производства, но и в сфере этно-культурного наследия.

Состояние этноэкономики предполагается оценивать по развитию различных видов предпринимательства в сфере геоэтноэкономического потенциала на основе не только мелкотоварного производства, но и развития сектора услуг в сфере этно-культурного исторического наследия. К таким направлениям этно-ориентированного предпринимательства, основанным на развитии этно-культурной сферы, целесообразно отнести: создание частных музеев, выставочных павильонов национальных искусств; развитие сети объектов торговой инфраструктуры, продвигающих этно-ориентированную продукцию (одежду, предметы быта, сувенирную продукцию, предметы культуры и искусства и др.); расширение сети объектов общественного питания, ориентированных на национальные кухни; деятельности в области создания частных театров, творческих коллективов, домов творчества, акцентирующих внимание в своем репертуаре на исполнении национальных танцев, песен, музыки; развитие деятельности гостиниц и других объектов размещения населения и туристов, учитывающих национально-культурные традиции организации быта и отдыха. Развитие государственных программ поддержки всех вышеперечисленных отраслей этноэкономики позволит обеспечить расширение сырьевой базы предприятий переработки, снизить напряженность на региональном рынке труда за счет развития самозанятости и дополнительной занятости населения, развитие малого предпринимательства и как следствие расширение налогооблагаемой базы регионального и местных бюджетов, снизить долю теневого сектора региональной экономики, способствовать развитию сферы культуры и привлечь дополнительное количество туристов, желающих посещать регионы с высоким уровнем культурно-исторического этнического наследия.

Этноэкономические показатели представляют наибольшую проблему из всей системы показателей геоэтноэкономического потенциала Краснодарского края. Информация о наличии тех или иных этноэкономических видах деятельности на территории региона не собирается официальными органами статистики и их динамика не отслеживается. Развитие этноэкономики не рассматривается также в качестве одного из приоритетов развития региона, в связи с чем их оценка затруднена. Из наиболее доступных показателей данного сегмента следует рассмотреть национальный состав населения Краснодарского края, структура которого включает более 18 национальностей.

Социальное пространство полиэтнических периферийных регионов России, и Краснодарского края в частности, воспроизводит такого рода отношения, которые формируют этнокультурные общности в качестве социальных и экономических субъектов исторического процесса. Этноты обладают собственной идентичностью и самоназванием, уникальной совокупностью культурных характеристик, в основе которых лежит локализация этносов в определенном физическом пространстве. Статусно-экономические позиции автохтонных этносов Северного Кавказа, в силу сохранения ими в значительной мере агропромышленного характера функционирования хозяйства, определяются, в первую очередь, размером и качеством занимаемой ими территории, доступностью к ресурсам и совокупностью демографических характеристик. Территориальная локализация, определяющая одинаковость условий жизни, является значимой причиной,

обуславливающей организационную жизнедеятельность людей в этих природных условиях. Характерная черта этой организации — высокий уровень внутренней консолидированности, который объясняется суровыми условиями жизни в горах, природной изолированностью поселений и традиционно-общинными отношениями внутри социума.

Поселенческая локализация определяет на Северном Кавказе не только специфику культурных черт, но и различия экономических форм деятельности и возможности жизнеобеспечения. Автохтонные этносы Северного Кавказа характеризуются сохранением в значительной степени аграрно-традиционной культуры. В горных районах практически у всех этнических групп сохранились в той или иной форме институты общинной самоорганизации (тейпы, тухумы и др.) и городские собрания как форма самоуправления. Горцы в большой степени сохранили нормы общинного права (адаты), более жесткий контроль за экзогамией, установку на большие семьи, куначество, соседскую взаимопомощь и др. В этноэкономике используется большая часть сырьевых ресурсов, производимых частным образом, и значительная часть ресурсов общественного сектора экономики. 40-45% населения региона, отнесенные статистикой к «экономически неактивному населению» и регистрируемые ею в регионах расселения этносов Северного Кавказа, как раз составляют трудовые ресурсы этноэкономики.

Для оценки уровня развития геоттноэкономического потенциала региона, необходимого для сопоставления по данному критерию различных регионов друг с другом, а также анализа динамики процесса управления развитием геоттноэкономического потенциала в одном конкретном регионе необходимо иметь возможность построение интегрального показателя, объединяющего в себе его различные структурные компоненты. Оценка уровня развития геоттноэкономического потенциала, по нашему мнению, целесообразно построить на учете трех его основных составляющих: уровень жизни в регионе; уровень развития внешнерегиональных (межрегиональных и международных) связей региона как результата использования его геоэкономического потенциала; уровень развития этноэкономики региона. Учитывая данные составляющие, индекс развития геоттноэкономического потенциала (ИРГЭЭП) региона в общем виде будет иметь следующий вид:

$$\text{ИРГЭЭП} = \frac{\text{ИЧР} + \text{ИВРС} + \text{ИРЭЭ}}{3}, \quad (1)$$

где: ИРГЭЭП – индекс развития геоттноэкономического потенциала региона; ИЧР – индекс человеческого развития, отражающего общий уровень жизни в регионе (рассчитываемый по методике ООН); ИВРС – индекс развития внешнерегиональных связей региона; ИРЭЭ – индекс развития этноэкономики региона.

На основе вышеперечисленных индексов рассчитывается общий ИРГЭЭП как среднеарифметическая сумма. Наибольшую проблему при расчете индекса представляет денежная оценка межрегионального обмена (ввоза-вывоза товаров из субъекта Федерации), а также выделение отраслей этноэкономики и фиксирование соответствующей ей доли, поскольку данные показатели не отслеживаются официальной статистикой. В то же время для периферийных регионов их отслеживание необходимо, что должно стать одним из направлений деятельности региональных исполнительных органов власти, включая службы статистики.

В работе осуществлен анализ целевых аудиторий потребителей турпродукта Краснодарского края, в том числе с учетом их этноконфессионального состава, а также параметров геостратегического положения. Создание единого внутреннего (инклюзивного)

рынка на постсоветском пространстве на основе экономической логики и сбалансированного партнерства создадут реальные условия для изменения геополитической и геоэкономической конфигурации всего Евразийского континента. В этих условиях возникают большие возможности перенаправить потоки туристов из стран – членов ЕврАзЭС на причерноморские курорты и туристические маршруты. В целях оценки аттрактивности* Краснодарского края как туристского центра, был проведен опрос респондентов, проживающих в различных субъектах РФ, а также в странах Ближнего Зарубежья, с помощью специально разработанной анкеты. Анкетирование проводилось в онлайн-режиме с использованием социальных сетей. По итогам автоматизированной обработки анкет была произведена сегментация потенциальных потребителей туристских услуг по полу, возрасту, социальному положению, вероисповеданию, месту постоянного жительства и их типизация по маркетинговым предпочтениям с целью формирования «портрета» потенциального туриста.

Полученные данные позволили сделать вывод о том, что чем дальше территориально от Краснодарского края проживают респонденты, тем выше среди них число желающих посетить Кубань с целью туризма. Нам представляется, что последнее обстоятельство связано с желанием провести туристический отдых на морском побережье, т.е. совместить «полезное с приятным».

С точки зрения потенциальных потребителей туристских услуг к числу приоритетных для развития на территории Краснодарского края разновидностей внутреннего и въездного туризма на восстановительном этапе могут быть отнесены культурно-познавательный и паломнический туризм. Данные разновидности туризма не требуют для своего развития масштабных инвестиций и способны составить структурную основу туристских продуктов на нынешнем этапе развития туристской сферы Краснодарского края. В работе осуществлен расчет значения краевого туристского мультипликатора Краснодарского края, с применением модели «Ad Hoc», предложенной в 1972 г. британскими исследователями Б. Арчером и К. Оуэном. В рамках данной модели использован методологический подход, основанный на расчете совокупного эффекта валового внутреннего продукта туризма (ВВТ) (СЭВВТ). Основой для оценки СЭВВТ послужили следующие показатели: количество граждан, посетивших регион с целью туризма в 2012 г, средние расходы данных туристов, доходы предприятий туристской сферы от обслуживания туристов, а также показатель мультипликативного эффекта. СЭВВТ рассчитывался, как сумма прямого и косвенного экономического эффекта от валового внутреннего продукта туризма. Для определения косвенного воздействия ВВТ на экономику Краснодарского края, использовались статистические данные о динамике оборота расходов туристов. При проведении расчетов предполагалось, что потребительский денежный оборот находится в равновесии. Поэтому, дополнительные инвестиции от туризма в экономику региона будут определяться как произведение средних расходов одного туриста на их общее количество в соответствующем периоде. Косвенный эффект представляет собой итог мультипликативного воздействия изменения расходов туристов на доходы туристских организаций. Используя представленные формулы и статистические данные, можно практически рассчитать косвенное воздействие туризма на экономику территории.

*Аттрактивность — в пассионарной теории этногенеза, влечение к абстрактным ценностям истины, красоты и справедливости. Направленность аттрактивности к тем или иным ориентирам обусловлена эстетическим выбором потребителей данного вида услуги или продукции.

Автор на основании эмпирических данных рассчитал средняя предельная склонность населения КК к потреблению (ПСНПср.), которая составила 0,680 или 68,0%. Используя полученное значение предельной склонности населения КК к потреблению с использованием формулы 5 определено значение регионального туристского мультипликатора, который составит 3,125. То есть, каждый потраченный туристами рубль позволяет привлечь дополнительно в экономику республики 3,125 руб. Таким образом, мультипликативный эффект от расходов одного туриста за 5 дней пребывания в крае, посетившего КК в 2012 г., составит 33750 руб. Ну а по более реальным данным, согласно которым турист за две недели отдыха тратит около 40 тыс. руб., этот эффект составит более 100 тыс. руб. При этом, по мере явно выраженной тенденции увеличения склонности населения Краснодарского края к потреблению, мультипликативный эффект будет только расти. Проведенное исследование показывает, что с точки зрения потенциальных потребителей туристских услуг к числу приоритетных для развития на территории КК разновидностей внутреннего и въездного туризма на нынешнем этапе могут быть отнесены культурно-познавательный и паломнический туризм, развитие внутреннего и въездного туризма приведет к мультипликативному эффекту развития всей экономической сферы региона. Данные разновидности туризма не требуют для своего развития масштабных инвестиций и способны, составить структурную основу туристских продуктов КК на предстоящем этапе развития туристской сферы. Учет исторического опыта в сочетании с современными подходами к формированию рынков туристских услуг позволяет оптимизировать решение задачи создания на территории КК конкурентоспособной туристской индустрии, способной стать локомотивом социально-экономического развития края в целом.

Этноэкономические показатели также существенно зависят от обмена туристами между регионами. Как было показано выше, туристско-рекреационный комплекс является одним из важнейших стратегических приоритетов Краснодарского края. В настоящее время можно говорить о динамичном росте показателей его развития, который проявляется в увеличении туристского потока, доходов и инвестиций в основной капитал предприятий санаторно-курортного комплекса региона. Однако более детальная оценка въездных и выездных потоков из Краснодарского края ограничена вследствие отсутствия подробной информации. В частности, представляет отдельную проблему оценка потребительских предпочтений потенциальных туристов региона, а в контексте исследуемой нами проблематики – информация о влиянии полиэтнического состава населения региона и этноэкономических видов деятельности на возможность привлечения дополнительных потоков туристов в санаторно-курортный комплекс региона.

Опыт регионального экономического развития в Европе за последние 20 лет показывает, что принцип партнерства в принятии стратегии/программы экономического развития региона не согласуется с отраслевыми (тематическими) приоритетами. Кроме того, в Европе и в странах-кандидатах в члены ЕС существуют различные отраслевые программы развития на национальном уровне (например, программа по развитию текстиля или деревообработки во Франции), которые являются дополняющими к региональным программам. Но такие отраслевые программы разрабатываются чаще всего для поддержки региональной программы развития экономики, а не заменяют ее.

Таким образом, предлагается следующая дилемма для региона: с одной стороны, необходимо согласовать ограниченный круг приоритетов (3-6); с другой стороны, эти приоритеты не могут быть отраслевыми. Подобная дилемма решается, если система приоритетов развития производственной сферы региона будет построена на основе горизонтального (функционального) подхода.

Функциональный подход к выделению приоритетов экономического развития территории предполагает выделение 4-6 функциональных (горизонтальных) приоритетов, по крайней мере, на уровне программы развития экономики региона. Функциональными приоритетами первого уровня (т. е. теми приоритетами, на которые ориентируются подприоритеты) обычно становятся весьма широкие категории, например: повышение конкурентоспособности малых и средних предприятий; привлечение внешних прямых инвестиций; улучшение привлекательности региона; увеличение экспорта; создание финансовой инфраструктуры для развития бизнеса; создание инфраструктуры для развития бизнеса. По функциональному принципу создаются программы экономического развития и тех европейских регионов, куда поступает финансирование из Структурных фондов ЕС. Например, во Франции приоритеты, рекомендованные для Структурных фондов ЕС, обязательно должны включаться в региональные программы развития, что обуславливает тот же подход к выделению приоритетов - функциональный.

Анализ программно-целевых документов развития Краснодарского края показывает, что в практике стратегического планирования развития региона в чистом виде не используется ни отраслевой, ни функциональный подход, и в целом система планирования достаточно неоднозначна и противоречива. Так, в системе приоритетов социально-экономического развития Краснодарского края, указанных как в Стратегии, так и в Программе социально-экономического развития на 2013-2017 гг., в качестве приоритетов указаны как отраслевые, так и функциональные приоритеты. При этом количество приоритетов чрезмерно большое, а подприоритеты Программы развития Краснодарского края сформулированы почему-то в соответствии с приоритетами Стратегии, а не самой Программы. В результате приоритеты последней не соответствуют указанным в ней задачам (приоритетам).

Путаница с отраслевыми и функциональными приоритетами видна и в огромном количестве реализуемых в регионе отраслевых стратегий и ведомственных целевых программ. Так, на 2013 год в Краснодарском крае реализуется 13 стратегий развития отраслей реального сектора экономики и социальной сферы, 46 стратегий развития федеральных министерств и ведомств, а также 53 долгосрочные краевые целевые программы и 46 ведомственных целевых программ. Примечательным фактом так же является то, что цель и задачи Программы, которые должны способствовать реализации поставленной в Стратегии развития Краснодарского края цели – «Реализация политических, геостратегических и социально-экономических приоритетов РФ на Юге России и обеспечение кардинального повышения качества жизни населения края на основе создания потенциала опережающего развития» - практически никак не отражают геостратегических приоритетов.

Развитие геотнэкономического потенциала региона может быть рассмотрено как один из функциональных приоритетов развития периферийных регионов, в том числе Краснодарского края. Развитие геотнэкономического потенциала позволит существенно расширить возможности в реализации геостратегической составляющей поставленной стратегической цели развития Краснодарского края, а также способствовать реализации поставленных в Стратегии задач (приоритетов).

Наиболее эффективной формой взаимодействия государства и бизнеса при реализации региональных проектов по развитию геотнэкономического потенциала является, на наш взгляд, государственно-частное партнерство. Во всем разнообразии сотрудничества государства и частного сектора партнерство занимает особое место. Модели и структура собственно государственно-частного партнерства, в свою очередь, также весьма разнообразны, однако их объединяют некоторые характерные особенности, позволяющие выделить партнерство в самостоятельную экономическую категорию. Партнерство

строится как формализованная кооперация государственных и частных структур, специально создаваемая под те или иные цели и опирающаяся на соответствующие договоренности сторон [10, с.6]. По оценкам, в настоящее время проекты государственно-частного партнерства в Великобритании обеспечивают 17 % экономии государственного бюджета, в Канаде 20 % всей новой инфраструктуры разработано, построено и управляется частным сектором, а во Франции два основных оператора ГЧП обеспечивают 60% переработки отходов, 62 % водоснабжения и 75 % городского центрального отопления страны [11, с. 2]. Европейский опыт показывает, что максимальное количество соглашений в сфере ГЧП в настоящее время реализуется в сфере образования (34 %), транспорта (21 %) и здравоохранения (17 %) [12, с. 14].

Хотя в РФ, впрочем, как и в мире, нет ни общепринятого, ни законодательного определения государственно-частного партнерства, в своей деятельности Внешэкономбанк руководствуется следующей дефиницией: государственно-частное партнерство – это привлечение органами государственной власти и местного самоуправления компаний частного сектора для выполнения ими работ по новому строительству, реконструкции, модернизации, техническому обслуживанию, эксплуатации объектов общественной инфраструктуры и предоставлению публичных услуг с использованием таких объектов на условиях разделения рисков, компетенций и ответственности, определяемых контрактом и совокупностью нормативных актов, действующих на момент его подписания [13, с.28]. Стандартно государственно-частное партнерство (ГЧП) рассматривается как инструмент развития практически всех видов инфраструктуры как на федеральном, так и на региональном уровне, кроме чисто технико-технологических ее видов в рамках конкретных предприятий, принадлежащих действующим частным или государственным компаниям и корпорациям. Обеспечение услугами инфраструктуры является прямой обязанностью национальных и региональных правительств, которые, конечно, ищут возможности для привлечения к решению этой проблемы ресурсы частного-предпринимательского сектора. Таким образом, учитывая, что сами эти услуги являются частными по своей природе, а бюджетные ресурсы правительств ограничены, государственные структуры обязаны для полного обеспечения услугами инфраструктуры всего общества кооперировать с частным сектором, разделяя с ним риски на базе четкого разделения ассигнований, ответственности и доходности между государственным и частным секторами, с одной стороны, и наемными работниками – с другой [14, с. 48–49].

Однако, помимо чисто инфраструктурных проблем, государственно-частной партнерство является эффективным инструментом и в других сферах, где наблюдаются необходимость контроля результатов деятельности со стороны общества (местного социума), объединение ресурсов государственного и частного секторов и распределение ответственности и рисков между государственной и частной сторонами партнерства. К таким сферам относится и развитие геотнэкономического потенциала региона. Применительно к данной проблематике периферийных регионов можно выделить следующие основные направления развития государственно-частного партнерства: стимулирование расширения внешнерегиональных (международных и межрегиональных) связей, проявляющихся в увеличении торгового оборота и обмена туристами; стимулирование развития этно-ориентированных видов экономической деятельности (мелкотоварного производства, а также в этно-культурной сфере); развитие внутренней инфраструктуры (транспортной, складской, связи, ЖКХ и др.); развитие инфраструктуры поддержки этно-ориентированных видов предпринимательства, в том числе, малого. В мировой практике к настоящему времени сложились разнообразные модели и формы реализации государственно-частного партнерства. В зависимости от того, какое из

вышеназванных направлений развития геоэтноэкономического потенциала региона рассматривать, можно предложить различные формы государственно-частного партнерства для их реализации.

Использование разнообразных форм государственно-частного партнерства будет способствовать активизации населения в данных сферах деятельности. Естественно, реализация этой программы потребует поддержки со стороны региональных и местных органов власти, а также привлечения существенных частных ресурсов в развитие соответствующей инфраструктуры. В целом это приведет к стабилизации социально-экономической ситуации, повышению занятости населения, расширению рынков сбыта, и, как следствие, к увеличению темпов роста всей региональной экономики в целом.

Список использованной литературы:

1. Игонина Л.Л. Принципы организации муниципальных финансов // Финансы. 2003. № 8.
2. Статистика малого и среднего предпринимательства России: 2010–2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://rcsme.ru/ru/statistics> (дата обращения: 22.04.2015).
3. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://smb.gov.ru/statistics/officialdata> (дата обращения: 22.01.2015).
4. Агабекян Р.Л. Феномен неформальной занятости в российской экономике // Теория и практика общественного развития. 2013. № 1. С. 297–300.
5. Маркарян В.Р., Молчан А.С. Факторы устойчивого развития региональных социально-экономических систем в условиях глобализации экономического пространства // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – №01(095). – IDA [article ID]: 0951401037. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2014/01/pdf/37.pdf>, 0,625 у.п.л.
6. Есюнина А.А. Особенности менталитета русской нации // IV Международная студенческая электронная научная конференция "Студенческий научный форум 2012". 15 февраля – 31 марта 2012. - Режим доступа: <http://rae.ru/forum2012/pdf/1638.pdf>.
7. Игонина Л.Л. Экономическая безопасность России в системе макроэкономических инвестиционных критериев // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. № 2. С. 49-57
8. Филиппченко А.М. Национальный менталитет как институциональный фактор экономического развития Российской Федерации: Дис. канд. экон. наук. Москва, 2002. - РГБ ОД, 61:03-8/350-6.
9. Игонина Л.Л. Конкурентоспособность национальной экономики: инновационные императивы и финансовые регуляторы // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 7. С. 12-20.
10. Дерябина М.А. Теоретические и практические проблемы государственно-частного партнерства / Доклад по проектам РГНФ № 06-02-00189а и № 04-02-00131а.// Материалы сайта «ГЧП». – Режим доступа: <http://pppinrussia.ru>.
11. Интернет ресурс: www.mk.ru/authors/page/219717-krichevskiy-nikita.html.
12. Игонина Л.Л. Экономика и финансы: диалектика взаимосвязи // Альтернативы. 2013. № 1 С.27-34.
13. Баженов А.В. Развитие государственно-частного партнёрства в России // IDCD. Публично-приватное партнёрство. – 2012. – С. 104.

14. Краснополский Б.Х. Государственно-частное партнерство и инфраструктура в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Северо-Восточной Азии // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. - № 1 (46). - 2011. – С. 48-49.

© В.Р.Маркарян, 2015

УДК 33

О.В. МИРОНОВА

Ассистент кафедры Экономики и Менеджмента
Таганрогского филиала
Российского Государственного Социального Университета
г. Таганрог, Российская Федерация

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РАМКАХ РОССИЙСКОГО ОПЫТА

Нет богатой России без богатой провинции, города, района, поселка [7, с.11]. А богатство провинции невозможно без функционирования эффективной системы местного самоуправления. Местное самоуправление – это не только основа государственного устройства, также это связующее звено между народом и властью, и, главным образом, это механизм рационального и результативного хозяйствования территориального пространства. Данная система власти и принципы ее организации многократно подвергались значительным преобразованиям в нашей стране, и в настоящее время продолжается поиск оптимальной модели организации системы местного самоуправления.

Поэтому будет целесообразным подходом в работе обратиться к административно-муниципальному и территориальному опыту преобразований через обзорное рассмотрение исторических этапов создания и развития института местного самоуправления в России. Автором выделено восемь основных этапов эволюционирования института местного самоуправления, а именно: период средневековых княжеств, период царствования Ивана Грозного, период императорства Петра I, период правления Екатерины II, период царствований Александра II и Александра III, советский период, постсоветский период и современный период. Результаты проведенного анализа посредством систематизации исторических периодов становления системы местного самоуправления представлены в таблице, где в левой части обозначены названия этапов и их временные рамки, а в правой части представлено базовое содержание выделенных этапов с позиции административных и территориальных изменений страны.

Основные этапы эволюционирования института местного самоуправления

Название этапа	Временные рамки	Основное содержание этапа
<i>Период средневековых княжеств</i>	XI – XIII вв.	Изначально было сформировано «вече» или орган народного собрания, посредством которого население решало социально-экономические проблемы. В этот же период возникла система наместничества, при которой центральная власть избирала наместника для решения вопросов

		местного значения на определенных территориях. Финансирование принимаемых решений наместником и расходы на его содержание осуществлялись за счет местного населения.
<i>Период царствования Ивана Грозного</i>	Вторая половина XVI в.	В результате проведения земской реформы на основе Указа Ивана Грозного от 1555 г. систему кормлений отменили. Вместо нее были организованы земские и губные избы или сословно-представительские органы, исполнявшие, главным образом, функции сыска, суда и сбора налогов.
<i>Период императорства Петра I</i>	Первая четверть XVIII в.	Земские и губные избы реорганизованы в магистраты и ратуши. Значительно расширился круг полномочий новых органов власти (полицейский контроль, управление городским хозяйством, поддержка народного образования, развитие ремесел и мануфактур). Для этого этапа характерна повышенная централизация власти. С позиции административно-территориального устройства Россия была поделена на губернии, которые делились на доли. В 1708 г. Россия состояла из семи губерний. С 1719 г. в России сложилось трехуровневое государственное устройство – губернии, провинции, дистрикты.
<i>Период правления Екатерины II</i>	Вторая половина XVIII в.	На данном этапе начали формироваться органы городского самоуправления (Жалованная грамота городам 1785 г.). Вопросы местного самоуправления регулировались актами «Учреждение о губерниях» от 1775 г., «Жалованная грамота дворянства» от 1785 г. Для решения вопросов местного значения были созданы магистраты, общая городская дума, а также введены должности городничего и полицмейстера. В роли сословно-представительских органов, регулирующих местное развитие, выступали губернские и уездные дворянские собрания под руководством своих предводителей.
<i>Период царствований Александра II и Александра III</i>	Вторая половина XIX в.	В результате проведения земской и городской реформ в 90-е гг. XX в. формируется институт земства, наделенный административными, финансовыми и судебными полномочиями. В ходе реформы около 200 крупных сел преобразованы в города. Главой уездного города выступал городничий, назначавшийся Сенатом. Губернии объединяются в наместничества, состоящие из двух или трех губерний каждая. Наместничества в свою очередь подчиняются Сенату и прокурорскому

		надзору. В XIX веке в систему административно-государственного устройства вводятся еще две таксономические единицы – генерал-губернаторство и область. В этот период Россия делится на 51 губернаторство и 20 областей. После отмены крепостного права в 1861 г. волость выступала единицей сословного крестьянского управления, утратила самостоятельность в 1889 г. после создания института земских участковых начальников.
<i>Советский период</i>	Начало-конец XX в.	С приходом советской власти в 1917 году прежние городские и земские учреждения ликвидированы. Для управления на местах были созданы местные советы. По Конституции РСФСР от 1918 года в состав государственных органов власти входили: областные съезды советов, губернские съезды советов, уездные съезды советов, волостные съезды советов, городские и сельские советы. В период реализации новой экономической политики советам была предоставлена самостоятельность в решении местных проблем, вышестоящая власть в их ведение передала сферу жилищно-коммунального хозяйства, благоустройство территорий и дорог, пожарное дело, общественный транспорт. В 1929 г. произошло упразднение уездов и волостей в республику или округ, формирование территорий происходило, главным образом, по национальному признаку. Конституция РСФСР 1937 г. значительно преобразовала систему государственных органов власти, переименовав все органы власти, в том числе на местах, в советы. Но главное изменение заключалось в том, что советы на местах полностью утратили самостоятельность и свободу в принятии решений, и таким образом стали исполнителями воли вышестоящих советов. Закон СССР «Об общих началах местного самоуправления и местного хозяйства в СССР» 1990 г. и закон РСФСР «О местном самоуправлении в РСФСР» 1991 г. предполагали возрождение самостоятельности органов местной власти от структур центральной власти и формирование института местного самоуправления как такового.

<i>Постсоветский период</i>	1995 – 2005 г.	Приняты следующие законодательные акты, способствующие становлению института местного самоуправления в современной России: федеральный закон «Об обеспечении конституционных прав граждан РФ избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» 1996 г., федеральный закон «О финансовых основах местного самоуправления в РФ» 1997 г., «Об основах муниципальной службы в РФ» в 1998 г., Указ Президента РФ «Об утверждении основных положений государственной политики в области развития местного самоуправления в РФ» от 15.10.1999 г. №1370. Для институционального закрепления сотрудничества органов местного самоуправления с органами государственной власти были созданы Совет по местному самоуправлению в РФ, возглавляемый Президентом России, и Совет руководителей органов местного самоуправления по проблемам социально-экономической реформы при Правительстве РФ. В 2003 году был принят новый Федеральный закон "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" N 131-ФЗ, инициировавший проведение муниципальной реформы и окончательно вступивший в силу с 1 января 2009 года.
<i>Современный период</i>	с 2006 г.	На сентябрь 2006 года был завершен первый этап муниципальной реформы: сформирована новая система муниципальных образований (субъект РФ делится на городские округа и муниципальные районы, муниципальные районы в свою очередь делятся на поселения и межселенные территории, поселения же подразделяются на городские и сельские). Прошли выборы органов местного самоуправления, скорректированы уставы муниципальных образований к требованиям нового законодательства. С 2009 г. завершилось проведение муниципальной реформы, изменивший принципы территориальной организации местной власти, муниципально-правовые акты, экономическую основу местного самоуправления, расширены вопросы местного значения, произошло разграничение в полномочиях между органами местного самоуправления. Получило глубокое развитие межмуниципальное сотрудничество как

		автономный механизм местной власти, цель которого достижения социально-экономического развития территорий, имеющий экономическое и юридическое подкрепление со стороны государства.
--	--	---

Результаты проведенного анализа подтверждают, что поиск идеальной модели административного и территориального устройства страны велся постоянно. Административно-муниципальные преобразования были всегда непосредственно связаны со сменой политического режима власти, экономического уклада в обществе, периодов правления государственных деятелей и великих реформаторов. Поэтому со сменой исторических этапов институт местного самоуправления не раз подвергался разного рода коренным трансформациям.

Для первого этапа или периода средневековых княжеств характерно появление в XI-XIII веках на Руси местной системы самоуправления, когда население решало социально-экономические проблемы посредством «вече» или народного собрания. В этот же период возникла система кормления, когда князья отправляли вместо себя своих наместников для осуществления политического и хозяйственного контроля на принадлежащих им территориях.

Далее, на втором этапе, т.е. в период царствования Ивана Грозного система местного самоуправления была существенно изменена в результате проведения земской реформы в 1555 году и отмены системы кормления. В результате чего возникли сословно-представительские органы, а именно, губные избы, осуществляющие функции сыска и суда, и земские избы, контролирующие сбор налогов.

Третий этап — эпоха императорства Петра I, когда земские и губные избы были преобразованы в магистраты и ратуши, т.е. новые сословно-представительские органы.

Справедливости ради необходимо отметить, что по сравнению с прежними земскими избами круг полномочий городского магистрата был существенно расширен. Они ведали полицией, городским хозяйством, свалками, начальным образованием, приютами, сиротскими домами, были обязаны способствовать развитию ремесел и мануфактур [9, с.36].

Четвертый этап или период правления Екатерины II связан с проведением губернской и городской реформ, основные положения которых заимствованы из зарубежного опыта в области административного и муниципального управления.

Радикальная реформа городского самоуправления была проведена в конце XVIII в. Вышли в свет законодательные акты, определяющие и закрепляющие отдельные принципы местного самоуправления на территории Российской Империи: Учреждение о губерниях (1775–1780 гг.) и Жалованная грамота на права и выгоды городам Российской Империи (Городовое положение 1785 г.). Грамота закрепляла право собственности города на принадлежавшие ему земли иметь школы, мельницы и целый ряд других заведений, устраивать ярмарки, устанавливать места и время для торговли. Каждый город должен был иметь свой герб, строиться по утвержденному императором плану [13, с.113].

Основное направление реформы — изменение административно-территориального устройства страны, заключавшееся в двухуровневом административном делении на губернии и уезды. Во главе нескольких губерний находился наместник или генерал-губернатор, наделенный широкими административными, финансовыми, судебными и другими полномочиями.

В начале 19 века губернаторство стало повсеместным и основным звеном местного самоуправления, превратившись во всеисильный провинциальный институт самовластия. Характерной особенностью местного самоуправления второй половины 19 века стало расширение и укрепление ведомственной вертикали. Высшие органы власти получили прочную связь с министерствами, регулирующими ведомственное отраслевое управление, и другими центральными ведомствами, а те, в свою очередь, с административными учреждениями на местах. В уездах функционировали различные распорядительно-исполнительные органы центральных, губернских ведомств, различные присутствия [12, с.112].

Пятый этап — это период царствований российских императоров Александра II и Александра III. Крепостное право, существовавшее еще на момент правления Александра II, являлось тормозом развития России, для его отмены необходимо было проводить реформы всей системы управления, в т.ч., радикально менять систему местной власти. Городовое положение 1870г. вводило в городах России первый раз реальное, хотя и слабое МСУ с выборными органами, объемом полномочий и необходимых материальных ресурсов. В это же время судебная власть отделяется от административной. Земская реформа 1864г. вводила в России хотя и подконтрольные государству, но все-таки в значительной мере самостоятельные органы местного самоуправления (земства) [8, с.71].

Шестой или советский этап, так называемый согласно приведенной классификации развития института местного самоуправления, полностью приходится на период коммунистического правления государством. Главным образом, было создано государство советов, в котором советы и их исполкомы выступали как коллегиальные представительные органы власти.

Местные органы советской власти копировали работу верховных и были бесправны на подведомственной им территории, где им по закону принадлежала вся полнота властных функций. Существовавшая в стране система советов имела мало отношения к местному самоуправлению, была лишь звеном в системе органов государственной власти. У местных советов никогда не существовало собственной компетенции. Их главной задачей всегда была реализация решений вышестоящих органов. Они не имели собственности, а их бюджеты были по существу сметами расходов, доводимыми до них с более высокого уровня. Местные Советы были властью «декоративной», реальная же власть была сосредоточена на ином уровне и в иных органах — райкомах КПСС [12, с.113].

С развитием частной собственности, предпринимательства и приватизации государственного имущества в начале 90-х годов XX века отношение государства к местному самоуправлению изменилось и была предоставлена свобода местным органам власти с принятием в 1991 году закона РСФСР «О местном самоуправлении в РСФСР».

Постсоветский или седьмой этап преобразований системы местного самоуправления - это прекращение деятельности системы советов и вступление в силу закона №154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» от 28.08.1995 г., а также федерального закона «Об обеспечении конституционных прав граждан РФ избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» 1996 г., федерального закона «О финансовых основах местного самоуправления в РФ» 1997 г., «Об основах муниципальной службы в РФ» в 1998 г., Указа Президента РФ «Об утверждении основных положений государственной политики в области развития местного самоуправления в РФ» от 15.10.1999 г. №1370. Таким образом, был принят ряд законодательных актов, способствующих возрождению после падения коммунистического строя системы местного самоуправления в новом сложившемся государстве.

Современный или восьмой этап на основе составленной классификации начинается с 2006 г., т.е. с момента вступления в силу первой части нового федерального закона № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» от 24.09.2003 г. в рамках проведения муниципальной реформы. Данный законодательный акт полностью вступил в силу с 1 января 2009 г.

По новому закону, местное самоуправление в Российской Федерации определяется как форма осуществления народом своей власти, обеспечивающая в пределах, установленных Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, а в случаях, установленных федеральными законами, - законами субъектов Российской Федерации, самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов местного значения исходя из интересов населения с учетом исторических и иных местных традиций[2, ст.1, п.2].

В Конституции РФ закреплено, что органы местного самоуправления самостоятельно управляют муниципальной собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы, осуществляют охрану общественного порядка, а также решают иные вопросы местного значения[1, гл.8, ст.132].

Благодаря положениям нового закона о местном самоуправлении существует четкое разграничение полномочий органов местной власти по решению вопросов местного значения.

Редакцией Закона от 28 августа 1995 года была установлена единая для всех муниципальных образований безотносительно к их видам компетенция, включающая как вопросы местного значения, так и отдельные государственные полномочия (статья 6). Это приводило к тому, что, к примеру, и такой крупный город, как Рязань, и Ухоловский район, и Полянское сельское поселение должны были решать один и тот же круг вопросов независимо от того, располагают ли они необходимой инфраструктурой, материальными и финансовыми ресурсами [14, с. 208].

Муниципальная реформа затронула и структуру административных органов власти, внося существенные корректировки в их перечень и порядок формирования.

Если Закон № 154-ФЗ устанавливал альтернативные возможности создания этих органов, отдавая окончательное решение организационных вопросов на усмотрение муниципалитетов и их населения (кроме обязательных представительных органов), то новый закон жестко определяет перечень основных органов местного самоуправления, а именно: представительный орган, глава муниципального образования, местная администрация и контрольный орган, причем первые три определяются как обязательные [14, с. 212].

Резюмируя вышеизложенное, необходимо подчеркнуть, что закон №154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» от 28.08.1995 г. имел ряд существенных недостатков, связанных с организацией системы местного самоуправления на всех уровнях государственной власти, к которым можно отнести следующие: отсутствие требований законодателя об обязательной организации местного самоуправления на территориях; отсутствие различий в полномочиях местных органов власти в зависимости от размеров территорий и численности их населения; отсутствие сбалансированной системы межбюджетных отношений и эффективных механизмов перераспределения доходов между муниципалитетами; отсутствие конкретных предписаний в выборе территориальной основы для местного самоуправления; отсутствие взаимодействия между населением и органами местной власти в силу их удаленности друг от друга.

Реализация федерального закона № 131-ФЗ во многом устранила вышеперечисленные недостатки в системе местного самоуправления. Однако, современная модель самоуправления, представленная в нормативно-правовых актах как институт

народовластия с достаточной финансовой базой для выражения собственной инициативы и потенциалом автономного достижения местных целей и задач, не является таковой на практике. Следует особо выделить, что влияние Советской эпохи продолжает отражаться над современным состоянием формирования порядка и принципов работы органов самоуправления, которые полностью подконтрольны вышестоящей власти и, по сути дела, являются исполнителями ее воли. Логично предположить, что местная власть при наличии бюджета с высоким уровнем дотаций и субвенций из федерального и регионального бюджетов не может представлять интересы населения на вышестоящем уровне и оказывать в полном объеме муниципальные услуги.

Таким образом, проблема финансовой зависимости муниципалитетов по-прежнему занимает центральное место в развитии экономики местного уровня. Разными авторами предлагается решение данной проблемы. Так, *Олег Чиркунов* в одной из статей своей книги «Государство и конкуренция» рассуждая на тему неравенства в социально-экономическом развитии муниципалитетов, приходит к выводу, что для достижения финансовой независимости муниципальные образования должны, в первую очередь, обладать необходимой к тому мотивацией, самостоятельно выстраивать политику формирования бюджетной базы и систему оказания муниципальных услуг для населения; а размер полученных налогов и платежей за оказанные услуги будет служить стимулятором для местной власти к дальнейшему социально-экономическому развитию территории.

Не менее интересный подход к решению проблемы финансовой зависимости муниципалитетов предлагает *Бухвальд Е.М.*: муниципалитеты, чьи бюджеты в течение 10–15-летнего периода не имеют перспектив выхода из глубокой дотационности, должны быть ликвидированы путем присоединения к другим муниципальным образованиям. Население от этого только выиграет. Другое дело, что данный вопрос в итоге должен решаться не чиновниками «сверху», а самим населением через инструменты «прямой демократии», на основе оценки гражданами «баланса», с одной стороны, выгод и преимуществ, а с другой – риска и ответственности существования самостоятельного муниципального образования, когда население берет на себя основную ответственность за судьбу территории и ее развитие [6, с. 66].

Другой немаловажной проблемой для муниципалитетов является асимметричность социально-экономического развития территорий, которая всегда играла роль слабого звена в российской экономике. Неравномерность в развитии и уровне доходов локалитетов непосредственно связана с явно выраженной дифференциацией инвестиционных, трудовых, предпринимательских, материально-сырьевых и финансовых ресурсов региона.

Поэтому в российской практике местного самоуправления с принятием федерального закона № 131-ФЗ получило большое распространение межмуниципальное сотрудничество или взаимодействие, как сильный и автономный механизм местной власти, имеющий экономическое и юридическое подкрепление со стороны государства, цель которого заключается в достижении достойного уровня социально-экономического развития территорий.

Само понятие межмуниципального сотрудничества пришло в отечественное законодательство после ратификации Российским государством в 1998 году Европейской хартии о местном самоуправлении. Хотя есть некоторые исследователи, которые полагают, что межмуниципальное сотрудничество стало зарождаться в нашей стране задолго до ратификации Европейской хартии о местном самоуправлении. Так, *Петухов Р.В.* отмечает, что первая в истории российского местного самоуправления попытка комплексного нормативно-правового регулирования организации межмуниципального сотрудничества связана с деятельностью Временного правительства, т.е. утверждение Временным

правительством в июне 1917 года Положения о Всероссийском земском союзе и Правил о товариществах, союзах и съездах земских учреждений, городских и поселковых управлений. Содержавшиеся в них нормы могли стать правовой основой для организации межмуниципального сотрудничества на соответствующем историческом этапе.

Согласно закону №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ», в целях объединения финансовых средств, материальных и иных ресурсов для решения вопросов местного значения могут быть образованы межмуниципальные объединения, учреждены хозяйственные общества и другие межмуниципальные организации в соответствии с федеральными законами и нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований. В этих же целях органы местного самоуправления могут заключать договоры и соглашения. Сотрудничество территорий открывает для них новые возможности в развитии и процветании, что выражается в строительстве совместных предприятий, дорог, больниц, библиотек, школ, детских садов; обмене управленческим опытом и совместной подготовке муниципальных кадров; объединении потребительских рынков, рынков труда, недвижимости, туризма, информации и технологий и т.д.

На современном этапе исследователями в области экономики, социологии, права, управления, политологии и других наук дано достаточно большое число определений межмуниципальному сотрудничеству или кооперации. Обратимся к некоторым из них.

Арумова Е.С. определяет межмуниципальное сотрудничество как процесс взаимодействия органов публичной власти с заинтересованной общественностью, в корне которого лежит согласование по поводу способов реализации интересов в решении ключевых проблем местного сообщества [4].

Петроградская А.А. полагает, что межмуниципальное взаимодействие - целенаправленная, институционально оформленная система согласованных действий органов местного самоуправления, охватывающая два и более муниципалитета, направленная на эффективное решение вопросов местного значения (горизонтальный срез определения) и на согласованное представительство интересов муниципальных образований на всех уровнях государственной власти с целью социально-экономического развития территории (вертикальный срез) [11].

Михайлова М.А. излагает следующее, что под межмуниципальным сотрудничеством предлагается понимать совместную деятельность муниципальных образований, выражающуюся в специфических организационно-правовых формах, как в целях взаимодействия, выражения и защиты общих интересов муниципальных образований, так и в целях объединения финансовых средств, материальных и иных ресурсов для решения вопросов местного значения [10].

Барабаш Е.С. трактует межмуниципальное взаимодействие с позиции вертикального и горизонтального срезов — межмуниципальное взаимодействие целенаправленная, институционально оформленная система согласованных действий органов местного самоуправления, охватывающая два и более муниципалитета, направленная на эффективное решение вопросов местного значения (горизонтальный срез определения) и на согласованное представительство интересов муниципальных образований на всех уровнях государственной власти с целью социально-экономического развития территории (вертикальный срез) [5].

Несмотря на разность формулировок исследуемой дефиниции всех ученых объединяет единство управленческого, институционального, комплексного и системного подходов к определению. На основе чего, автор полагает, что через совокупность перечисленных подходов раскрывается сущность межмуниципального взаимодействия как

институционально закреплённая, взаимосвязанная и взаимообусловленная деятельность органов местного самоуправления, направленная на комплексное решение проблем функционирования и развития территорий.

В РФ межмуниципальное взаимодействие представлено тремя основными моделями или формами — ассоциативной, договорной и хозяйственной. Рассмотрим подробнее каждую из них.

В рамках ассоциативной формы межмуниципального сотрудничества реализуются как прямо регламентированные Федеральным законом № 131-ФЗ варианты взаимодействия, так и варианты, способ реализации которых хотя и допускается законом, но требует дополнительной детализации со стороны самих участников. Так, в соответствии с положениями статей 66, 67 Федерального закона № 131-ФЗ в каждом субъекте Российской Федерации предусматривается образование советов муниципальных образований субъекта Российской Федерации, помимо этого может быть образовано единое общероссийское объединение муниципальных образований [3, с. 9].

Таким образом, ассоциативная форма сотрудничества, как обязательная, представлена на всех государственных уровнях: региональный уровень — совет муниципальных образований, федеральный уровень — Единое общероссийское объединение муниципальных образований (Конгресс).

Одной из первых в нашей стране стала Ассоциация сибирских и дальневосточных городов, созданная в 1986 году, основной целью которой является способствование социально-экономическому развитию муниципалитетов, организация местного самоуправления и межмуниципального сотрудничества.

Главными направлениями в деятельности практически каждой ассоциации являются: принятие участия в формировании законодательной базы, связанной с местным развитием территорий; выявление и поиск решения проблем состояния и развития территорий; анализ и распространение лучших образцов муниципального управления социально-экономическим развитием локалитетов; организация обмена административным опытом посредством проведения семинаров и конференций для глав и других уполномоченных представителей муниципальных образований; сбор и обработка информации о социально-экономическом состоянии территорий; представление интересов муниципалитетов на федеральном и региональном уровнях; способствование консолидации локальных ресурсов или территориальному преобразованию для общего решения местных проблем.

Еще одна форма межмуниципального сотрудничества — договорная, основная цель которой заключение соглашений между муниципальными образованиями по делегированию полномочий на вышестоящий уровень власти или по обмену управленческой, культурной, методологической, организационной, финансово-экономической и другой информацией в рамках норм гражданского законодательства. Таким образом, контроль и регулирование договорных отношений между муниципалитетами базируются на гражданском праве.

Существует следующий порядок в подготовке и реализации межмуниципальной договорной формы сотрудничества. Договор о межмуниципальном сотрудничестве, как правило, заключается главой муниципального образования. Для того, чтобы заключить межмуниципальный договор, необходимо предоставить обоснование о необходимости его заключения с указанием планируемых направлений сотрудничества и местных вопросов, которые будут решаться. В документе об обосновании необходимо также заранее определить сумму бюджетных средств для реализации полномочий местных властей, к которым зачастую относят организацию тепло-, электро-, водоснабжения; медицинское обеспечение; строительство и ремонт школ и детских садов; обеспечение жильем молодых

семей и льготных категорий граждан; реализация мер по гражданской обороне и предупреждению чрезвычайных ситуаций и т.д. Вступление в силу договора возможно только при выделении указанной суммы бюджетных средств. Исполнение заключенных межмуниципальных договоров и соглашений обеспечивается органами местного самоуправления в соответствии с их компетенцией. Решение об изменении или расторжении межмуниципального соглашения или договора принимается главой муниципального образования в соответствии с действующим законодательством.

Хозяйственная форма межмуниципального взаимодействия предполагает создание совместных хозяйствующих субъектов в виде ЗАО, ООО и совместных автономных некоммерческих организаций, фондов с уставным капиталом, формируемым муниципалитетами-участниками.

Деятельность межмуниципальных хозяйствующих субъектов регулируется в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 26 декабря 1995 года № 208-ФЗ «Об акционерных обществах», Федеральным законом от 8 февраля 1998 года № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», иными федеральными законами и подлежат государственной регистрации в соответствии с законом от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». Некоммерческие организации муниципальных образований должны осуществлять свою деятельность в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 12 января 1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», иными нормативными правовыми актами. Также органы местного самоуправления могут выступать соучредителями межмуниципального печатного средства массовой информации.

Межмуниципальные организации создаются на основе решения муниципального образования об учреждении, уставной и учредительной документации и за счет внесенных средств участниками в уставный капитал. Субъектами или участниками в межмуниципальном хозяйственном сотрудничестве могут выступать городские и сельские поселения, муниципальные районы, городские округа.

Основными целями межмуниципального хозяйственного сотрудничества будут являться реализация инвестиционного, технологического, социального и других проектов в сфере инженерной и социальной инфраструктуры. К базовым направлениям рассматриваемой формы сотрудничества относят: организацию электро-, тепло-, газо- и водоснабжения населения; водоотведение; снабжение населения топливом; организация транспортного обслуживания населения; создание условий для обеспечения населения услугами связи, общественного питания, торговли и бытового обслуживания; организация, сбора, вывоза, утилизации и переработки бытовых и промышленных отходов; организация ритуальных услуг и содержание мест захоронения; строительство, содержание и ремонт автомобильных дорог и т.д.

Для хозяйственной формы межмуниципального сотрудничества также присущ определенный порядок создания и реализации на практике. Так, главой муниципального образования принимается решение о создании межмуниципальных хозяйствующих субъектов, о выходе из них, об их реорганизации и ликвидации. Для принятия решения об учреждении межмуниципального хозяйствующего субъекта органам местной власти необходимо разработать и предоставить проект решения муниципального образования об учреждении межмуниципального предприятия или об участии в нем, учредительные документы, информацию о социально-

экономическом и финансовом положении муниципального образования, обоснование расходов на создание или участие в межмуниципальном хозяйствующем субъекте. После одобрения муниципальными образованиями решения о создании или участии в межмуниципальном хозяйственном обществе, утверждения состава учредителей и необходимых учредительных документов производится его государственная регистрация в соответствии с действующим законодательством.

Подводя итог авторскому исследованию, в том числе, рассмотрению всех трех форм межмуниципального сотрудничества в современной российской практике местного самоуправления, необходимо выделить, что каждая из них обладает рядом преимуществ и недостатков.

Так, среди преимуществ в создании ассоциации стоит отметить широкое распространение данной формы сотрудничества на всех государственных уровнях, возможность предоставления интересов муниципалитетов на федеральном и региональном уровнях, эффективность в налаживании связей и обмене опытом между органами местной власти. К недостаткам такой формы следует отнести: недостаточность мер стимулирования со стороны федерального и регионального правительств; отсутствие права судебной защиты совместных интересов муниципальных образований; отсутствие методической и экспертной поддержки со стороны государства; отсутствие права законодательной инициативы в законодательном органе власти субъекта РФ.

Для договорной формы сотрудничества основными преимуществами будут являться: возможность передачи полномочий на вышестоящий уровень власти; обмен необходимой управленческой информацией; создание совместных органов управления (например, создание координационных и консультационных советов); возможность согласования планов и целей социально-экономического развития территорий; реализация совместных программ и проектов; привлечение инвестиционных вложений; возможность оказания муниципальных услуг на более экономичных условиях за счет эффекта от масштаба; возможность обеспечения общественными благами населения, которые ранее были недоступны или доступны в ограниченном количестве; способность к консолидации ресурсов для решения общих проблем местного значения. Слабыми сторонами договорной формы сотрудничества можно считать — неразвитость законодательной базы в отношении регулирования данной формы сотрудничества; ресурсные ограничения муниципалитетов на сбор и подготовку документации, необходимой для исполнения данной формы сотрудничества; отсутствие возможности прямого контроля и управления по переданным полномочиям; несбалансированное распределение общественных благ и услуг; недоучет местных и территориальных особенностей; отстранение местной власти от населения.

При выборе хозяйственной формы сотрудничества важно учитывать, что ее главными преимуществами считаются эффективное предоставление муниципальных услуг населению; реализация социальных, инвестиционных, технических проектов, способствующих развитию социальной, инвестиционной инфраструктуры муниципалитетов; возможность «горизонтального сотрудничества» (между муниципальными образованиями одного уровня) и «вертикального» сотрудничества (между муниципальными образованиями разного уровня).

При рассмотрении недостатков данной формы следует учитывать, что виды межмуниципального хозяйственного сотрудничества законодательно ограничены (ЗАО,

ООО, НКО); деятельность органов местного самоуправления в форме межмуниципальных хозяйственных обществ законодательно не развита и не урегулирована (например, отсутствует порядок владения, пользования и распоряжения в отношении имущества межмуниципального хозяйственного общества); отсутствует возможность прямого регулирования и контроля над объединенными ресурсами и полномочиями; возможен недоучет всех местных, территориальных особенностей муниципальных образований, участвующих в межмуниципальном хозяйственном обществе.

Список использованной литературы:

1. Конституция РФ.
2. Федеральный закон № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» от 06.10.2003 г.
3. Методические рекомендации по организации межрегионального и межмуниципального сотрудничества в сфере реализации расходных полномочий и вопросов местного значения//Министерство регионального развития. Москва.2010.
4. Арумова Е.С. Организационные схемы и механизмы межмуниципального сотрудничества: автореф. дис. канд. эконом. наук: 08.00.05/Е.С. Арумова – Краснодар, 2012. – 27 с.
5. Барабаш Е.С. Межмуниципальное взаимодействие: потенциал и механизм реализации (на примере Южного Приамурья): автореф. дис. канд. эконом. наук: 08.00.05/ Е.С. Барабаш – Иркутск, 2012. – 24 с.
6. Бухвальд Е.М. Муниципальная реформа в России: мифы и реальность// Общество: политика, экономика, право. 2013. №1.
7. Муниципальное управление: Учеб. пособие для вузов/ А.Г. Гладышев, В.Н. Иванов, Е.С. Савченко и др.; Под общ. ред. В.Н. Иванова, В.И. Патрушева; Академия наук социальных технологий и местного самоуправления.- М.: Муниципальный мир, 2002. – 560 с.
8. М. Горный. Муниципальная политика и местное самоуправление в России / Учебное пособие. СПб: ГУ – ВШЭ СПб филиал, 2010. С.71
9. Иванова В.Н., Гузов Ю.Н., Безденежных Т.И. Технологии муниципального управления: Учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 396 с.
10. Михайлова М.А. Межмуниципальное сотрудничество при реализации полномочий муниципальных образований в городской агломерации: автореф. дис. канд.эконом. наук:08.00.05/ Михайлова М.А.– Иркутск, 2012. – 24 с.
11. Петроградская А.А. Правовое регулирование межмуниципального сотрудничества в Российской Федерации: автореф. дис. канд.юрид. наук:12.00.02/ Петроградская А.А.– Саратов, 2011. – 28 с.
12. Рогозина Р.Е. Местное самоуправление: история и современность (на примере Воронежской области)//Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология.2008. №2.
13. Фрумак И.В. Становление и развитие местного самоуправления в дореволюционной России: ретроспективный анализ// Вестник Камчатского государственного технического университета.2012. №20
14. Холопов В.А. Муниципальное управление, ориентированное на результат. – Рязань, Академия наук социальных технологий и местного самоуправления, 2011. – 530 с.
15. Государство и конкуренция: Статьи/ Олег Чиркунов; предисл. Е.Г. Ясина. – М.: Новое литературное обозрение, 2012. – 240:ил.

© О.В. Миронова, 2015

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы формирования компетенций персонала в индустрии гостеприимства, даны рекомендации по формированию компетенций выпускников в процессе подготовки, методика формирования и оценки корпоративных и функциональных компетенций персонала на предприятиях индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: компетентность, компетенции, требования должности, компетентностный подход, внутрифирменное обучение, индустрия гостеприимства, методы оценки, корпоративная культура, развитие потенциала.

Abstract: The article deals with the problem of the formation of skills of staff in the hospitality industry, provided recommendations on the formation of competencies of graduates in the process of preparation, method of formation and evaluation of corporate and functional competencies of staff in enterprises hospitality industry.

Keywords: competence, competence requirements of the position, competence approach, in-house training, hospitality, evaluation methods, corporate culture, the development potential.

Термины «компетентность», «компетенции» часто используются в научной литературе по проблемам совершенствования профессионального образования, методов оценки персонала, результативности труда и эффективности обучения, профессиональной ориентации и т. д. В настоящее время нет единого подхода к содержанию и практическому применению этих понятий.

Компетентность как новое направление в профессиональной подготовке появилось в 1970-х годах во многих западноевропейских странах. Термин «компетентность» подчеркивает, что обучение является не столько вопросом передачи и усвоения индивидуальных, технических или практических знаний, навыков и способностей (умений), сколько приобретением широко используемых, целостных переносимых умений, которые могут служить основой для дальнейшего развития личности индивида. Однако эта идея получила разное практическое воплощение во всех странах в Европе.

В начале 1980-х годов в Германии термин «компетентность» использовался в профессиональной деятельности для описания цели, которая должна быть достигнута в ходе начальной профессиональной подготовки. Этот учебный курс состоял из набора взаимосвязанных, комплексных технических и общих навыков, которые позволяли выпускнику успешно продолжить работу в компании на различных рабочих местах (профессиональная модель). Эта общая квалификация не может оставаться неизменной. Она должна развиваться, поскольку требования и условия бизнеса изменяются в соответствии с ожиданиями и интересами общества.

В Великобритании активно используется система так называемых ключевых компетенций. Ключевые компетенции - это важные специфические компетенции, которые используются в повседневной жизни, на рабочем месте или при получении профессиональной подготовки. Принятие правительством Великобритании списка

ключевых компетенций продиктовано давлением работодателей, заинтересованных в повышении качества рабочей силы и подготовке специалистов на фоне международных стандартов. Ключевые компетенции выполняют три функции. Во-первых, они помогают студентам обучаться, во-вторых, позволяют сотрудникам более гибко реагировать на запросы работодателей, в-третьих, помогают быть более успешными в дальнейшей жизни. Выделяют следующие основные компетенции:

1. Способность интерпретации численной информации, проведения вычислений и презентации выводов и заключений (Операции с числами).

2. Коммуникации – речевые компетенции, способность к восприятию информации на слух, чтению и письму.

3. Информационные технологии – владение компьютером для сбора, анализа и презентации представленной информации в виде текста, чисел и диаграмм.

4. Самообучение и самопрезентация – управление персоналом, способность к развитию карьеры и способности к обучению.

5. Работа с людьми – умение работать в коллективе при планировании и осуществлении деятельности, направленной на достижение общих целей.

Ключевые компетенции развиваются в деятельности, например, при выполнении должностных обязанностей, при прохождении программ профессиональной подготовки, при получении любых форм образования. После прохождения курса овладения ключевыми компетенциями кандидаты получают признание на национальном или корпоративном уровне.

Известный английский психолог Дж. Равен предлагает свою теоретическую модель компетентности, мотивации и поведения и новый подход к их оценке.

По мнению Равена, компетентность – это специфическая способность, необходимая для эффективного выполнения конкретного действия в конкретной предметной области и включающая узкоспециальные знания, особого рода предметные навыки, способы мышления, а также понимание ответственности за свои действия. Равен говорит о «высших компетентностях», предполагающих наличие у человека высокого уровня инициативы, способности организовать других людей для достижения поставленных целей, готовность оценивать и анализировать социальные последствия своих действий.

Таким образом, природа компетентности такова, что она может проявляться только в органическом единстве с ценностями человека, то есть при условии глубокой личной заинтересованности человека в данном виде деятельности. Для оценки компетентностей предлагается двухступенчатая модель: сначала необходимо выяснить, чем люди хотят заниматься, а затем – какие компоненты компетентности они в этой деятельности проявляют.

Соответственно, для оценки предлагается описательный подход, при котором людей следует различать:

- по приоритетным ценностям,
- по компетентностям, проявляющимся в интересующей их деятельности,
- по ценностям, которые подавляет или стимулирует их окружение,
- по интересам и компетентностям, к развитию которых ведет выполняемая профессиональная деятельность.

Дж. Равен выдвинул следующие положения:

- ценности актуализируются, и компетентности проявляются или подавляются в зависимости от обстоятельств, в которых находятся работники;
- работники только тогда обладают развитыми высокоуровневыми компетентностями, когда их опыт отвечает их ценностям (или, говоря более конкретно, они могут прекрасно

научиться чему-то, что они в данный момент не могут или не хотят делать, если это будет соответствовать ценностям);

- работники могут оказаться способными проявить высокоуровневые компетентности, которые они в данное время не проявляют, столкнувшись со значимой задачей и, полагая, что смогут с ней справиться.

На основе теории Дж. Равена, модель компетентности, включает их мотивационную базу, когнитивные, аффективные и волевые компоненты.

Во Франции под оценкой компетентности понимается анализ человеческих, профессиональных и личных компетенций человека, его способностей и мотивации с целью планирования профессионального обучения. Еще одно определение компетенции звучит так: это способности личности использовать и комбинировать общие и технические знания, использовать реальную практику (умения), свой реальный опыт и профессиональное поведение (интеллектуальное и коммуникативное) в данной ситуации. Компетентность предполагает две стороны – итог прошлого и план на будущее.

В науке выделяют три подхода в оценке компетентности:

- психологический, который построен на помощи клиенту, целью является эмоциональный позитивный настрой на лучшее выполнение работы;

- экономический, целью которого является быстрый поиск места работы;

- педагогический, целью которого – обучение по самостоятельному выбору. Обычно, все три подхода сочетаются в зависимости от проблемы. Основной целью оценки компетентности становится не терапия, а выбор профессионального плана (не «Кто я такой?», а «Что я буду делать?»). Французская национальная модель оценки компетентности включает в себя девять основных критериев:

- 1) обращающийся человек – активное лицо при проведении оценки компетентности;
- 2) цель проведения оценки – выработка профессионального профиля;
- 3) место проведения оценки должно быть обеспечено разными специалистами (по предметным, междисциплинарным параметрам);
- 4) место проведения оценки должно быть оснащено необходимыми оборудованием, информационно - методическим оснащением;
- 5) на каждой фазе проведения оценки должно быть как минимум одно собеседование с клиентом;
- 6) в заключительном документе должно быть описание профессионального профиля;
- 7) прием и информирование всех, желающих работать, оценка их компетентности с учетом требований должности;
- 8) обязательная помощь работникам после оценки компетентности после ее завершения;
- 9) помощь в составлении профессионального резюме, повышающие шанс найти работу.

Компетенция по Леботеру наблюдается в условиях реализации какой-либо деятельности в виде комбинации знаний, умений, навыков, а также прошлого и нового опыта.

Компетентность – это способность делать что-либо эффективно; способность удовлетворять требованиям к выполнению работы; определенных рабочих функций; соблюдать установленный стандарт, применяемый в какой-либо профессии.

Согласно глоссарию ЮНЕСКО этот термин звучит как «образование, основанное на компетентности», основанное на описании, изучении и демонстрировании знаний, навыков, поведения и отношений, требуемых для какой-либо определенной профессии или карьеры.

В России понятие компетентности на сегодняшний день также однозначно не определено. Первоначально значение «компетентность» рассматривалось как полномочия, ответственность, имело правовую направленность, что связано с развитием вертикальной

структуры организации. В настоящее время в отечественной литературе появилось определение компетенции как «единства знаний, профессионального опыта, способностей действовать и владеть навыками поведения человека, в конкретной производственной ситуации и должности».

Рассмотрим понятие компетентности с позиции развивающего обучения. Б. Д. Эльконин определяет его как «меру включенности человека в деятельность», отмечая, что «важно не наличие знаний, а возможность использовать их на практике». Анализируя подходы к обучению, ученый утверждает, что сам факт наличия знаний не задает пространство жизненного пути, не задает перспектив. По мнению Б. Д. Эльконина, умение определить границу своих возможностей и использовать опыт других людей (тексты), как ресурсы роста – это и есть образовательная компетенция.

Взгляд Е. А. Когана на компетентностный подход в образовании: Развитие бизнеса, информатизация, внедрение инноваций требует развития других способностей выпускников. Ведение компетенций – способ модернизировать систему образования в соответствии с теми задачами, которые ставит социальное окружение и бизнес. Необходимо оценивать ценность не качеств выпускника, а умений социального типа и акцентировать на этом внимание профессионального сообщества. Качество профессионального образования определяется тем, какие возможности возникают у человека при получении образования, какие профессиональные ценности он получает. Формирование компетенций – не требует смены содержания, а требует смены методов и технологий».

Многие ученые анализируют понятие «компетенция» во взаимосвязи с понятием – «квалификация». Они считают, что быстрые изменения многих профессиональных задач, связанных, в частности, с введением новых технологий, требуют новых квалификаций; а умений, обычно характеризующих выполнение какой-либо профессии, уже недостаточно. Нужно еще уметь предвидеть трудности, принимать решения, сотрудничать и координировать свою деятельность. Таким образом, понятие «компетентность» включает не только когнитивную и операциональную — технологическую составляющие, но и мотивационную, этическую, социальную и поведенческую».

Для того чтобы как-то упорядочить последующую трактовку компетентностей, необходимо разграничение компетентностей по сферам, полагая, что в структуре ключевых компетентностей должны быть представлены:

- компетентность в сфере самостоятельной познавательной деятельности, основанная на усвоении способов приобретения знаний из различных источников информации;
- компетентность в сфере гражданско-общественной деятельности (выполнение ролей гражданина, избирателя, потребителя);
- компетентность в сфере социально-трудовой деятельности (в том числе умение анализировать ситуацию на рынке труда, оценивать собственные профессиональные возможности, ориентироваться в нормах и этике взаимоотношений, навыки самоорганизации);
- компетентность в бытовой сфере (включая аспекты собственного здоровья, семейного бытия и проч.);
- компетентность в сфере культурно-досуговой деятельности (включая выбор путей и способов использования свободного времени, культурного и духовного развития)».

Авторы останавливаются также на понятии ключевых компетенций, как определяющих компетенций, потому что они соответствуют условиям реализации, которые являются до определенной степени универсальными, т. к. способны проявить себя в самых разнообразных ситуациях и условиях.

Такое широкое определение понятийного содержания компетентности существенно затрудняет ее измерение и оценку в качестве результата обучения, на что обращают внимание и сами разработчики.

Рассматривая формирование компетенций будущего специалиста в системе вузовского образования, можно говорить лишь о готовности выпускника к социально-профессиональной деятельности, что должно найти отражение в компетентностной модели.

Оценку качества знания в области социально-профессионального общения предлагается осуществлять наиболее распространенным средством – тестом. Применение знаний на практике (деятельностный компонент) оценивать с помощью решения коммуникативных (управленческих) задач. Для исследования способностей и личностных качеств, необходимых для социально-профессионального взаимодействия, целесообразно использовать средства психологической диагностики.

Компетенции персонала в гостинице можно выявить с помощью существующих моделей компетенций или адаптировать известные наборы профессионально важных качеств к конкретной должности.

Рекомендуем определять перечни компетенций для сотрудников гостиницы самостоятельно. Поскольку профессионально важные качества одного и того же специалиста в разных отелях могут быть различны или даже абсолютно противоположны. В службе персонала одной организации работнику необходимо использовать традиционные, даже консервативные методы. Наоборот, менеджер по персоналу в международном отеле должен иметь креативный и новаторский подход к работе. Поэтому список необходимых компетенций нужно разрабатывать непосредственно для каждой должности и гостиницы в соответствии со спецификой деятельности и корпоративной культуры компании.

Модель компетенции является основой для оценки соответствия компетенций работника и его психофизиологических качеств требованиям занимаемой должности, с целью определения направлений обучения и развития.

Внутрифирменное обучение на основе моделей компетенций может формировать кадровый потенциал на основе компетенций, оценивать сотрудников по компетенциям, развивать необходимые компетенции у сотрудников, формулировать компетенции корпоративной культуры.

Для мотивации работников внутрифирменному обучению на основе компетенций, по нашему мнению, необходимо планировать несколько уровней компетенций. Таким образом, находясь на любом уровне, работник четко понимает, какие знания и навыки ему необходимы в будущем, чтобы перейти на более высокий уровень (табл. 1).

Таблица 1

Уровни компетенции «Работа с клиентами» [3]

Уровни компетенции	Характеристика уровня
Уровень 1 (начинающий сотрудник отдела продаж) Умеет найти общий язык с людьми, проводит переговоры совместно с руководителем или	Уровень 3 (уверенный переговорщик). Способен оказывать влияние на противоположную сторону, поддерживает и активно развивает клиентскую базу.

коллегой, ограничен в принятии решений относительно работы с клиентами.	
Уровень 2 (самостоятельно проводит переговоры с клиентами). Действует строго в установленных рамках, поддерживает клиентскую базу	Уровень 4 (способен вести переговоры на высоком уровне) Может выступать как консультант и наставник в ведении переговоров, имеет полные полномочия при принятии решений в работе с клиентами.

Для должности «Менеджер по продажам» необходимо рассмотреть по уровням следующие компетенции: развитие бизнеса, профессионализм, работа с клиентами, ориентация на изменения, работа с людьми, работа в команде; лидерство, достижение результатов, бизнес-видение, постановка целей, принятие решений, качество работы, ответственность.

Таким образом, для определения потребности в обучении нужно на необходимый уровень компетенций наложить существующий уровень компетенций работника (рис.1) и определить какие компетенции нуждаются в развитии. Если существующие компетенции у работника меньше необходимых компетенций, то их следует развивать.



Рис. 1 Оценка компетенций работника
для определения развития необходимых компетенций

Если же существующий уровень компетенции сотрудников выше, чем требуемый, то сотрудника необходимо удерживать и формировать в кадровый резерв.

При отсутствии кадрового резерва на предприятии, сотрудника стоит привлекать как наставника, в качестве функционального тренера для обучения других сотрудников, чтобы избежать его увольнения.

Применение модели компетенций при оценке требуют соблюдения следующих определенных условий:

- определение цели оценки;
- соответствие выбранных процедур оценки целям;
- проведение оценки только квалифицированным персоналом;
- информирование работников о выгоде оценки;
- подготовка качественных ролевых игр, тестов, кейсов.

Классификация методов оценки компетенций работников отражена в табл. 2.

Таким образом, применяются следующие методы для оценки потребности в развитии компетенций работников:

1. Оценочные листы, анкеты (метод 3600). 3600 – это круговое оценивание, когда сотрудника оценивает руководитель, подчиненные, коллеги, сам себя. В оценочных листах указывают, какое поведение подчиненного необходимо для получения результата, какое поведение проявляется в работе.

Таблица 2

Методы оценки компетенций		
Вид	Компетенция	Методы оценки
Деловые	Стратегическое понимание Организация Решение проблемы	Деловая игра, групповая дискуссия, решение кейса. Деловая игра, решение кейса, групповая дискуссия, тестирование, презентация Деловая игра, групповая дискуссия, решение кейса
Корпоративные	Погруженность Соблюдение корпоративных норм	Оценка руководителя. Оценка руководителя и коллег «по отклонениям»
Профессиональные	В соответствии с должностью	Профессиональные задания и тесты
Коммуникационные	Работа в команде Ведение переговоров	Деловая игра, групповая дискуссия. Деловая игра, доклад, презентация.
Личностные	Гибкость. Стрессоустойчивость Принятие решений Лидерские способности.	Деловая игра, групповая дискуссия, решение кейса Деловая игра, интервью Деловая игра, групповая дискуссия, решение кейса Деловая игра

2. Интервью по компетенциям. Цель собрать стандарты поведения, как сотрудник чаще себя ведет и проявляется в разных сложившихся ситуациях.

3. Тестирование с целью оценки профессиональных знаний, психологическое тестирование.

4. Кейсы (ситуации для анализа, письменные задания). Чаще всего это индивидуальные задания, в которых предлагается изложить свое видение или решение ситуации.

5. Игры (ролевые, деловые). В ролевых играх анализируются в придуманной ситуации профессиональные качества сотрудника. В деловых играх участвует группа оцениваемых сотрудников, перед которыми ставятся цели, которые необходимо достичь).

6. Групповые упражнения, дискуссии, которые проводятся с целью обсуждения задачи, в итоге которой участники должны прийти к единому мнению.

В ходе оценочных процедур следует учитывать реально наблюдаемое поведение сотрудников, а не анализировать причины поведения. В группу экспертов оценочной комиссии обычно привлекаются как эксперты со стороны, так и внутренние.

Эффективная система внутрифирменного обучения и развития компетенций персонала на предприятии индустрии гостеприимства способствует тому, что персонал становится более лояльным и мотивированным к работе на данном гостиничном предприятии, заинтересованным в повышении своей квалификации и самообучении.

Список литературы:

1. Никольская Е.Ю. Саркисян М.С. Современные практические подходы к управлению персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма, В сборнике: «Инновационный вектор развития в условиях риска и неопределенности: новые задачи и пути их решения в экономике, проектном менеджменте, образовании» Сборник научных статей по итогам Международной научно-практической конференции. Негосударственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Санкт-Петербургский институт проектного менеджмента». Санкт-Петербург, 30-31 марта, 2015
2. Никольская Е.Ю., Шкурюпат М. Методика антикризисного управления персоналом в индустрии гостеприимства, Инновационная наука, 2015
3. Лайко М.Ю. Попов Л.А. Никольская Е.Ю., Обучение персонала на предприятиях индустрии гостеприимства, М.РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2009
4. Попов Л.А. Никольская Е.Ю. Организация гостиничного дела, М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2013
5. Попов Л.А. Никольская Е.Ю. Современные кадровые технологии в индустрии гостеприимства, М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2015
6. Никольская Е.Ю. Белавина Я. А. Компетентностный подход в управлении предприятием индустрии гостеприимства и туризма, Наука и мир, 2014 Т.2 №2 (6)
7. Ковалева Н.И. Никольская Е.Ю. Совершенствование профессиональной подготовки кадров в индустрии гостеприимства, Научный вестник МГИИТ, 2014 №5 (31)

© Е.Ю. Никольская, 2015

УДК 331.108.2

Е.Ю. Никольская, к.э.н., доцент

Н. В. Александрова, магистр

Российский Экономический Университет им. Г.В. Плеханова,

Российская Федерация, г. Москва, Стремянный пер. 36

НАУЧНО – ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация: в статье рассматриваются основные понятия, сущность и факторы, влияющие на производительность труда в индустрии гостеприимства, методы управления производительностью труда, а также даны рекомендации по повышению производительности труда.

Ключевые слова: гостиница, трудовая деятельность, методы управления, производительность труда, нормирование труда, эффективность использования персонала, выработка, трудоемкость.

The article discusses the basic concepts, nature and factors affecting labor productivity in the hospitality industry, the methods of performance management, as well as recommendations to improve productivity.

Keywords: hotel, work, management, productivity, labor rate, efficiency of personnel development, the complexity.

Вступление.

Гостиничный бизнес в новых экономических условиях, является одним из видов экономической деятельности, прямо или косвенно создает рабочие места и является важным средством пополнения казны иностранной валютой. Возникает необходимость комплексного рассмотрения проблем, связанных с повышением эффективности системы управления деятельностью гостиничных предприятий.

Проблема исследования заключается в том, что каждая гостиница уникальна, и разработка системы стимулирования к увеличению производительности труда, прежде всего, предполагает выявление и анализ особенностей корпоративной культуры (норм и ценностей, поддерживаемых членами коллектива), стиля управления, эмоциональной атмосферы в коллективе, уровня мотивации персонала. Данные, полученные в ходе анализа производительности труда, позволяют руководителю гостиничного предприятия выявить факторы, снижающие желание сотрудников работать и проблемы, требующие быстрого решения, а также обнаружить неиспользуемые ресурсы и трудовой потенциал.

1.1 Сущность производительности труда

Эффективность использования человеческих ресурсов гостиницы характеризует производительность труда, которая определяется количеством услуг/продукции, произведенной в единицу рабочего времени, или затратами труда на единицу произведенной продукции или выполненной работы.

Производительность труда - это показатель эффективности трудовой деятельности работников, отношение стоимости используемых ресурсов к стоимости произведенной продукции [6].

Производительность труда определяется отношением количества произведенных товаров и услуг к затратам труда. От производительности труда зависит развитие общества и уровень благосостояния населения.

Различают производительность живого и совокупного труда. Производительность живого труда определяется затратами рабочего времени в данном производстве, а производительность совокупного (общественного) труда затратами живого и общественного труда. По мере совершенствования производства, производительность труда увеличивается, но при этом величина затрат живого и общественного труда на единицу продукции уменьшается.

Производительность труда выступает как интенсивный фактор увеличения объема продукции; изменение массы затрат рабочего времени является экстенсивным фактором [2].

Уровень производительности труда измеряется выработкой продукции в единицу времени, и трудоемкостью изготовления продукции.

Основными показателями производительности труда на уровне предприятия являются показатели выработки и трудоемкости продукции.

Выработка - это количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени или приходящейся на одного среднесрочного работника в год (квартал, месяц). Это прямая величина производительности труда: она увеличивается при повышении производительности труда и уменьшается при ее снижении.

В гостиничных предприятиях в зависимости от единицы измерения объема производства различают три метода определения выработки - натуральный, стоимостной и нормированного рабочего времени [2].

Наиболее наглядно производительность труда характеризуется показателем выработки в натуральном выражении, измеряемой в тоннах, метрах и т. д. Если предприятие выпускает несколько видов однородной продукции, то выработка может быть выражена в условно-натуральных единицах. Натуральные показатели при определении выработки применяются на предприятиях таких отраслей промышленности, как газовая, угольная, нефтяная, электроэнергетика, лесная и др., а условно-натуральные - на предприятиях текстильной, цементной, металлургической, в производстве минеральных удобрений и т. д. Натуральные и условно-натуральные показатели наиболее объективно отражают производительность труда (выработку) на предприятии, однако их применение ограничивается лишь предприятиями, производящими однородную продукцию. На предприятиях, производящих разнородную продукцию, показатель выработки может исчисляться лишь в стоимостном выражении.

В стоимостном выражении выработку на предприятии можно определять по показателям валовой, товарной, реализуемой и чистой продукции в зависимости от области применения данного показателя.

На рабочих местах, в бригадах, участках и цехах, производящих разнородную и незавершенную продукцию, которую невозможно измерить ни в натуральных, ни в стоимостных единицах, показатель выработки определяется в нормо-часах.

Выработка может быть определена в расчете на один отработанный человеко-час (часовая выработка), один отработанный человеко-день (дневная выработка), на одного среднесписочного работника (рабочего) в год, квартал или месяц (годовая, квартальная или месячная выработка).

Трудоемкость характеризует затраты рабочего времени на производство единицы работы. Трудоемкость - обратная величина средней выработки: она уменьшается при росте производительности труда и увеличивается при ее снижении [4].

При значительной номенклатуре трудоемкость обычно определяется по изделиям-представителям, к которым приводятся все остальные, и по изделиям, занимающим наибольший удельный вес в суммарном выпуске продукции. Показатель трудоемкости имеет некоторые преимущества перед показателем выработки: во-первых, он отражает прямую связь между объемом производства и трудовыми затратами; во-вторых, применение показателя трудоемкости позволяет увязать проблему измерения производительности труда с факторами и резервами ее роста; в-третьих, он позволяет сопоставлять затраты труда на одинаковые изделия в разных цехах и на участках предприятия.

Единицы трудоемкости - нормо-часы. Труд, затраченный на производство продукции, может быть выражен в человеко-часах, человеко-днях или среднесрочной численностью работающих.

В зависимости от способа выражения объема продукции различают три основных метода измерения производительности труда: натуральный, трудовой и стоимостный.

При натуральном методе уровень производительности труда исчисляется как отношение объема продукции в физических единицах измерения к среднесрочной численности ППП.

При трудовом методе объем продукции исчисляется в нормо-часах. Уровень производительности труда стоимостным методом определяется путем деления объема продукции в денежном выражении на среднесрочную численность ППП.

В зависимости от состава затрат, включаемых в трудоемкость продукции, различают следующие ее виды:

- а) технологическая трудоемкость (затраты труда основных рабочих);
- б) трудоемкость обслуживания производства (затраты труда вспомогательных рабочих);
- в) производственная трудоемкость (затраты труда основных и вспомогательных рабочих);
- г) трудоемкость управления производством (затраты труда руководителей, специалистов и служащих);
- д) полная трудоемкость (затраты труда всего производственного персонала) [5].

Производительность труда на предприятии за определенный период изменяется под воздействием многих причин. По существу, все факторы, влияющие на изменение объема производства и численность работников предприятия, оказывают влияние и на изменение производительности труда. Под факторами изменения производительности труда понимаются причины, обуславливающие изменение ее уровня.

В практике планирования и учета на большинстве действующих российских предприятий все факторы изменения производительности труда классифицируются по следующим основным группам:

- изменение технического уровня производства;
- совершенствование управления, организации производства и труда;
- изменение объема и структуры производства;
- прочие факторы [5].

Пути повышения производительности труда связаны с улучшением качества продукции. Высокое качество способствует снижению издержек за счет увеличения доли продукции, которую можно продать, уменьшения случаев возврата и переделки некачественных изделий.

На производительность влияют некоторые факторы внешней среды:

- высокая стоимость энергии понижает производительность;
- жесткое правительственное регулирование в установлении норм и правил организации производства ведут к увеличению расходов и снижению производительности;
- общая экономическая ситуация; например, при инфляции наблюдается снижение производительности (без индексации);
- налоговая политика; увеличение налогов вызывает повышение цен и, следовательно, снижение производительности;
- рост сферы услуг вызывает снижение производительности в производственной сфере;
- социальные факторы: алкоголизм, наркомания и т.п. снижают производительность.

Факторы повышения производительности труда можно классифицировать по трем направлениям:

- факторы, создающие условия для роста производительности труда: уровень развития науки, повышения квалификации работников, укрепление трудовой дисциплины, сокращение текучести кадров и др.)

- факторы, способствующие росту производительности труда: материальное и моральное стимулирование, совершенствование оплаты труда, внедрение научно и технически обоснованных норм труда, внедрение прогрессивной технологии и др.

- факторы, непосредственно определяющие уровень производительности труда на предприятии: механизация и автоматизация производственных процессов, улучшение качества труда, ликвидация простоев, устранение брака, совершенствование управления и организации труда и др. [2]

Под резервами роста производительности труда на предприятии подразумеваются не используемые еще реальные возможности экономии трудовых ресурсов. Внутрипроизводственные резервы обусловлены совершенствованием и наиболее эффективным использованием оборудования и рабочей силы, а также сокращением потерь рабочего времени, экономией сырья, материалов, капитала и других видов ресурсов. Различие между понятием "факторы" и "резервы" заключается в том, что фактор - это причина возможности осуществления какого-либо явления, а резерв - нереализованная возможность в конкретном случае.

Обычно на российских предприятиях внутрипроизводственные резервы роста производительности труда разделяются на резервы снижения трудоемкости, улучшения использования рабочего времени, экономии материальных ресурсов и орудий труда. Внутри производственные резервы роста производительности труда выявляются и реализуются непосредственно на предприятии. К их числу можно отнести:

- снижение трудоемкости изготовления продукции (технологической, производственной и полной);
- улучшение использования рабочего времени (внедрение научной организации труда, укрепление трудовой дисциплины, сокращение текучести кадров, использование передового опыта, улучшение производственной санитарии и охраны труда, ликвидация производственного брака и других производственных затрат);
- резервы улучшения структуры, повышения компетентности кадров и лучшего использования рабочей силы (механизация и более эффективное использование труда вспомогательных рабочих, относительное высвобождение работников, снижение удельного веса административно-управленческого персонала, улучшение психологического климата в трудовом коллективе) [3].

По времени использования резервы роста производительности труда подразделяются на текущие и перспективные. Текущие резервы могут быть реализованы в ближайшем периоде и, как правило, не требуют значительных единовременных затрат. К их числу можно отнести лучшее использование оборудования, ликвидацию или сокращение брака, применение наиболее рациональных и эффективных систем оплаты труда, совершенствование организации труда на предприятии и его нормирования.

Перспективные резервы роста производительности труда обычно требуют модернизации производства, внедрения новых технологий и т. д. Для этого необходимы дополнительные капитальные вложения и значительные сроки осуществления работ.

Исследовав понятие производительности труда можно отметить, что уровень производительности труда измеряется выработкой услуг в единицу времени, и трудоемкостью осуществления работы. Основными показателями производительности труда на уровне гостиничного предприятия являются показатели выработки и трудоемкости услуги.

1.2 Методы управления производительностью труда

Эффективность управления производительностью труда, наиболее полная реализация поставленных целей во многом зависят от выбора вариантов построения самой системы управления предприятием, познания механизма его функционирования, выбора оптимальных технологий и методов работы с людьми.

Руководство производительностью труда как функция управления призвана объединять, координировать, взаимодействовать и интегрировать все прочие функции в единое целое. Достигается это реализацией принципов работы с персоналом, их взаимодействием.

Система работы с персоналом - это совокупность принципов и методов управления кадрами рабочих и служащих на предприятии [6].

Рассматривая процесс управления производительностью труда как целостную систему, можно выделить основные элементы, реализующие следующие функции:

- организационную - планирование источников комплектования кадрами; информированность населения о наборе кадров и сроках набора и др.;
- социально-экономическую - комплекс условий и факторов, определяющих использование и закрепление персонала;
- воспроизводственную - обеспечивающую создание учебно-материальной базы и развитие персонала.

Система работы с кадрами состоит из пяти взаимосвязанных подсистем: кадровая политика; подбор персонала; оценка персонала; расстановка персонала; обучение персонала.

Исходными данными для разработки системы работы с персоналом являются: Всеобщая декларация прав человека; Конституция страны; Гражданский кодекс страны; Трудовой кодекс; система управления предприятием; планы экономического и социального развития [6].

Кадровая политика определяет генеральную линию и принципиальные установки в работе с персоналом на длительную перспективу. Государственная кадровая политика формируется парламентом, правящей партией и правительством и в значительной степени определяется типом власти в обществе. Известны три исторических типа:

- охлократия, в переводе с древнегреческого означающая господство толпы;
- автократия, предусматривающая неограниченную власть одного лица;
- демократия, в буквальном смысле означающая власть народа и предусматривающая активное участие в управлении трудящихся.

Тип власти оказывает существенное влияние на стратегию и стиль руководства, а также требования к персоналу. Очевидно, что наиболее полно использовать творческий потенциал человека можно только в демократическом обществе. Переход к рыночной экономике сопровождается процессом демократизации управления и находит отражение в философии предприятия. На предприятии кадровая политика формируется советом директоров, правлением и директором предприятия [2].

Подбор персонала заключается в формировании резерва кадров на замещение вакантных рабочих мест. Подбор персонала должен включать в себя процедуры расчета потребности в персонале по категориям работников, нормативное описание профессиональных требований к рабочим и служащим, способы профессионального отбора кадров, а также общие принципы формирования резерва кадров на вакантные должности. Таким образом, главной задачей подбора кадров является определение совокупности людей, способных в ближайшей перспективе занять новые рабочие места (должности), изменить род занятий, исходя из внутренней мотивации, материальных или моральных стимулов. Подбор персонала в значительной степени определяется требованиями к кадрам, сформированными в подсистеме кадровой политики, и моделями рабочих мест.

Оценка персонала осуществляется для определения соответствия работника вакантной или занимаемой должности. При замещении вакантной должности важно установить потенциал работника, т.е. профессиональные знания и умения, жизненный и производственный опыт, социально-психологический тип личности, уровень общей культуры, состояние здоровья и работоспособности и ряд других характеристик. Оценка потенциала позволяет судить о перспективе применения способностей конкретного человека на определенной должности. Анализ соответствия работника занимаемой должности (аттестация) необходим по истечении определенного времени и возможен

путем совместной оценки творческого потенциала и индивидуального вклада с учетом результатов труда.

Расстановка персонала должна обеспечивать постоянное движение кадров исходя из результатов оценки их потенциала, индивидуального вклада, планируемой карьеры, возраста, сроков занятия рабочих мест и наличия вакантных должностей в штатном расписании предприятия.

Научно-обоснованная расстановка кадров предусматривает планирование служебной карьеры с учетом их жизненных интересов; рациональное сочетание назначения, конкурентности и выборности в зависимости от категории работников и резерва кадров; планомерное движение работников аппарата (повышение, перемещение, понижение и выбытие) в зависимости от результатов оценки; определение сроков занятия должностей и возраста кадров управления; научную организацию рабочего места; определение условий и оплаты труда [4].

Обучение персонала предназначено для обеспечения соответствия профессиональных знаний и умений работников современному уровню производства и управления. Различают четыре вида обучения: подготовка рабочих и служащих в профессиональных училищах, техникумах и вузах, предусматривающая получение базовой специальности; повышение квалификации в учебных заведениях (центрах, школах, институтах), т.е. получение новых знаний по базовой специальности работника; переподготовка персонала для приобретения новой специальности; послевузовское профессиональное образование (магистратура, аспирантура, докторантура). Взаимодействие указанных видов обучения позволяет обеспечить возможности для непрерывного повышения образования каждого работника, своевременно регулировать соответствие между числом работников и профессионально-квалифицированной структурой персонала [5].

Система работы с персоналом отражается в следующих документах: устав предприятия; философия предприятия; правила внутреннего трудового распорядка; коллективный договор; штатное расписание предприятия; положение об оплате и премировании труда; положение о подразделениях; контракт сотрудника; должностные инструкции; модели рабочих мест; регламенты управления.

Система управления включает управляющую подсистему, иначе говоря субъект управления, и управляемую подсистему, т.е. объект управления, которые закономерно связаны в единое целое и взаимодействуют между собой по социально-экономическим и организационно-техническим направлениям.¹

Система управления производительностью труда имеет организационные элементы, состоящие из целей (политические, экономические, социальные, научно-технические), субъекта и объекта, принципов, методов и функций.

Система управления производительностью труда обеспечивает непрерывное совершенствование методов работы с кадрами с использованием достижений отечественной и зарубежной науки и наилучшего производственного опыта.

В системе управления производительностью труда можно выделить ряд стадий: формирование, использование, стабилизацию и собственно управление.

Стадия формирования (становления) персонала организации является исключительно важной в жизненном цикле предприятия. Отклонение численности персонала от обоснованной потребности в ней как в меньшую, так и в большую сторону, отрицательно влияет на уровень трудового потенциала. Так, нехватка персонала приводит к недоиспользованию производственного потенциала и чрезмерной нагрузке на работников.

¹ Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб: Гамма, 2007

Содержание излишней численности ведет к недоиспользованию их индивидуального потенциала [1].

Стадия формирования персонала призвана решать такие задачи, как: установление соотношения численности работников с различными профессионально-квалификационными характеристиками для достижения максимального соответствия между структурами работ, рабочих мест и персоналом; обеспечение оптимальной степени загрузки работников с целью полного использования их трудового потенциала и повышения эффективности их труда; оптимизация структуры работников с различным функциональным содержанием труда.

Стадия использования персонала включает в себя управление карьерой работников, создание постоянных кадров и улучшение морально-психологического климата в коллективе [3].

На стадии стабилизации производится учет квалификации и персональных навыков с формированием банка данных, оценка результатов труда для выявления потенциала каждого работника, обучение, повышение квалификации на предприятии.

Методы управления – способы осуществления управленческих действий на персонал для достижения целей управления производством. Существуют 3 метода управления, которые отличаются различными способами воздействия на людей: административные, экономические и социально-психологические [6].

Административные методы - это способ осуществления управленческих воздействий на персонал, который базируется на власти, дисциплине и взысканиях. Административные методы ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная необходимость дисциплины труда, чувство долга стремление человека трудиться в определённой организации и т. д. Эти методы воздействия имеют прямой характер воздействия: любой регламентирующий или административный акт подлежит обязательному исполнению.

Существуют следующие способы административного воздействия:

1. Организационные воздействия (штатное расписание; должностные инструкции; организация рабочего места; коллективный договор; правила трудового распорядка; организационная структура управления; Устав предприятия).

2. Распорядительные воздействия (приказы, распоряжения, указания, инструктирование, нормирование труда, координация работ, контроль исполнения).

3. Материальная ответственность и взыскания (удержания из заработной платы; депремирование; полная материальная ответственность; коллективная материальная ответственность).

4. Дисциплинарная ответственность и взыскания (замечание, выговор, строгий выговор, понижение в должности, увольнение).

5. Административная ответственность (предупреждения, штрафы) [2]

Экономические методы – это способ осуществления управляющих воздействий на персонал на основе использования экономических законов и категорий. Выделяют следующие экономические методы управления:

1. Плановое ведение хозяйства (свободное предпринимательство; план экономического развития; портфель заказов; конечные результаты).

2. Хозяйственный расчёт (самостоятельность; самокупаемость; самофинансирование; экономические нормативы; фонды стимулирования).

3. Оплата труда (должностной оклад для служащих; тарифная ставка для рабочих; дополнительная зарплата; вознаграждение; премия).²

² Доскова Л.С. Управление персоналом. – М.: Эксмо, 2007. – 32 с.

Социально-психологические методы – это способы осуществления управленческих воздействий на персонал, базирующиеся на использовании закономерностей психологии и социологии. По масштабу и способам воздействия эти методы можно разделить на 2 основные группы: социологические методы, направленные на группы людей и их взаимодействия в процессе производства (внешний мир человека); психологические, которые направлены на личность конкретного человека (внутренний мир человека). К социологическим методам можно отнести социальное планирование, социологические исследования, соревнование, общение, переговоры. Психологические методы включают в себя психологическое планирование, различные психологические воздействия (просьба, похвала, совет, осуждение и др.).

Путь к эффективному управлению лежит через понимание его мотивации. Только зная, что движет человеком, что побуждает его к действиям, какие мотивы лежат в основе его поведения, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления человеком. Для этого необходимо знать, как возникают те или иные мотивы, как и какими способами, мотивы могут быть приведены в действие, как осуществляется мотивирование людей.

В условиях формирования новых механизмов хозяйствования, ориентированных на рыночную экономику, перед предприятиями встаёт необходимость работать по-новому, считаясь с законами и требованиями рынка, овладевая новым типом экономического поведения, приспособляя все стороны деятельности к меняющейся ситуации. В связи с этим возрастает вклад каждого работника в конечные результаты деятельности предприятия. Одна из главных задач для предприятий различных форм собственности - поиск эффективных способов управления трудом, обеспечивающих активизации человеческого фактора.

Решающим причинным фактором результативности деятельности людей является их мотивация.

Мотивация – (от греч. *motif* от лат. *moveo* - двигаю) внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности во имя достижения каких-либо целей, наличие интереса к такой деятельности и способы его инициирования, побуждения.

Мотивационные аспекты управления трудом получили широкое применение в странах с развитой рыночной экономикой. В нашей стране понятие мотивации труда в экономическом смысле появилось сравнительно недавно в связи с демократизацией деятельности. Ранее оно употреблялось, в основном, в промышленной экономической социологии, педагогике, психологии. Это объяснялось рядом причин. Во-первых, экономические науки не стремились проанализировать взаимосвязь своих предметов с названными науками, и, во-вторых, в чисто экономическом смысле до недавнего времени понятие "мотивация" заменялось понятием "стимулирование". Такая усеченность понимания мотивационного процесса приводила к ориентации на краткосрочные экономические цели, на достижение сиюминутной прибыли. Это разрушительно действовало на потребностно-мотивационную личность работника, не вызывало заинтересованности в собственном развитии, самосовершенствовании, а ведь именно эта система сегодня наиважнейший резерв повышения эффективности деятельности предприятия.

Трудовая мотивация - это процесс стимулирования отдельного исполнителя или группы людей к деятельности, направленный на достижение целей организации, к продуктивному выполнению принятых решений или намеченных работ. Это определение показывает тесную взаимосвязь управленческого и индивидуально-психологического содержания мотивации, основанную на том обстоятельстве, что управление социальной системой и

человеком, в отличие от управления техническими системами, содержит в себе, как необходимый элемент согласование цепей объекта и субъекта управления. Результатом его будет трудовое поведение объектом управления и в конечном итоге определенный результат трудовой деятельности.

При рассмотрении мотивации следует сосредоточиться на факторах, которые заставляют человека действовать и усиливают его действия. Основные из них: потребности, интересы, мотивы и стимулы.

Потребности нельзя непосредственно наблюдать или измерить, о них можно судить лишь по поведению людей. Выделяют первичные и вторичные потребности. Первичные по природе своей являются физиологическими: человек не может обойтись без еды, воды, одежды, жилища, отдыха и тому подобное. Вторичные вырабатываются в ходе познания и приобретения жизненного опыта, то есть являются психологическими потребностями в привязанности, уважении, успехе.

Потребности можно удовлетворить вознаграждением, дав человеку, что он считает для себя ценным. Но в понятии "ценность" разные люди вкладывают неодинаковый смысл, а, следовательно, различаются и их оценки вознаграждения. Например, состоятельный человек, возможно, сочтёт несколько часов отдыха в кругу семьи более значительными для себя, чем деньги, которые он получит за сверхурочную работу на благо организации. Для работающего в научном учреждении более ценными могут оказаться уважение коллег и интересная работа, а не материальные выгоды, которые он получил бы, выполняя обязанности, скажем, менеджера по продажам в престижном отеле.

"Внутреннее" вознаграждение человек получает от работы, ощущая значимость своего труда, испытывая чувство к определенному коллективу, удовлетворение от общения, дружеских отношений с коллегами.

"Внешнее" вознаграждение - это зарплата, продвижение по службе, символы служебного статуса и престижа.

Мотивационный процесс может быть представлен в виде следующих одна за другой стадий: осознание работником своих потребностей как системы предпочтения, выбор наилучшего способа получения определенного вида вознаграждения, принятие решения о его реализации; осуществление действия; получение вознаграждения; удовлетворение потребности. Стержнем управления на основе мотивации будет воздействие определенным образом на интересы участников трудового процесса для достижения наилучших результатов деятельности.

Для управления трудом на основе мотивации необходимы такие предпосылки, как выявление склонностей и интересов работника с учётом его персональных и профессиональных способностей, определение мотивационных возможностей и альтернатив в коллективе и для конкретного лица. Необходимо полнее использовать личные цели участников трудового процесса и цели организации [3].

Никакие установленные извне цели не вызывают заинтересованности человека в активизации своих усилий до тех пор, пока они не превратятся в его "внутреннюю" цель и далее в его "внутренний" план действия. Поэтому для конечного успеха большое значение имеет совпадение целей работника и предприятия.

Для решения этой задачи необходимо создание механизма мотивации повышения эффективности труда. Под этим подразумевается совокупность методов и приёмов воздействия на работников со стороны системы управления предприятия, побуждающие их к определенному поведению в процессе труда для достижения целей организации, основанной на необходимости удовлетворения личных потребностей.

Согласно Маслоу, физиологические потребности являются основополагающими для человека: они требуют своего удовлетворения в первую очередь.

После удовлетворения физиологических потребностей на первый план выходит потребность в безопасности, когда человек стремится защитить себя от возможных телесных повреждений, а также от неблагоприятных экономических условий или угрожающего поведения других людей.

Следующая потребность - потребность в духовной близости и любви. Удовлетворение ее требует от человека установления товарищеских взаимоотношений и определения своего места в группе.

Удовлетворение этих потребностей выдвигает потребности в уважении и самоуважении. Часто важными для человека являются именно эти потребности, ему необходимо чувствовать собственную значимость, подтверждаемую признанием окружающих.

Завершается иерархия потребностей Маслоу потребностями человека реализовать себя, претворить в деятельность запас своих сил, способностей, исполнить свое предназначение: потребность в самовыражении, потребность в уважении, социальные потребности, потребность самосохранения, физиологические потребности.

По мере того как частично удовлетворяются потребности на одном уровне, доминирующими становятся потребности следующего уровня. При этом важно иметь в виду, что мотивирующими являются только те стимулы, которые удовлетворяют доминирующую потребность. Например, очень распространенным является мнение, что основным фактором эффективной работы являются деньги: чем больше получает человек, тем лучше он работает. Такое убеждение не является истинным, потому что, если у человека доминирует, к примеру, потребность в близких отношениях или потребность в самореализации, то он предпочтет деньгам место, где сможет удовлетворить эту потребность.

Исследование методов управления производительностью труда показало, что процесс управления производительностью труда реализует следующие функции: организационную; социально-экономическую воспроизводственную. Система управления производительностью труда имеет организационные элементы, со стоящие из целей (политические, экономические, социальные, научно-технические), субъекта и объекта, принципов, методов и функций. Методы управления – способы осуществления управленческих действий на персонал для достижения целей управления производством. Существуют 3 метода управления, которые отличаются различными способами воздействия на людей: административные, экономические и социально-психологические.

1.3 Особенности управления производительностью труда на гостиничном предприятии

Специфической характеристикой сферы услуг является то, что человек является как объектом, так и субъектом отношений по удовлетворению его потребностей, поскольку выступает в персонифицированных формах и потребителя услуги, и ее производителя.

Производство услуги находится в непосредственной связи с потребностями и желаниями клиента, а уровень производимых услуг как благ и ценностей является результатом применения совокупности методов и технологий управления персоналом.

Поскольку производство услуги представляет собой взаимодействие клиента и служащего, предоставляющего услугу, от профессионального уровня и трудовой активности которого непосредственно зависит ее качество, то в теории управления персоналом доминирует классификация услуг (3 типа) по степени участия стороны, предоставляющей услугу (работника), характеризуемые:

- максимальным участием служащего в предоставлении услуги: здравоохранения и др. социальные услуги, образовательные и воспитательные услуги, услуги торговли и

общественного питания, гостиничные, консультационные и информационные услуги, бытовые услуги;

- средним участием служащего в производстве услуги: услуги банков, организаций физкультуры и спорта, связи, услуги правового характера;
- минимальным участием служащего: пассажирский транспорт, услуги жилищно-коммунального хозяйства.

Сфера услуг с максимальным участием обслуживающей стороны, куда входит гостиничный бизнес, характеризуется следующими особыми признаками: высокая степень взаимозаменяемости обслуживающего персонала; высокая контактность персонала фирмы и ее клиентов; влияние внутреннего состояния фирмы на восприятие персоналом и клиентами услуг этой фирмы; доминирование ситуаций, в которых сотрудник должен самостоятельно принимать решение в течение короткого периода времени.

В связи с тем, что неразрывность производства и потребления услуги выступает одной из ее существенных характеристик, обуславливающих персонификацию услуги продавцом, основным звеном системы управления фирмами в сфере услуг является управление персоналом, объектом которого выступает человек, а основным ресурсом предприятия сферы услуг являются знания и навыки работников, что требует эффективного отбора, обучения и мотивации персонала, контактирующего с клиентами. Поэтому от уровня управления персоналом, формирующего его действия, зависит конечный результат деятельности фирмы сферы услуг.

Кадровая политика является составной частью всей управленческой деятельности и производственной политики гостиничных предприятий. Она имеет целью создать сплоченную, ответственную, высокоразвитую и высокопроизводительную рабочую силу.

Кадровая политика - это общее руководство в принятии решений по важнейшим направлениям в области управления персоналом [1].

Составными элементами кадровой политики гостиничных предприятий являются следующие:

1) Политика занятости - обеспечение высококвалифицированным персоналом и создание привлекательных условий труда, и обеспечение его безопасности, а так же возможностей для продвижения работников с целью повышения степени их удовлетворенности работой.

2) Политика обучения - формирование соответствующей базы обучения, чтобы работники могли повысить квалификационный уровень и тем самым получить возможность своего профессионального продвижения.

3) Политика оплаты труда - предоставление высокой заработной платы, чем в других фирмах, в соответствии со способностями, опытом, ответственностью работника.

4) Политика благосостояния - обеспечение более широкого набора услуг и льгот, чем у других нанимателей; социальные условия должны быть привлекательны для работников и взаимовыгодны для них и гостиницы.

Политика трудовых отношений - установление определенных процедур для разрешения трудовых конфликтов. Через кадровую политику осуществляется реализация целей и задач управления персоналом. Кадровая политика отеля - главное направление в работе с персоналом, набор основополагающих принципов, которые реализуются службой персонала гостиничного предприятия. В этом отношении кадровая политика представляет собой стратегическую линию поведения в работе с персоналом.

Поскольку формирование кадрового потенциала предприятия связано со стратегией развития, с альтернативностью выбора наиболее эффективных возможных путей, с выбором наиболее эффективного из них, то правомерна постановка вопроса и о выборе

стратегии кадрового обеспечения с учетом всех факторов и обстоятельств, характерных для настоящего и будущего.

При выборе кадровой политики учитываются факторы свойственные внешней и внутренней среде гостиничного предприятия, такие как:

- требования к оказанию услуг, стратегия развития предприятия;
- финансовые возможности предприятия, определяемый ими допустимый уровень издержек на управление персоналом;
- количественные и качественные характеристики имеющегося персонала и направленность их изменения в перспективе и др.;
- ситуация на рынке труда (количественные и качественные характеристики предложения труда по профессиям предприятия, условия предложения);
- спрос на рабочую силу со стороны конкурентов, складывающийся уровень заработной платы;
- влияние профсоюзов, жесткость в отстаивании интересов работников;
- требования трудового законодательства, принятая культура работы с наемным персоналом и др.

Основными направлениями кадровой политики гостиничных предприятий являются: проведение маркетинговой деятельности в области персонала; планирование потребности организации в персонале; прогнозирование создания новых рабочих мест с учетом внедрения новых технологий; организация привлечения, отбора, оценки и аттестации кадров, профориентация и трудовая адаптация персонала; подбор и расстановка персонала; разработка систем стимулирования и мотивационных механизмов повышения заинтересованности и удовлетворенности трудом, оплаты труда; рационализация затрат на персонал организации; разработка программ развития персонала с целью решения не только сегодняшних, но и будущих задач организации на основе совершенствования систем обучения, служебного продвижения работников и подготовки резерва для выдвижения на руководящие должности; организация труда и рабочего места; разработка программ занятости и социальных программ; эффективное распределение и использование занятых в организации работников, рационализация их численности; управление нововведениями в кадровой работе; обеспечение безопасности и охраны здоровья персонала; анализ причин высвобождения персонала и выбор наиболее рациональных его вариантов; обеспечение высокого уровня качества труда, трудовой жизни и результатов труда; разработка проектов совершенствования управления персоналом организации и оценка социальной и экономической эффективности.

Кадровая работа базируется на системе правил, традиций, процедур, комплексе мероприятий, связанных непосредственно с осуществлением подбора кадров, необходимой их подготовки, расстановки, использования, переподготовки, мотивации, продвижения и т.д.

Кадровая политика за последние годы претерпела серьезные изменения. Дефицит квалифицированной рабочей силы, способной работать в новых условиях, обусловил понимание работы с кадрами, как с человеческими ресурсами, обеспечивающими конкурентное преимущество и требующие инвестиций в развитие. Возникает необходимость более широкого учета мотивационных процессов. Складывается комплексное понимание кадровой политики гостиничного предприятия как единства следующих мер:

- обеспечение всех участников рабочей силой;
- создание мотивации работника на высокопроизводительный, эффективный труд.

В сфере гостиничных услуг кадровой политикой начинают заниматься все уровни управления фирмы: ее высшее руководство, начальники подразделений, кадровая служба.

Анализируя тенденции работы с персоналом в ближайшем будущем, можно увидеть, что в выполнении функций руководства кадрами приобретают стратегические аспекты, однако сохраняются и традиционные классические инструменты работы с кадрами, такие, как планирование в области кадров, привлечение рабочей силы, повышение квалификации кадров.

В ходе изучения особенностей управления производительностью труда на гостиничной предприятии выявлено, что основными направлениями кадровой политики гостиничных предприятий являются; проведение маркетинговой деятельности в области персонала; планирование потребности организации в персонале; прогнозирование создания новых рабочих мест с учетом внедрения новых технологий; организация привлечения, отбора, оценки и аттестации кадров, профориентация и трудовая адаптация персонала; подбор и расстановка персонала; разработка систем стимулирования и мотивационных механизмов повышения заинтересованности и удовлетворенности трудом, оплаты труда; рационализация затрат на персонал организации; разработка программ развития персонала с целью решения не только сегодняшних, но и будущих задач организации на основе совершенствования систем обучения, служебного продвижения работников и подготовки резерва для выдвижения на руководящие должности; организация труда и рабочего места; разработка программ занятости и социальных программ; эффективное распределение и использование занятых в организации работников, рационализация их численности; упреждение нововведениями в кадровой работе; обеспечение безопасности и охраны здоровья персонала; анализ причин высвобождения персонала и выбор наиболее рациональных его вариантов; обеспечение высокого уровня качества труда, трудовой жизни и результатов труда; разработка проектов совершенствования управления персоналом организации и оценка социальной и экономической эффективности.

Список литературы:

1. Никольская Е.Ю. Современные проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса, Путь науки, 2015, 1(11), с. 65-68
2. Ковалева Н.И. Никольская Е.Ю. Инновационные стратегии управления персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства, Социально-экономические и правовые основы развития экономики: коллективная монография.-Уфа: Аэтерна, 2015
3. Никольская Е.Ю. Вахрина Ю.В. Повышение лояльности клиентов гостиницы, Наука и мир. 2015 т.1 №3 (19) с. 94-97
4. Никольская Е.Ю. Андросова А.А. Особенности современных методов управления персоналом в гостиничных предприятиях, В сборнике: Бизнес, управление и право: теория и практика сборник материалов международного научного е – симпозиума. Под редакцией М.В. Эльдиева. Киров, 2015
5. Никольская Е.Ю. Харебова К.А. Качество обслуживания: современные подходы к оценке и совершенствованию на предприятиях индустрии гостеприимства. Сборник научных трудов SWorld, 2015, №1(38) с. 47-55
6. Никольская Е.Ю. Саркисян М. Современные практические подходы к управлению персоналом в индустрии гостеприимства, Сборник научных статей научно-практической конференции 30-31 марта 2015 года Инновационный вектор развития в условиях риска и неопределенности: новые задачи и пути их решения, НОУ ДПО «Санкт-Петербургский Институт Проектного Менеджмента».

© Е.Ю. Никольская, Н. В. Александрова, 2015

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Введение

В отечественной литературе стало уже общим местом положение о том, что важнейшим фактором эффективности деятельности любой организации является мотивированность её персонала. Проблема здесь состоит, однако, в том, что чаще всего разговор идёт об уровне мотивированности работников и забывается её другая характеристика – качество мотивации. Дело в том, что уровень трудовой мотивации может быть высоким, но не работающим в полной мере на эффективность деятельности, а зачастую и прямо противоречащим эффективности.

Так чрезмерно высокая экономическая мотивация шахтёров на повышение производительности труда в лаве, выдаче «на гора» как можно больше тонн угля, может приводить их к пренебрежению правилами техники безопасности, что неминуемо заканчивается травмами, авариями, остановками производства и потерями человеческих жизней. Экономическая мотивация здесь входит в противоречие с другими видами мотивации, показывает общую неоптимальность системы мотивации персонала. Аналогичным образом чрезмерное увлечение принудительными средствами воздействия на персонал способно обеспечить высокую его мотивированность на выполнение всех требований, правил и инструкций со стороны менеджеров, но не может обеспечить реализации всего потенциала работников. Речь, стало быть, идёт о неоптимальности набора используемых средств мотивации, о недостаточно высоком её качестве.

Между тем арсенал средств мотивирования (видов, методов, способов, приемов мотивации) велик, и у каждого из них есть свои достоинства и недостатки, сферы эффективного применения и ограничения. Прямая мотивация труда (трудом, его содержанием и общественным смыслом (рациональная, эмоциональная и волевая), различные виды стимулирования (материальное денежное и материальное неденежное, моральное, организационное, стимулирование временем) и формы организации стимулирования (опережающее и подкрепляющее, коллективное и индивидуальное), а также средства принудительного управления (открытое и скрытое принуждение, регламентированное и нерегламентированное, принуждение-угроза, принуждение-подкрепление и принуждение-кара) требуют гибкого применения, учета не только чисто управленческий результативности, но и психологических и социальных последствий, и в оптимальном сочетании способны обеспечить высокую эффективность управления предприятием, организацией.

Анализу специфики, достоинств и недостатков этих средств мотивации персонала, которые необходимо учитывать при формировании системы мотивации работников в условиях конкретной организации, и посвящена настоящая работа.

1. Общие подходы к теории мотивации

Понятие «мотивация» в современной литературе используется в двух принципиально различающихся смыслах. Первое значение наиболее глубоко разработано в психологии, и в нем отражаются представления о побудительных причинах (мотивах) поведения человека,

их состоянии и динамике, законах формирования и функционирования. В этом смысле мотивация определяется как «динамический процесс формирования мотива» [2, с. 67], «процесс действия мотива; совокупность стойких мотивов при наличии доминирующего», «побуждения, вызывающие активность организма и определяющие ее направленность» и т. п.

Второе значение понятия «мотивация» связано с теорией социального управления. Оно более молодое, появилось во второй половине XX века и представляет собой указание на одну из важнейших функций управления людьми, а именно функцию побуждения подчиненных достичь поставленных перед ними целей.

Разные авторы по-разному выражают эту мысль активного создания субъектом управления необходимых побуждений к достижению целей. Так, М. Мескон, М. Альберт и Ф. Хедоури так определяют мотивацию: «это процесс стимулирования самого себя и других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей организации» [7, с. 360]. С. А. Шапиро определяет мотивацию «как комплекс мер, применяемых со стороны субъекта управления для повышения эффективности труда работников» [25, с. 11]. Э. А. Уткин как: «процесс стимулирования отдельного сотрудника или группы к действиям, приводящим к осуществлению целей организации» [24, с. 153]; Н. Самоукина как: «комплекс мероприятий, стимулирующих персонал ...» [21, с. 10]. Е. В. Сидоренко считает, что: «это система действий по активизации мотивов определенного человека» [22, с. 53]; В. П. Попов и И. В. Крайноченко: «это активизация или утнение мотивов посредством стимулов» [15, с. 55] и т. д.

Нами это понятие в управленческом смысле определено в 1986 году в работе «Место стимулирования среди методов формирования мотивов трудового поведения» [17]. Мы в своей работе определяем понятие мотивации в управленческом смысле как процесс формирования субъектом управления такой системы мотивов поведения объекта управления, которая обеспечивала бы достижение им поставленных в управлении целей.

Важнейшая задача мотивации как функции управления — увязать личные цели работника с целями организации, непосредственным выразителем которых является его прямой руководитель. В связи с этим можно сказать, что каждый работник включен в канву интересов предприятия не непосредственно, а через посредство ролевых представлений и целей своего начальника.

Разумеется, у любого руководителя помимо ролевых интересов есть и свои личные, равно как и у подчиненного есть ролевые цели, обязательство достижения которых он принимал на себя, поступая на работу в организацию. Но в ситуации организации конкретной деятельности ролевые цели руководителя и личные цели подчиненного часто входят в противоречие. Этот конфликт и должен быть разрешен руководителем средствами мотивации.

Какие же принципиальные возможности существуют для этого?

Нам представляется [20, с. 41], что все многообразие средств оперативной мотивации должно быть сведено к трем группам — поощрению, принуждению и прямой мотивации. Работнику можно посулить какой-либо стимул, ему можно пригрозить наказанием и его можно сделать принципиальным сторонником дела, убедив в его необходимости, внушив ему эту необходимость, вдохновив его содержанием или величию задач.

Первые две группы: поощрение и принуждение — объединяют приемы в некотором смысле искусственного соединения целей объекта и субъекта управления с помощью внешних по отношению к деятельности обстоятельств (предметов, явлений), т. е. действительного увязывания целей так, как связывают между собой шнуром две разные вещи. В третьей группе используются такие средства, которые цели организации

(руководителя) делают непосредственно личными целями работника. Цель организации становится целью подчиненного, прямо переходит от организации к человеку, присваивается им. Поэтому эта группа названа прямой мотивацией. Психологические механизмы такой передачи — убеждение, внушение, психологическое заражение, подражание.

Действие стимулирования основано на использовании потребности (можно сказать, важнейшей потребности) человека в улучшении удовлетворения его потребностей, действие принуждения — на такой же кардинальной потребности не допустить ухудшения удовлетворения своих потребностей. При этом выбор конкретных благ, которые можно предложить человеку в качестве платы за выполнение им задания (при стимулировании) или благ, пользование которыми может пострадать в случае невыполнения (при принуждении), является в условиях возможностей, предоставляемых наличной ситуацией, так сказать, делом техники субъекта управления. Для достижения конечного результата важно то, что цели объекта управления оказываются привязанными к целям субъекта управления (организации).

Различия между стимулированием, принуждением и прямой мотивацией состоят в способах соединения целей субъекта и объекта управления и имеют принципиальное значение для оценки их как средств мотивации. Здесь заключены истоки всех их достоинств и недостатков.

Оценивая приемлемость и результативность различных методов и способов мотивации необходимо себе четко представлять, в чем состоит результат мотивирующего воздействия руководителя на подчиненного. Казалось бы, ответ прост — результатом является степень выполнения подчиненным поставленной задачи. Действительно, наиболее важным для управленца является «технологический» результат управления — достигнута поставленная цель или нет, а если достигнута, то в какой мере? Этот измеритель, конечно, должен быть положен в основу оценки приемлемости и результативности различных методов, способов и приемов мотивации. В конце концов, он является самым главным. Но, обратим на это внимание, не единственным.

Осуществляя воздействие на подчиненного, руководитель осуществляет определенные изменения в личности человека и некоторым образом влияет на систему социальных отношений в своем окружении. Это, так сказать, побочный результат воздействия. Но каков он будет — безразлично для последующей деятельности организации, личности работника и всей социальной системы, в которой они существуют. Побочный результат может быть благоприятным или неблагоприятным для будущего. Накапливаясь от акта к акту управления, он улучшает или ухудшает условия для грядущей деятельности и жизни. Поэтому производственный (управленческий) результат применения тех или иных методов мотивации не может быть признан единственным. Должны учитываться также и психологический, и социальные результаты.

Психологический результат мотивационного воздействия может быть определен как психологическое состояние подчиненного после мотивационного воздействия, а также направление и степень изменений, производимых им в личности подчиненного в результате однократного или многократного применения. Он может иметь положительные последствия для личности, инициировав ее позитивную динамику, например, развивать такие качества как самостоятельность, инициативность, творческий подход к делу, профессионализм, уверенность в себе, оптимизм. Но он может также иметь и негативные последствия, как для личности, так и для окружающего его социума.

Социальные результаты мотивационного воздействия — это соответственно направление и степень изменений, которые производит оно в социальных отношениях

человека. Изменения в социальных отношениях опосредуются, конечно, реакцией подчиненного на действия начальника, но связаны не с изменением их психологических характеристик, а с изменением системы ценностей, т.е. действуют через социологию личности. Человек может разочароваться в начальнике или, наоборот, восхититься им и изменить свое отношение к начальству вообще, к предприятию, его работникам. Человек может невзлюбить свой труд или, напротив, стать его энтузиастом и т. п.

Кардинален сам факт, что измененный в результате мотивационных воздействий руководителя человек возвращается в общество, в том числе и на то же самое предприятие, и теперь уже надо будет иметь дело с ним, измененным.

Обобщая можно сказать, что путем воздействия на подчиненных руководитель производит не только определенную профильную предприятию продукцию или услугу, но и постоянно производит продукты иного рода — психологические и социальные. Он производит определенные человеческие качества и определенный тип социальных отношений. В этом состоит его гражданская ответственность перед обществом, а также и перед своим предприятием. К сожалению, многие руководители не обращают на этот факт никакого внимания и своими действиями портят доверенный им человеческий материал.

Итак, подходя к оценке методов, способов и отдельных приемов мотивации, следует исходить из того положения, что все они имеют определенные достоинства и недостатки и что эти достоинства и недостатки могут быть связаны как с производственным, так и с психологическим и социальным эффектом.

Помимо оперативной мотивации, используя стимулирование, прямую мотивацию и принуждение, высокий уровень мотивированности подчиненных в труде можно обеспечить и путем создания благоприятствующих этому организации и условий труда. Это могут быть подбор подходящей человеку работы, повышение ее разнообразия (в случае общей монотонности), повышение самостоятельности в выборе способов ее выполнения, повышение квалификации, улучшение общего трудового настроя в коллективе и т. д. Все это, как правило, не относится к оперативным мерам мотивации, требует значительных затрат времени и средств, но в исполнении дальновидных менеджеров может дать высокий мотивационный эффект.

Каждодневное повторение оперативных мотивационных актов руководителей в отношении своих подчиненных складывается в некоторое единое целое, которое, накапливаясь, формирует неповторимый мотивационный климат организации как долговременный фактор, формирующий ее организационную культуру. Поэтому между оперативной и долговременной мотивацией нет противоположности. Однако, кроме того, в любой организации осуществляются управленческие действия, которые выполняют функцию непосредственного регулирования долговременной мотивации.

К средствам долговременной мотивации, помимо соответствующего проектирования и перепроектирования работ, относятся в области прямой мотивации идеологические установки, принятые в организации и отраженные в соответствующих документах, неформализованные элементы организационной культуры — нормы, обычаи, традиции, процедуры, корпоративные истории, мифы и др. В сфере стимулирования средствами долговременной мотивации являются принципы и правила оплаты и премирования труда, морального стимулирования, формирования так называемого социального пакета, изложенные в соответствующих положениях, принципы управления карьерой, профессиональным продвижением работников и др. Принудительную мотивацию в долговременном плане регулируют различные правила внутреннего распорядка штрафные системы, инструкции, регламенты, правила техники безопасности, приказы, постановления, распоряжения, обязательные для исполнения решения, другие нормативные акты.

Управление конкретным объединением, предприятием, цехом, участком (отделом) и т. п. представляет собой операциональный уровень управления. На этом уровне люди действуют в рамках законов, разработанных на институциональном уровне (федерации, региона, муниципалитета). Но одновременно они вырабатывают собственные регламенты деятельности. Если предыдущий уровень занимается исключительно высшими регламентами управления в государстве, то на операциональном уровне осуществляется деятельность и, соответственно, принимаются регламенты по организации производства и реализации оперативных функций управления, в том числе и мотивации. Но непосредственная оперативная мотивация персонала осуществляется на индивидуальном уровне, это и есть деятельность непосредственного руководителя.

2. Прямая мотивация персонала

К средствам оперативной прямой мотивации относятся такие способы побуждения работников как информирование, убеждение, наставление, призыв, увлечение, демонстрирование примера, команда, агитация, пропаганда, проповедь, внушение и др. Их общий смысл состоит в том, что в результате такого воздействия на человека у него формируется самодостаточное побуждение к деятельности, не требующее каких-либо других воздействий, т. е. формируется желание действовать, вера или убежденность в объективной необходимости достижения поставленной в управлении цели. Эта цель становится непосредственно личной целью объекта управления, интериоризируется им.

И это принципиально отличает прямую мотивацию от других методов мотивационного управленческого воздействия. Так, при применении стимулирования мотивом деятельности человека становится стремление получить вознаграждение (улучшения удовлетворения какой-либо потребности), а при использовании принуждения — стремление избежать наказания (ухудшения удовлетворения какой-либо потребности). В любом случае эти мотивы заключены не в самой деятельности, связаны с нею не прямо, а через посредство внешних обстоятельств, по существу являются инструментальными. Отсюда вытекает недостаток как принуждения, так и стимулирования в сравнении с прямой мотивацией — их ненадежность. Как только вероятность наказания или поощрения снижается, так деятельность сворачивается или даже прекращается. Ибо она является лишь средством достижения какой-то личной цели объекта управления.

Прямая мотивация является самым надёжным методом мотивации. Результатом ее успешного применения становится непосредственное принятие человеком деятельности как лично значимой. Мотивом в этом случае оказывается осознание ее объективной необходимости или ощущение привлекательности. Выдвигаемая субъектом управления цель при этом непосредственно входит в систему ценностей индивида, связывается с нею, становится для него терминальной, самодостаточной.

Прямой эта разновидность мотивации называется не потому, что здесь осуществляется непосредственное личное воздействие руководителя на человека или коллектив, что имеет место и при использовании принудительной мотивации, а потому, что здесь осуществляется воздействие на сердцевину личности — ее ценностную систему. В результате она (система ценностей) в краткосрочном плане изменяется, трансформируется (в зависимости от примененного конкретного способа воздействия). Действие конкретных способов прямой мотивации основано на различных психологических механизмах, что позволяет выделить рациональные, волевые (энергетические), эмоциональные и комплексные способы прямой мотивации.

Рациональная прямая мотивация основывается преимущественно на воздействии на рациональную сферу человека, опирается на его разум, интеллект. Так работают, например, информирование и убеждение. Волевая прямая мотивация основывается преимущественно

на воздействии на волевую сферу человека и связана с некритическим восприятием информации. Способы — внушение, наставление, нотация и др. Эмоциональная прямая мотивация заключается в воздействии преимущественно на чувства человека, использует механизм психологического заражения и подражания. Существуют также комплексные способы прямой мотивации, которые используют одновременно несколько психологических механизмов. К ним относятся реклама, агитация, пропаганда, призывы, воззвания, проповеди и т. п.

Далее целесообразно разобраться в психологических механизмах реализации прямой мотивации и на этой основе выявить суть, технологию применения, достоинства и недостатки, границы и условия применения конкретных способов на практике.

Здесь, однако, необходимо учесть одно методическое замечание. В реальном управлении ни один из способов прямого мотивационного воздействия не используется, так сказать, в чистом виде, основываясь лишь на каком-то единственном психологическом механизме. Эти механизмы обычно используются одновременно. Так что не существует, скорее всего, такого убеждения (воздействия на рациональную систему личности), которое не несло бы в себе определенного эмоционального заряда или не оказывало бы одновременно внушающего воздействия. Более того, для получения более быстрого и устойчивого эффекта их имеет смысл использовать одновременно. Однако в целях анализа и глубокого изучения эти мотивационные процессы выделяются и рассматриваются отдельно.

Рациональная прямая мотивация. Способы рациональной прямой мотивации — информирование, убеждение, объяснение, разъяснение — основаны на критическом, рациональном восприятии человеком получаемой от субъекта управления информации. Это означает, что она проверяется им на логическую непротиворечивость, в ряде случаев требует логических доказательств, проверки объективности, надежности источника информации и т. п.

Ведущим методом прямой рациональной мотивации является убеждение. Управленческий смысл убеждения как метода мотивационного воздействия состоит в том, чтобы с помощью цепочки логических действий, тезисов, аргументов и выводов показать объективную необходимость выполнения поставленного задания. Ясно, что «упираясь» одним концом в производственное задание эта цепочка другим концом должна достигнуть ядра системы мировоззрения человека, его убеждений и ценностей.

Эффективность убеждения зависит от способностей как убеждающего, так и убеждаемого. Доводы должны соответствовать не только глубине познаний человека, но и уровню его интеллектуального развития, его требований к логичности доказательств. Сообразительному человеку может быть достаточно простого намека на связь явлений, в то время как другому, менее догадливому, надо тщательно «разжевывать» каждое звено логических связей. Так или иначе, субъекту управления надо быть готовым к возможности непонимания доводов, неверной их трактовке, к необходимости разъяснений. Все это предъявляет серьезные требования к собственной логической оснащенности руководителя.

Остальные приемы и способы прямой рациональной мотивации — информирование, намеки, разубеждение основаны на том же механизме критического восприятия работником даваемой информации.

В условиях оперативной хозяйственной деятельности прямая рациональная мотивация обладает тем недостатком, что, как правило, требует много времени. Но этот недостаток прямой рациональной мотивации с лихвой компенсируется надежностью формируемых мотивов подчиненного, стремлением последнего к самоуправлению и вытекающей из этого долговременной эффективностью.

Волевая прямая мотивация. Способами прямой волевой мотивации являются внушение, наставление, нотация, команда, лозунг, совет, рекомендация и др. Все они основаны на действии психологического механизма внушения, смысл которого состоит в создании ситуации некритического восприятия передаваемой субъектом управления информации, часто глубоко, прочно, но всегда неосознаваемом характере ее усвоения.

Для управленческой хозяйственной деятельности эта группа способов прямой мотивации также имеет большое практическое значение.

Внушение является широко распространенной в обыденной жизни и в управленческой практике реальностью, применяется чаще всего непреднамеренно, спонтанно. Но может оно использоваться и специально, целенаправленно и при этом способно дать высокий побудительный эффект.

Психологами внушение (или суггестия) определяется как процесс воздействия на психическую сферу человека, связанный со снижением осознанности и критичности при восприятии и реализации содержания внушаемой информации, с отсутствием целенаправленного активного его понимания, развернутого логического анализа и оценки. Как видим, этот процесс в некотором смысле прямо противоположен рассмотренному выше механизму воздействия на рациональную сферу личности. Между тем основное средство воздействия на человека, несущее его содержание, здесь то же самое - слово. Однако оно достигнет глубинных инстанций личности, минуя ее сознание, обходя зону внимания.

Умело поданная команда запускает «исполнительные механизмы» поведения человека практически помимо его воли. Действие может осознаваться лишь потом, уже в процессе протекания или по его результату.

На результаты внушения влияет личность руководителя, его авторитет. Источником авторитета являются жизненный опыт, профессионализм, личные качества, какие-либо особые способности человека, а кроме того занимаемое положение, должность, статус, звание, вообще любое его преимущество в сравнении с окружающими (обладание широкими социальными связями, происхождение, богатство, физическая сила, принадлежность к уважаемой социальной группе, гражданство развитой страны и т. д. и т. п.).

В любом случае свойство авторитетности создает ситуацию готовности к доверчивому, в той или иной степени (в зависимости от непререкаемости авторитета) некритическому восприятию информации со стороны авторитетного субъекта. Это облегчает управление, которое строится в таком случае на механизме добровольного, безропотного подчинения, делает эффективными средствами команды и наставления.

Доверие, вера являются главными условиями и продуктами внушения. Конечно, вера формируется не только с помощью внушения, но и иными методами. Вообще говоря, можно заметить, что руководство эффективно лишь в той мере и до тех пор, пока жива вера подчиненных в свое начальство, в свою фирму и ее ценности, в свое дело, в успех. Американские эксперты по управлению Т. Питерс и Р. Уотермен пишут, что только твердая вера в общие ценности и позволяет организации спланироваться [12, с. 231]. Один из американских бизнесменов так восклицает: «Я хочу, чтобы все наши люди верили, что их организация - лучшая в мире. Чувство гордости творит чудеса» [там же, с. 353]. Стивен Деннинг в своей книге, адресованной руководителям, призывает: «Сформируйте доверие к себе! Сформируйте веру в вашу компанию! Посвящайте в свои ценности!».

К конкретным приемам внушающего воздействия в состоянии бодрствования относятся приказ, команда, наставление, поучение, нотация, лозунг и т. п. Приказ можно определить как сложный способ мотивации, действие которого основано на принуждении и/или

внушении. В первом случае он строится на угрозе наказания и относится к принудительной мотивации. Во втором — относится к прямой волевой мотивации. Команда как метод мотивации также может выступать как форма принуждения и/или внушения. Однако специфика ее в сравнении с приказом состоит в том, что команда предполагает наличие у объекта воздействия состояния готовности к действиям, психологическая включенность в них, ожидание. Поэтому ее можно представить как непосредственный пусковой механизм деятельности.

Следующая за командой деятельность может быть сознательной и сложной, но может быть отработанной до автоматизма, простой. Команду отличает преимущественно устная форма и личный (непосредственный) характер подачи. Она жестоко привязана к месту и времени, требует осуществления деятельности здесь и сейчас. Поэтому она является по преимуществу техническим приемом оперативного управления.

В случае отказа объекта воздействия выполнять команду в отношении него применяются более жесткий способ воздействия — приказ о выполнении команды, который обеспечен более серьезным оснащением — угрозой наказания. С этого момента команда превращается в инструмент принуждения.

Совет является способом прямой мотивации, основанным на механизме внушения, которое осуществляется в том случае, если субъект управления обладает в глазах объекта управления авторитетом. Если к тому же одновременно с советом дается необходимая логичная аргументация, объяснение, то включаются рациональные механизмы. А если он дается к тому же взволнованно, с чувством, то тогда включаются и эмоциональные механизмы.

Эмоциональная прямая мотивация. Прямая эмоциональная мотивация основана на других психологических механизмах, а именно на механизмах заражения и подражания. Если рациональная мотивация состоит в воздействии преимущественно на разум человека, волевая — на его волю, то эмоциональная — в воздействии на сферу чувств. Практикам известно, какой значительной может быть роль хорошего настроения, психологического климата в коллективе для его морального здоровья и высокой производственной эффективности, как важен настрой человека при решении ответственной, сложной, творческой задачи, требующей максимальной мобилизации его сил и способностей.

Американские консультанты по управлению Томас Питерс и Роберт Уотерман сообщают, что в известной компании «Хьюлетт-Паккард» явным критерием для высшего руководства при подборе менеджеров является их способность вызывать у своих подчиненных вдохновение [12, с. 126]. В опубликованной концепции этой фирмы, раскрывающей исповедуемую ею философию человека говорится: «...цели и руководство организации должны быть такими, чтобы пробуждать энтузиазм на всех уровнях. Мало, чтобы те, кто занимает важные посты в управлении, были энтузиастами — подбирать их следует в зависимости от того, способны ли они зажечь энтузиазмом своих сотрудников» [там же, с. 308].

Организатор рекламной организации из США «Огилви энд мазер» Девид Огилви призывает своих помощников постараться сделать работу в фирме радостной. Он говорит: «Когда у людей нет никакой радости, они редко делают хорошую рекламу. Убивайте мрачность смехом. Поддерживайте атмосферу неформальности. Поощряйте веселье. Избавляйтесь от мрачных типов, которые сеют уныние» [12, с. 359-360].

Все эти феномены связаны со сферой чувств человека и самым непосредственным образом касаются процессов мотивации человеческого поведения. Сила чувств и эмоций состоит в том, что они самым непосредственным образом отражают основу основ активности человека - его потребности. Поэтому в них заложен колоссальный

мотивационный потенциал, использовать который отечественный менеджмент пока еще, как следует, не научился.

Психологическое заражение определяется как процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта помимо собственно смыслового воздействия или дополнительно к нему. Выразительность, сила проявления эмоций и чувств называется эмоциональной экспрессией. Психологи отмечают, что экспрессия может играть решающую роль в интерпретации значения произносимых высказываний. Благодаря этому экспрессия очень важна для понимания смысла сообщения. Фактически здесь происходит встреча рациональной информации и эмоций, стыкуются два механизма мотивации.

Отсюда вытекают, по крайней мере, два важных вывода. Первый состоит в том, что эмоции достаточно надежно, в ряде случаев более надежно, чем рациональные реакции человека (выраженные в словесно-логической форме), показывают его потребности, оценки, отношения.

Второй вывод важен для понимания мотивационных возможностей психологического заражения. Если эмоция тесно связана с потребностью и, более того, опережает ее удовлетворение, то это означает, что передача эмоций равнозначна передаче потребностей, возбуждение их, создание потребности, так сказать, «на пустом месте». Вот главное достоинство этого способа прямой мотивации. Когда увлеченный делом руководитель передал свою увлеченность подчиненным, то он создал потребность у них заниматься этим делом. И теперь им не нужен ни кнут, ни пряник. Он создал потребность. В значительной степени потребность самодостаточную.

Учитывая все это, мы в праве сказать, что, если результатом успешной рациональной мотивации является убежденность в объективной необходимости осуществления той или иной деятельности, которая выступает как осознанная потребность, долг, если результатом волевой мотивации является доверие, уверенность, вера, неосознанное побуждение, готовность к действию, неосознаваемая ценность, потребность, то результатом психологического заражения является эмоция, чувство, непосредственное желание, оснащенная эмоцией потребность.

С практической точки зрения важно определить, какие же качества субъекта управления в наибольшей степени способствуют эффективному психологическому заражению и что же следует менеджеру развивать в себе.

На наш взгляд, во-первых, это увлеченность делом, энтузиазм³. Это попросту значит, что для того, чтобы заражать других, надо быть самому зараженным, влюбленным в дело, иметь источник эмоций в этом деле. И, конечно, кардинальным способом решения этой задачи является поиск себе своего дела, своей задачи, своей ниши. Еще есть возможность встречи с увлеченным человеком, который может «потрясти, побудить к действию», короче говоря, заразить заниматься каким-либо интересным делом.

Заражающая способность увлеченного делом человека реализуется потому, что он источает вокруг себя эмоциональность воодушевления и вдохновения — напряжение, подъем духовных сил, творческое волнение.

Увлеченно работающий человек источает вокруг себя радость труда, делает зримым удовольствие от него. А кто откажется от удовольствия?! В глазах окружающих его людей выполняемый вид деятельности начинает ассоциироваться с получением удовлетворения, нравиться. Поэтому энтузиастов всегда окружает много последователей, учеников и просто

³ Д.М. Кузес и Б.З. Познер в связи с этим совершенно справедливо задают вопрос: "Если вы не чувствуете страстного желания добиться чего-то, как вы можете вдохновить и воодушевить других?" [5, с. 197].

любопытствующих. Конечно, не для всех из них это увлечение станет страстью на всю жизнь. Надо еще, чтобы дело соответствовало индивидуальным особенностям и ценностям. Поэтому то и надо в плане самомотивации не просто искать увлеченного делом эмоционального индуктора, своеобразную «зарядную станцию», а того из них, который занят вашим делом.

Руководитель может специально также создавать возможность своим подчиненным заняться чем-либо таким, чем можно увлечься, что может нести эмоциональный заряд. Чак Найт, управленец из фирмы «Эмерсон», выражает эту мысль так: «Вы не сможете ничего добиться, пока у вас не будет чего-то захватывающего» [12, с. 359]. Здесь содержится глубокая убежденность в том, что человек как существо не только рациональное, но и в не меньшей, если не в большей степени, эмоциональное, чувственное, может получать дополнительные побуждения со стороны эмоций и, более того, нуждается в этом.

Другим психологическим механизмом, на котором основывается прямая эмоциональная мотивация, является подражание. Подражание обычно определяется как следование какому-либо примеру, образцу. Каков же внутренний механизм и побуждения этого следования? Наша трактовка этого такова.

Неосознанное подражание, по-видимому, является феноменом, тесно связанным с эмоциональной сферой человека, с эмоциональными отношениями. Бессознательно копировать можно только то, что нравится, и подражать можно только тому субъекту, который нравится, к которому имеется положительно окрашенное эмоциональное отношение. Именно эмоция в этом случае является причиной того, что у человека появляется потребность следовать образцу.

Так, красивые движения, красивый труд порождают у любого человека, воспринявшего их как красивые, желание воспроизвести их, повторить. Красота — это специфически эмоционально воплощенные целесообразность, полезность, благо. Нетрудно заметить, что в этой интерпретации механизм подражания очень близок к механизму психологического заражения и, может быть, является его разновидностью.

Имеется, однако, и другая интерпретация этого механизма. Подражание выступает как генетически заложенный в живых существах механизм научения, как проявление потребности в научении.

К конкретным способам и приемам прямой эмоциональной мотивации можно отнести эмоциональные выступления, обращения, призывы, действия по вовлечению, увлечению людей какой-либо деятельностью, демонстрация примера и др.

Демонстрирование примера можно определить как такой конкретный прием мотивации, при котором сознательно организуется яркое, образцовое выполнение какого-либо действия или вида деятельности, с целью побудить объект управления к подражанию и выполнению (освоению) аналогичных действий (деятельности). М. Станкин считает, что в мотивации подчиненных большую роль играет пример руководителя. Он говорит: «Опыт показывает, что у четко работающего начальника цеха серьезно относятся к выполнению своих служебных обязанностей мастера, бригадиры, рабочие. У приветливого внимательного инженера внимательны и уважительно относятся друг к другу его подчиненные. У предприимчивого и изобретательного начальника добрая половина подчиненных — изобретатели и рационализаторы. У активного и остроумного руководителя каждый его помощник «живчик» и «юморист». У спокойного, уверенного в себе руководителя всегда порядок на рабочих местах, ни у кого не видно спешки, суетливости. И, наоборот, у равнодушного начальника даже самые трудолюбивые подчиненные начинают

относиться к делу равнодушно. У крикливого руководителя кричат по каждому поводу подчиненные. У нервного, возбужденного, вечно конфликтующего — все мечутся без толку, везде, где он появляется, возникает нервная обстановка» [23, с. 34-35].

Зарубежные авторы солидарны с этим мнением: «Руководители часто служат примером поведения для подчиненных... Надлер, Хэкман и Лоулер считают, что «уважаемому и обожаемому линейному руководителю было бы достаточно власти примера: подчиненные слушались бы его потому, что любят его и отождествляют себя со своим начальником»» [7, с. 475].

Подводя итог эмоциональным способам управленческого воздействия на людей можно резюмировать, что прямая эмоциональная мотивация требует от субъекта управления высокого уровня эмоциональной экспрессии, обаяния, наличия способности вызывать вдохновение, энтузиазм подчиненных, высокий уровень собственного энтузиазма и особого рода притягательность личности.

Среди недостатков прямой эмоциональной мотивации авторы обычно называют кратковременный характер действия [7, 3 и др.]. Для обеспечения ее надежности и непрерывности необходимо, чтобы эмоциональный «индуктор» постоянно находился в среде мотивируемых.

Инструментами прямой эмоциональной мотивации являются эмоции, мимика, жестикуляция, позы, интонация, общее обаяние, умение нравиться, визуальный контакт. Результатами прямой эмоциональной управленческой мотивации являются непосредственное желание деятельности, нерелексированная потребность, чувство, ценности.

В целом характеристики видов прямой мотивации представлены в табл. 1.

Долговременная прямая мотивация. Кроме прямой оперативной мотивации, о которой до сих пор в основном шла речь, следует говорить и о существовании долговременной прямой мотивации персонала, которая выполняет ту же роль, что и оперативная, только настраивает персонал на достижение стратегических целей. Речь идет, прежде всего, об управлении идеологической сферой организации как совокупностью идей, закладываемых в основу построения и функционирования организации. К ним относятся представления об общественном предназначении организации (миссия), о средствах и способах, которыми она должна осуществлять свое предназначение (общая и функциональные стратегии), представления о будущем организации (видение), о том, какой она стремится стать (идеальный образ), о ее ведущих ценностях (декларация ценностей, кредо, этические своды, комплексы и правила, рассказы, истории, мифы фирмы) и т. п.

Следует отметить, что разные элементы организационной культуры в различной степени поддаются непосредственному регулированию. Так наиболее поддается управлению символика организации. Символы в короткие сроки могут быть изменены в необходимом направлении. К этой деятельности могут быть привлечены специализированные организации, выполняющие услуги по созданию нового фирменного стиля (дизайн интерьера, одежда сотрудников, товарные знаки, фирменные слоганы). Ритуалы и церемонии требуют более кропотливой и продолжительной работы со стороны руководства организации. Но наиболее высокого внимания, усилий со стороны менеджмента и времени требует создание необходимой мифологии фирмы. Дело в том, что одновременно она и наиболее действенна с точки зрения формирования глубинных основ долговременной мотивации персонала.

Таблица 1

Характеристики видов прямой мотивации

Виды	Характеристики			
	Механизмы	Средства	Способы и приемы	Результаты и последствия
Рациональная	Сообщение/ утаивание информации, логическое доказательство	Слово как объект критического восприятия. Логика. Знания	Информирование, объяснение, убеждение, напоминание, намек, сокрытие информации, дезинформирование и т. п.	Знание, понимание, убеждения, готовность к действию, ценности
Волевая	Внушение	Слово как объект некритического восприятия. Энергетика. Авторитет, превосходство	Команда, лозунг, призыв, нотация, поучение, наставление, совет, рекомендация, уверенность, лаконичность, повторение внушающих фраз и т. п.	Вера, уверенность, «твердые убеждения», готовность к действию, ценности
Эмоциональная	Психологи- ческое заражение, подражание	Эмоция. Мимика, жестикация, интонация, позы. Обаяние. Искусство нравиться людям	Эмоциональная экспрессия, увлечение, заражение, демонстрирование примера и т. п.	Непосредственное желание, чувство, нерефлексируемая потребность в деятельности, ценности
Комплексная	Сочетание механизмов прямой мотивации	Инструменты прямой мотивации в различном сочетании	Предложение, просьба, проповедь, агитация, пропаганда, реклама и др.	Потребность в деятельности, ценности

Прямая мотивация, на наш взгляд, является основным смыслообразующим элементом организационной культуры. Она в определяющей степени формирует для работников тот естественный порядок вещей, за которым Райнхард Шпренгер единственно признал функцию подлинной трудовой мотивации [26, с. 204].

3. Стимулирование персонала

Стимулирование представляет собой такой метод мотивации трудового поведения человека, который основан на использовании стремления человека к повышению степени удовлетворения потребностей.

По поводу определения понятия «стимул» между учеными нет согласия. Мы определяем стимул следующим образом — это предмет или явление, имеющие в данной ситуации определенное значение для объекта управления, активизирующие его поведение в силу

положительно оцениваемого шанса и выгоды обладания ими и способствующие достижению цели, поставленной субъектом управления [19, с. 14].

При этом условиями, которые позволяют превратить тот или иной внешний предмет или явление в побудительную причину деятельности (стимул), на наш взгляд, являются:

- способность этого предмета (явления) удовлетворять какие-либо человеческие потребности;
- наличие у субъекта управления соответствующей потребности в настоящий момент;
- достаточно высокий уровень настоятельности (силы) этой потребности;
- знание человеком условий получения стимула;
- высокая оценка им своего шанса выполнения необходимых условий для овладения стимулом;
- высокая оценка выгоды выполнения условий для получения стимула (совокупность получаемых благ должна превышать совокупность всех связанных с этим затрат);
- победа мотива обладания данным стимулом в борьбе мотивов (выгода от необходимой для получения стимула деятельности должна быть выше выгоды других, альтернативных и потому составляющих конкуренцию ему дел).

Стимулирование в управленческом смысле предстает как деятельность (функция) руководителя по формированию мотивов поведения подчиненного в соответствии с целями управления с помощью внешних по отношению к нему обстоятельств, стимулов [19, с. 31].

Виды стимулирования принято различать следующие: коллективное и индивидуальное, материально-денежное и материально-неденежное, моральное (престижное), стимулирование свободным временем и трудовое (организационное). Кроме того, существуют различные формы организации стимулирования — опережающая и подкрепляющая, коллективная и индивидуальная, общая, эталонная и соревновательная и др. [14, с. 59].

Рассмотрим подробнее относительно новое деление форм организации стимулирования на опережающую и подкрепляющую. Необходимость выделения их связана с анализом роли информирования работника об условиях (нормативной базе) стимулирования.

При опережающей форме организации стимулирования объект управления еще до начала деятельности информируется о том, каких необходимо достичь результатов и что можно за них получить. Он узнает во всех подробностях о том, как будет измеряться его труд, каким образом он будет оцениваться и связываться со стимулами.

При подкрепляющей форме организации стимулирования объект управления подобной информации не получает. Он может получить некоторое представление о том, что оказалось ценным, признанным и поощренным в его труде только после осуществления деятельности, т.е. ретроспективно. Стимул в этом случае как бы подкрепляет уже осуществленные позитивные действия. Отсюда и название этой формы организации стимулирования.

При этом если при опережающем стимулировании трезвый расчет на получение вознаграждения является исходным и достаточным пунктом включения работника в деятельность и осуществления ее, то подкрепляющая форма организации стимулирования такого толчка деятельности не дает. Строго говоря, для начала деятельности здесь необходим какой-то свой мотиватор (например, понимание важности и объективной необходимости деятельности, интерес к ней или приказ руководителя).

Опережающая и подкрепляющая формы организации стимулирования имеют буквально противоположные принципы построения и соответственно направления

совершенствования. Опережающее стимулирование требует, чтобы работник знал положение о системе оплаты и премирования труда досконально: как, за что, когда и в каких пропорциях он может получить стимулы и что для этого необходимо делать. Она настойчиво ориентирует работника на стимулы. Отсюда направлениями совершенствования стимулирования признаются все более точное измерение результата труда, разработка лучших критериев его оценки, создание изолированных функций стимулирования, повышение информированности трудящихся о существующих премиальных положениях, их упрощение с целью повышения понятности для работников, с одной стороны, и с другой — увеличение их числа с целью охватить все важнейшие стороны деятельности. Таковы основные традиционные рекомендации по совершенствованию стимулирования в экономической литературе.

Подкрепляющее стимулирование не требует разработки детальных положений о стимулах и доведения их до работников. Зато оно требует информированности трудящихся о конечных целях деятельности, об интересах потребителей ее продуктов, об общих задачах подразделения и предприятия, в составе которых они работают. Оно также требует такого распределения полученных предприятием и подразделением благ, которое оценивается ими как справедливое. Это, в свою очередь, предъявляет повышенные требования к максимальной степени единства представлений членов коллектива о справедливости и, вообще, ценностно-ориентационного единства.

С позиций подкрепляющего стимулирования знание объектом управления единиц измерения результатов его труда приводит к сознательному или неосознанному пренебрежению им ко всем другим аспектам результата труда; знание четкого, формализованного эталона оценки труда приводит к сокрытию резервов, сознательному ограничению результативности деятельности; знание функций стимулирования продуцирует представление о разнородности работ (невыгодными становятся те, которые имеют более высокое соотношение трудовых усилий на единицу стимула, а также все нестимулируемые виды деятельности в сравнении со стимулируемыми) и вывод о «торговом» характере отношений с субъектом управления по поводу оплаты труда.

Обе формы организации имеют как недостатки, так и достоинства. К достоинствам опережающей формы относятся возможность достижения быстрого стимулирующего эффекта, четкой целевой направленности, хорошей приспособленности для побуждения разовых действий работника, возможность в ряде случаев выбора ясных принципов построения. Однако опережающее стимулирование в сравнении с подкрепляющим имеет также и недостатки. Оно требует создания детализированных систем измерения и оценки труда, разработки конкретных и приемлемых для объекта управления функций стимулирования. А это для значительного числа видов деятельности принципиально невозможно. Например, вряд ли когда-нибудь будут созданы точные системы оценки труда врачей, педагогов, научных работников, многих отрядов ИТР, работников органов госбезопасности, искусства и т. п.

Опережающее стимулирование формирует отношение разнородности работ, закрепляет несовпадение целей субъекта и объекта управления и санкционируют расчетные, «торговые» отношения между ними, отчуждает объект управления от своей деятельности и ее результатов, формирует «комплекс нанятости», ориентирует его на личные эгоистические интересы. Она формирует у работников инструментальные мотивы трудового поведения, провоцирует в них конфликт между долгом и выгодой, провоцирует также обман, приписки и т. д.

Подкрепляющее стимулирование также имеет недостатки. Оно не способно без помощи других средств мотивации дать быстрого побуждающего эффекта, предполагает

многоцикличность процесса стимулирования, требует зрелости социальных отношений в среде, доверия ко всем и, прежде всего, к руководству, совету трудового коллектива, заботливого отношения членов коллектива друг к другу, единства ценностных ориентаций, справедливости в распределении ролей и благ и т.п. Она требует высокой информированности объекта управления о целях первичного производственного коллектива, о его перспективах, о состоянии дел, проблемах, интересах потребителей и т.д.

Однако подкрепляющее стимулирование обладает неоспоримыми преимуществами перед опережающим — не требует разработки формализованной нормативной базы стимулирования, делает все работы равновыгодными для работников, переводит акцент с выгодности работ на их итоговую значимость, необходимость для достижения конечных целей. Его возможно применять там, где трудно измерить результаты труда в формализованных показателях, а также там, где ни в коем случае недопустимо введение отношений «расчета» и поиска выгоды (помощь отстающим, больным, попавшим в беду, слабым, новичкам и т.п.). Подкрепляющее стимулирование способно формировать неотчужденное поведение в труде, терминальные мотивы труда, творческое отношение к нему. Оно также чисто количественно более экономично, т.к. формирует идеологию человека на своем месте, повышает общественную ценность самовыражения личности, а такие лица творческий характер своего труда относят к вознаграждению, в то время как отчужденные рассматривают творчество как то, что должно вознаграждаться [8].

Ориентация на подкрепляющее стимулирование отнюдь не означает отказа от тесной связи стимулов с результатами труда. Оно даже более приспособлено для реализации принципа оплаты по результатам труда, т.к. предполагает распределение благ только после завершения деятельности и не дает никаких гарантий оплаты выполненной, но никому не нужной работы.

К области эффективного применения опережающей формы организации стимулирования труда следует отнести работы, дающие возможность однозначно измерить и оценить труд (сфера простого индивидуального труда), виды деятельности, в которых объект управления не оказывает большого влияния на трудовой процесс, где он является своеобразным живым роботом, где преобладает бессодержательный, тяжелый, грязный, неприятный труд. В остальных ситуациях предпочтение следует отдавать подкрепляющим формам стимулирования.

Наиболее полно специфика опережающего стимулирования проявляется в сфере материального стимулирования труда, осуществляемого в денежной форме. Однако в виду того, что вопросы денежного стимулирования освещены в научной литературе наиболее полно, остановимся на материальном неденежном стимулировании трудовой деятельности.

Материальное неденежное стимулирование. К материальным неденежным стимулы относятся только в том случае, если они представляют собой товары или услуги прямо или косвенно оплачиваемые организацией. Смысл этого состоит в том, что работник получает благо непосредственно от организации. Если же человек приобретает такой же товар или услугу за деньги, полученные от организации на удовлетворение любых своих потребностей, то это не является актом материального неденежного стимулирования.

Материальные неденежные блага как стимулы трудовой деятельности каждое в отдельности не универсальны (в том смысле, что не всех людей одинаково побуждают), быстро насыщаемы и обладают плохой делимостью в сравнении с денежными стимулами, но всей своей совокупностью они универсальны, ненасыщаемы и настоятельны.

К достоинствам материальных неденежных стимулов в сравнении с денежными с точки зрения их объективной силы в отношении людей относится то обстоятельство, что деньги имеют свойство растворяться в общем балансе семьи, быстро расходоваться, а премии —

так же быстро забываться. Материальные неденежные стимулы оставляют более значительный след в памяти — постоянно напоминают о трудовых успехах. Кроме того, как отмечают западные специалисты по мотивации, материально-неденежные блага, так называемые «товарные стимулы», предоставляемые фирмами, экономически выгодны для работников — они могут приобретаться фирмой по оптовым ценам и тем самым с поощряемых снимается торговая наценка розничной торговли. Кроме того, в США налоги на поощрения работников стоимостью до 400 долларов оплачиваются компаниями.

Использование материальных неденежных стимулов выгодно также и для предприятий. Фред Морер, менеджер по продажам Canon USA, г. Лейк Саксесс, Нью-Йорк, считает, что в глазах работников ценность вещевых призов превышает фактические затраты фирмы [9, с. 59-61].

Материальные неденежные стимулы используются в различных организационных формах — а) в качестве целевого опережающего стимулирования (по контрактному принципу), б) как оперативное подкрепляющее стимулирование (поощрение за выдающиеся действия и успехи), в) по принципу «меню» или «кафетерия», когда на определенную сумму заработанных баллов или купонов человек по собственному усмотрению выбирает те или иные блага. Применяются они также в качестве подарков к юбилеям.

Использование «заменителей денег» (баллов или купонов), которые можно обменять на материальные блага, позволяет западным менеджерам придать универсальность предлагаемым в качестве поощрения товарам и услугам. То обстоятельство, что при такой организационной форме человек сам себе выбирает благо, ведет к росту его удовлетворенности поощрением.

С помощью материальных неденежных стимулов решаются различные управленческие задачи — привлечение и удержание на фирме персонала, повышение общей трудовой активности (во всех областях деятельности и поведения) и результативности в важнейших для фирмы направлениях деятельности.

Материальное неденежное стимулирование более всего приспособлено для использования в форме подкрепления. Однако требует индивидуального подхода к работникам и учета их интересов и потребностей. Западные специалисты называют эту проблему необходимостью тщательного администрирования. Так они считают, что для этой роли наиболее приемлемы товары, которые:

- долго сохраняют свою ценность;
- отражают качество достижений и благодарность компании;
- вызывают гордость от владения;
- полезны, подходят к стилю жизни и вкусам работника;
- создают положительный образ компании;
- охвачены гарантией и подлежат обмену.

При выборе памятных подарков от компании следует придерживаться следующих базовых критериев выбора.

1. Предмет должен быть такого высокого качества, чтобы положительно влиять на имидж компании;
2. Это должно быть что-то желанное для каждого, самый современный предмет, находящийся на самой вершине покупательского спроса;
3. Его воспринимаемая ценность должна превышать затраты.
4. Фирменное название должно быть узнаваемым и вызывать приятные ассоциации.

Предлагается также основываться на принципе комплексности подбора товаров для поощрения в зависимости от предпочтений работников. Например, следует соединять

поощрение туристической поездкой или путешествием с сопутствующими им товарами или группировать их вокруг определенной темы [9].

Как видим, индивидуализация материальных неденежных стимулов является определенного рода направлением развития данного вида стимулирования, которому западные менеджеры уделяют значительное внимание.

В целом отечественный и зарубежный опыт свидетельствует, что среди недостатков материального неденежного стимулирования следует отметить необходимость осуществления порой значительных организационных усилий, осуществления учета индивидуальных результатов труда работников и перевода их в баллы или купоны и изучение и учет актуальных потребностей персонала. Существенным недостатком материально-денежных стимулов для оперативного управления является тот факт, что они не подходят для работников с низкими доходами, что особенно важно для сегодняшней ситуации в России.

Между тем ситуация и у нас постепенно меняется и для оценки долговременных перспектив этого вида материального стимулирования немаловажным является учет того обстоятельства, что в настоящее время 63 % американских рабочих называют «вещевые» поощрения очень важными [9, с. 59].

Следующим по развитости на практике и представленности в общественном сознании видом трудового побуждения в России является моральное стимулирование труда. Рассмотрим его подробнее.

Моральное стимулирование персонала. Моральное стимулирование является самой развитой и широко применяющейся подсистемой нематериального стимулирования труда в отечественном народном хозяйстве. Моральные стимулы — это такие стимулы, действие которых основывается на потребности человека в общественном признании.

Сущностью морального стимулирования является передача информации о заслугах человека, результатах его деятельности в социальной среде. Оно имеет информационную природу, является информационным процессом со своим источником, носителями, каналами передачи информации и приемниками. Поэтому чем точнее передается такая информация, тем лучше система стимулирования выполняет свою функцию.

Моральные стимулы могут быть названы «языком» общественного признания. Сравнение людьми полученных стимулов представляет собой для них свернутое сравнение их заслуг перед обществом, результатов деятельности. Это предъясняет требование к однозначности трактовки авторитетности тех или иных стимулов.

Отсутствие согласованных положений о моральных стимулах, единства в оценке их авторитетности и, стало быть, отсутствие единого «языка» является одним из самых больших недостатков морального стимулирования.

По степени конкретности условий применения стимулы делятся на стимулы общего действия и целевые. К стимулам общего действия относится большинство моральных поощрений, такие, как благодарность, Почетная грамота, Доска и Книга Почета, большинство трудовых орденов и медалей, многие звания. Они рассчитаны на поощрение трудящихся во всех видах деятельности, отмечают как разовые высокоэффективные действия трудящихся, так и продолжительный образцовый безупречный труд. Для стимулов общего действия невозможно создание конкретных положений, формулировка условий их применения должна иметь, и имеет принципиально общий характер.

Для целевых стимулов могут и должны разрабатываться конкретные положения, условия их применения должны быть четко определены. Они, в свою очередь, делятся по характеру конкретности на эталонные и соревновательные.

При этом положения о стимулах эталонной группы содержат абсолютные или относительные показатели результатов труда. Такие положения могут иметь звания типа «Наставник молодежи», «Отличник качества», «Коллектив высокой культуры труда» и т. д. Важно, чтобы в них устанавливался совершенно конкретный уровень результатов в той или иной достаточно узкой сфере деятельности, достижение которого было бы условием его получения. Положения о соревновательных стимулах отличаются иным характером конкретности — указанием на занятое участником место в соревновании, конкурсе.

К соревновательным стимулам, конечно, при правильно разработанном положении могут относиться звания типа «Победитель конкурса», «Лучший по профессии», «Рекордсмен...», «Чемпион...».

Моральные стимулы общего действия больше приспособлены для использования в подкрепляющей форме организации, эталонные и соревновательные — в опережающей.

Каждый официальный моральный стимул имеет формальный и неформальный статус. Статус морального стимула — это его положение среди других моральных стимулов, авторитет его в общественном мнении, значимость. При этом официальный статус представляет собой санкционированное учредителем положение стимула, его официально принятый, утвержденный авторитет, значимость. Этот вид статуса стимула проявляется в месте, которое он занимает в системе (конкретная ступень); в принятой последовательности поощрения; в частоте применения (чем выше статус, тем, как правило, реже применяется стимул); в мере сочетания с материальными стимулами; в последовательности ношения (для нагрудных знаков, орденов и медалей); в положении стимула в различных упорядоченных перечнях; в регламентированной торжественности процедуры вручения.

Неформальный статус морального стимула — это фактическое положение стимула в иерархии моральных стимулов, реальный авторитет, значимость в глазах людей. Он проявляется в отношении к стимулу трудящихся и организаторов стимулирования, в их оценках и предпочтениях; в степени стимулируемой активности трудящихся; в частоте демонстрации окружающим, ношении знаков, орденов, медалей окружающим. Неформальный статус морального стимула зависит от степени сложности достижения условий его получения; официального места в системе стимулов (формального статуса); уровня стимулирующей инстанции; частоты применения; торжественности процедур; размера материальной составляющей; объема сопутствующих льгот и преимуществ материального и духовного характера; справедливости поощрения данным стимулом; своевременности поощрения и др.

Серьезнейшей проблемой морального стимулирования является девальвация, обесценение стимулов. Основной причиной обесценения является поощрение лиц, недостойных награды. В этом случае формальный статус назначенного поощрения противоречит реальным результатам деятельности поощренного. К обесценению ведет также отрыв распределения моральных поощрений от распределения других видов благ, от практики неформального выражения руководителями признания трудящихся в процессах управления, а также чрезмерно частое использование моральных поощрений в отношении отдельных лиц. Моральные стимулы легко поддаются обесценению потому, что в отличие от других жизненных благ, находящихся в том или ином естественном дефиците, они относительно легко тиражируются. Это свойство рождает соблазн их чрезмерно частого применения.

Количественный параметр применения стимулов является одним из надежных индикаторов недостатков в практике их использования на предприятиях и поэтому должен контролироваться. На применение всех видов моральных стимулов уже при учреждении

должен устанавливаться количественный предел, ограничение, лимит, превышение которого не должно допускаться.

Регулирование количественного параметра применения моральных поощрений не снимает полностью проблему их обесценения. Однако это одно из необходимых звеньев ее решения.

В последнее время в периодической печати все чаще высказывается мнение о необходимости возрождения практики морального стимулирования труда.

Американские консультанты сегодня советуют менеджерам своих фирм: «Вручайте грамоту за успехи в работе!», «Создайте Зал славы с фотографиями своих работников!», «Сфотографируйте человека, которого поздравляет начальник. Вставьте снимок в рамку. Выставьте фотографии лучших работников в холле!», «Назовите что-нибудь именем работника и повесьте табличку, удостоверяющую это (например, коридор им. Сьюзи Джонс!)», «Арендуйте рекламный щит и разместите на нем сообщение с фотографией и именем сотрудника!» [9, с. 25-66]. Они пишут: «многие люди хотят, чтобы организации меньше использовали материальные, а больше — социальные поощрения. Большинство людей мечтает о том, чтобы кто-то взглянул им в глаза и сказал: «Мне нравится, как вы работаете» (там же, с. 35). Исследование Управления природных ресурсов Миннесоты показало, что для 68 % респондентов важно, что другим нравится их работа; 63 % хотели бы получать больше признания на работе; 67 % считают, что большинству людей требуется похвала за работу, и только 8 % опрошенных думают, что люди не должны стремиться к похвале за свой труд (там же, с. 31).

Западные фирмы помимо других поощрений широко используют для выражения признания своему персоналу такие известные нам по советским временам формы как устные благодарности на собраниях, Почетные грамоты, направление Благодарственных писем семьям, статьи о работнике в газете, вручение Диплома по результатам месячной работы, признание Лидером месяца и вполне новые, в духе времени, которые неплохо использовать и нам, например, благодарность по электронной почте [9, с. 28-30].

Другим универсальным средством, которое широко используется для активизации различных форм, в том числе и трудового, поведения является свободное время. Стимулирование свободным временем интенсивно применяется в управленческой практике, как в России, так и за рубежом.

Стимулирование персонала временем. Одновременно с ростом образования и материальной обеспеченности людей происходит возрастание потребности их в свободном времени. Потребность во времени является универсальной, обобщающей потребностью. Она вмещает в себя многие другие потребности, является отражением одного из важнейших условий их удовлетворения, надежным показателем возвышения потребностей общества.

Мы определяем стимулирование временем как сокращение рабочего времени работникам в соответствии с их вкладом в деятельность организации, а также предоставление права его перераспределения в определенных границах в удобной для них форме.

Время как стимул обладает рядом достоинств. Оно хорошо поддается измерению, т. е. имеет общепринятые единицы измерения. Обладает хорошей делимостью. Это дает возможность на его основе легко строить любые функции стимулирования. Оно может использоваться как в подкрепляющей, так и в опережающей формах организации. Здесь просто использовать привычную для экономистов и хозяйственников схему построения стимулирующих систем. Иначе говоря, время имеет почти все те же особенности, которыми характеризуются денежные стимулы.

Стимулирование свободным временем представляет собой сокращение рабочего времени лучшим работникам в соответствии с их трудовым вкладом, а также предоставление права его перераспределения в определенных границах в удобной для них форме. Существует три направления использования времени в качестве стимула. Первое направление представляет собой частичную компенсацию работнику затрат времени за общественную и государственную деятельность сверх рабочего дня. Так, согласно ст. 186 современного трудового кодекса России безвозмездное донорство стимулируется двумя днями за каждую сдачу крови. По ст. 170, 171 работник, принимающий участие в выполнении государственных и общественных обязанностей (например, участвующий в проведении предвыборных кампаний), получает неоплачиваемый отпуск со стороны работодателя. Согласно ст. 171 участие члена комиссии по трудовым спорам предприятия во время заседания комиссии оплачивается работодателем.

Второе направление использования времени в качестве стимула трудовой деятельности представляет собой сокращение количества рабочего времени в соответствии с ростом производительности труда работника. Ему предоставляется часть достигнутой им экономии времени.

Третье направление использования времени в качестве стимула трудовой деятельности состоит в предоставлении достойным членам рабочей группы права на распределение своего рабочего времени в соответствии с собственными интересами. Оно может осуществляться в течение суток, рабочей недели, месяца. Примером такой формы является гибкий график работы [6]. Смысл его состоит в том, что работнику предоставлено право сдвигать время начала и окончания рабочего дня на 2-3 часа в соответствии со своими интересами при условии выполнения необходимого объема работ и отработки положенного фонда рабочего времени за день или неделю. Это позволяет людям существенно экономить время, связанное с работой, например, за счет транспорта, или приспособиться к режиму работы обслуживающих предприятий и учреждений, делает их более свободными и ответственными.

Гибкий (или скользящий) график давно и широко применяется за рубежом. Причина этого состоит в том, что время является высокоэффективным средством трудовой мотивации персонала.

Многие западные фирмы с помощью дополнительных отпусков поощряют преданность им, повышают стабильность состава персонала и его трудовую отдачу. Так, после нескольких лет работы в корпорации Intel работники получают право на восьминедельный оплачиваемый отпуск в дополнение к обычному трехнедельному. Они могут попросить полугодовой оплачиваемый отпуск для преподавания или учебы. McDonald's предлагает трехмесячный отпуск после десяти лет службы. Производитель контрольных приборов Moog Automotive предоставляет семинедельный отпуск на десятый год работы в дополнение к трехнедельному отпуску. Еще один семинедельный отпуск предоставляется еще через каждые пять лет. Если служащий не желает воспользоваться полным отпуском, ему выплачивается денежная компенсация. Оплачиваемые отпуска предоставляются также в Tandem Computers, где служащие получают шесть дополнительных недель за каждые четыре года стажа. Компания Time Warner дает частично оплачиваемый дополнительный отпуск (от трех до шести месяцев) после пятнадцати лет работы [9, с. 48-50]. В фирме Pitney Bowes действует специальная отпускная программа, в рамках которой работник получает дополнительный месяц отпуска на двадцать пятую годовщину. Та же награда предлагается лучшим сотрудникам каждый пятый год [там же, с. 167].

Конечно, долговременные отпуска даются работникам на большинстве фирм на определенный срок и обычно не оплачиваются. По истечении этого срока работник

возвращается на занимаемую им ранее должность. Сотрудник может взять долгосрочный отпуск в связи с рождением ребенка, болезнью, путешествием, уходом за больными родителями и т.п. Любопытна практика части фирм поощрять работников с помощью дополнительного свободного времени поддерживать свое здоровье. Схема поощрения такова — фирма объединяет все оплачиваемые рабочие дни: очередной отпуск, отгулы (обычно от двух до шести отгулов в год) и больничные (приходящиеся в среднем на одного работника) под общим названием — оплачиваемые выходные. Это дает возможность служащим использовать выходные дни по своему желанию.

Общий вывод, который можно сделать относительно возможностей и перспектив использования времени в качестве стимула труда, состоит в том, что эти возможности велики, а перспективы все более впечатляющи. Необходимо лишь понимание этого со стороны менеджеров, желание поставить их на пользу предприятию и определенная гибкость стиля работы.

В целом механизмы, средства, способы и приемы стимулирования персонала представлены в таблице 2.

4. Принудительная мотивация персонала

Среди методов управленческого воздействия на человека принуждение занимает особое место. Выше уже говорилось о том, что в сравнении с другими методами формирования мотивов поведения человека (стимулированием и прямой мотивацией) принудительная мотивация обладает такими неоспоримыми преимуществами для практики управления, как относительная простота, оперативность и высокая экономичность.

Таблица 2

Характеристики видов стимулирования

Виды	Характеристики			
	Механизмы	Средства	Способы и приемы	Результаты и последствия
Материальное	Использование желания улучшить удовлетворение материальных потребностей	Предоставление и обещание предоставить материальные блага в денежной и неденежной форме	Уровень заработной платы, премии, преимущества, льготы, ценные подарки, право на бесплатные услуги, изделия или полуфабрикаты и т. п.	Подчинение, качественное исполнение работ при достаточной силе стимула и уровне контроля. При опережающей форме
Моральное (престижное)	Использование желания улучшить удовлетворение моральных потребностей	Представление и обещание представить к поощрению знаками общественного признания	Благодарности, почетные грамоты, дипломы; книги, доски, стеллы почета; знаки, значки, медали, ордена; почетные звания; памятники, мемориалы и т. п.	организации — отчуждение от смысла деятельности, моральный конфликт между долгом и выгодой, «торг»

Виды	Характеристики			
	Механизмы	Средства	Способы и приемы	Результаты и последствия
Стимулирование временем	Использование желания улучшить удовлетворение потребности в свободном времени	Предоставление и обещание предоставить свободное время, сократить рабочее время	Дополнительные оплачиваемые отпуска за выполнение государственных и обществ. функций, за произв. показатели, премиров. из бригадного фонда рабочего времени; гибкий график работы и т. п.	с руководителем, поиск обходных путей к стимулу и т.п.
Трудовое (организационное)	Использование желания улучшить удовлетворение потребности в продвижении в системе	Предоставление и обещание предоставить возможность должностного и профессионального продвижения	Повышение в должности, занесение в резерв, повышение квалификации, предоставление дополнительных организационных возможностей и т.п.	

Субъекту руководства в этом случае нет нужды долго уговаривать своих подопечных или искать им благо для посула. Чтобы побудить их к действию, к выполнению задания достаточно пригрозить наказанием — ухудшением удовлетворения каких-либо потребностей, ущемлением в правах. Из двух зол — неприятности, связанной с выполнением задания, и неприятности от наказания — человек естественным образом выбирает меньшее. Субъекту управления (руководителю, педагогу, родителю и т. д.), таким образом, надо лишь выбрать соответствующее наказание и обеспечить его неотвратимость.

В истории всего человечества, управление людьми начиналось с принуждения. И лишь постепенно и понемногу его вытесняли стимулирование и прямая мотивация. Но и до сих пор принуждение является самым расхожим и универсальным средством воздействия на людей.

Ввиду многообразия проявлений дадим несколько определений принуждения (принудительной мотивации). Прежде всего, принуждение — это специфический метод управленческого воздействия на человека или социальную группу с целью вызвать их желательное поведение с помощью применения или угрозы применения наказаний.

Кроме того, принуждение можно определить как способ мотивационного воздействия на социального субъекта (человека или социальную группу), основанный на придании требуемым от него действиям статуса неотложной необходимости, нужды; как способ управленческого воздействия на человека или социальную группу, основанный на использовании в отношении их насилия; тактики силового, политического, психологического или идеологического давления; на умении их заставить.

Как видно из приведенных выше определений принуждение невозможно без негативного воздействия на человека или социальную группу, без какого-либо их ущемления. При этом инструментом принуждения является наказание. Где нет наказания или угрозы наказания, там нет и принуждения. Стремление избежать наказания составляет основной мотив поведения объекта управления в ситуации принуждения. В этом обстоятельстве заключены все основные достоинства и все недостатки метода.

Выделяются следующие формы принуждения: по степени регламентации — принуждение по правилам (регламентированное) и принуждение без правил (нерегламентированное, произвол); по моменту осуществления воздействия — принуждение-угроза, принуждение-подкрепление и принуждение-кара (возмездие); по степени открытости — открытое принуждение и скрытое принуждение.

Важнейшей характеристикой принудительной мотивации является степень регламентированности применения наказаний по видам нарушений, проступков и по виду и размеру взысканий.

При принуждении по правилам, которые сообщаются объекту управления заранее, человек может сознательно и эффективно избегать нарушения требований, в точности исполнять все правила и тем самым оградить себя от наказаний. Либо в соответствии со своими интересами вполне сознательно идти на некоторые нарушения регламента с готовностью понести соответствующие наказания, штрафы и др. При принуждении же без правил (когда человек не может заранее знать, чего нельзя допускать и/или какие санкции его ожидают в случае различных исходов дела) он не может предвидеть событий, обезопасить себя, не может адаптироваться к происходящему, в любой момент может ожидать неопределенного наказания, находится в состоянии не проходящего напряжения. Если это продолжается достаточно долго, то человек психически истощается и дезорганизуется.

Деление форм принуждения по моменту осуществления связано с проблемой времени получения человеком информации о последствиях нарушения им правил, требований, норм. Так, если он получает эту информацию до начала действий, то это предстает как угроза, предупреждающая возможные негативные последствия. Если информация появляется в момент осуществления нежелательного поведения и имеется возможность его прекратить, то это будет актом принуждения — подкрепления (информация может подаваться одновременно с самим наказанием). Если же информация о последствиях нарушения является существенно отсроченной от момента его совершения, то наказание может быть оценено как кара или возмездие.

Настоящая классификация вызвана проблемой информированности персонала о правилах поведения, запретах и законах. Отсутствие такой информации приводит к нарушениям по незнанию. И, конечно, незнание законов не освобождает от ответственности за их нарушение. Этот юридический посыл нельзя абсолютизировать. Наказание человека, который совершил нечто, совершенно не подозревая о том, что этого нельзя делать, не может отменить совершенного, не способен повернуть время вспять. И в этом смысле абсолютно ничемно. Никакое наказание не управляет уже произошедшим. Другое дело, что оно рассчитано на последующий эффект. Наказание рассматривается как надежное информирование, как урок на будущее.

Для выполнения функции информирования нужны в наказании, однако, нет, достаточно было бы сказать человеку, что он не прав и что подобное деяние наказуемо. Так что более всего здесь действует мотив недоверия и кары, возмездия — человек, ощутив страдание, якобы лучше прочувствует свою вину и другой раз подумает прежде, чем совершить проступок. Такова обычная мотивировка применения наказаний. Ведь человек обладает

разумом, а значит способностью к предвидению. Но если «предвидение приятного создает радость, которая превращается в мотивацию, если я начинаю действовать для приближения будущего, предвкушая удовольствие», то предвидение страдания создает страх и попытку избежать его [10, с. 130-131].

Момент, когда осуществляется наказание, имеет весьма существенное значение для мотивации человека. Если таковым является сам момент совершения нежелательного действия, то оно (действие) имеет тенденцию к свертыванию. Таковы законы реакции на негативное воздействие всего живого на Земле. Если информация о наказании получена человеком до осуществления поступка, то по законам прогнозирования развития событий он может уstrasиться негативных последствий и оберечь себя от проступка. Правда, критики излишней рационализации человека утверждают, что для этого надо, чтобы соблазн был не очень велик, т. е. ограничиваемое действие не было бы очень привлекательным, а боязнь будущего наказания велика и, самое главное, чтобы субъект управления умел в достаточной степени контролировать себя.

И, наконец, если человек получил наказание уже спустя некоторое время после совершения проступка, то здесь также включен разум и опыт человека. Однако начинают играть роль и другие факторы — определение им того, за что он получил наказание, оценка меры справедливости наказания, сравнение с поведением в аналогичной ситуации и реакции на наказание других людей, своих возможностей избежать наказания в будущем и т. п.

Согласно бихевиористской точке зрения в том случае, когда наказываемое поведение более-менее важно для человека и его необходимо продолжать, то наказание и угрозы учат его лишь тому, чтобы не попадаться. По мнению психологов этого научного направления, наказание может успешно прекратить какое-либо поведение лишь в том случае, если кроме названного выше это поведение замечено рано и оно не превратилось в укоренившуюся привычку, и если наказание само по себе для человека — новость, неожиданность, к которой он еще не потерял чувствительность.

Что касается видов принуждения, то их целесообразно классифицировать по признакам:

- персонифицированности субъекта управления (персонифицированное и институционализированное, анонимное принуждение),
- по характеру ухудшения удовлетворения потребностей (принуждение, основанное на а) абсолютном, б) относительном в сравнении с ожидавшимся и в) относительном в сравнении с окружающими, ухудшении удовлетворения потребностей),
- по направленности действия (принуждение «сверху» и принуждение «снизу»),
- по содержанию ущемляемых потребностей (физическое, экономическое, политическое, моральное и психическое),
- по субъекту принуждения (индивидуальное и групповое, государственное, административное и общественное) и
- по объекту принуждения (индивидуальное и групповое).

Под персонифицированным принуждением понимается такое принуждение, при котором может быть более-менее четко выделен субъект, осуществляющий принятие решения о наказании, выбор его вида и меры, т. е. конкретная личность или должность (непосредственный начальник, начальник начальника, директор предприятия, глава администрации, мэр города, губернатор, министр и т. д.).

К этому конкретному субъекту можно апеллировать об отмене наказания, на него можно возложить ответственность за несправедливость наказания или за бездействие в ситуациях, требующих принудительных мер, направить на него свой гнев и, в конце концов, на него можно организовать давление с целью изменения решений.

При институционализированном, анонимном виде принудительной мотивации, напротив, выделение такого конкретного субъекта затруднено. Решение о наказании исходит от некоего безликого социального института – группы людей, коллегиального органа, предприятия, ведомства, общества в целом, и существует в виде свода писанных или неписанных правил, норм, законов, традиций и т.п. Непосредственные же исполнители наказаний рассматриваются как лица, реализующие чужую волю, на которых в полной мере нельзя локализовать ответственность за происходящее. Л. Гозман так характеризует это явление: «Чувствительность аттракции к негативным действиям окружающих ниже, если они вынуждены, а не специальные. Можно представить, что то же самое имеет место и в случае, когда они предписаны нормой» [1, с. 71-72].

В зависимости от того, как в данном контексте определяется вид принуждения самим наказываемым, в значительной степени зависит характер его переживаний и действий и, стало быть, управленческий, психологический и социальный эффекты принуждения.

По направлению принудительных действий в управленческой диспозиции целесообразно выделять принуждение «сверху» и принуждение «снизу». Они различаются, прежде всего, по условиям осуществления.

Принуждение «сверху» является основным видом принуждения. В вопросе — кто кого принуждает? – казалось бы, все ясно. Более высокий по статусу принуждает нижестоящего. Однако на самом деле все не так однозначно. Примером принуждения «снизу» является забастовка, кампания гражданского неповиновения, манифестация, восстание, революция, «работа по правилам», кланченье, плач ребёнка и т.п. Разумеется, принуждение «снизу» возможно там и в той мере, где и в которой субъект управления нуждается в объекте управления и, стало быть, зависит от него. Эта зависимость переворачивает субъект-объектные отношения, точнее, дополняет основную диспозицию субъекта и объекта принуждения встречными отношениями зависимости. В этом смысле работодатель в такой степени зависит от работника, в какой он не может обойтись без него, а правительство зависит от народа в той степени, в какой оно не может обойтись без граждан.

По субъектам принуждение делится на индивидуальное и коллективное, а также на государственное, административное (ведомственное) и общественное. Они имеют различные основания и средства осуществления принудительной мотивации подопечных.

Так государственное принуждение строится на законодательной основе и имеет для его обеспечения специальную систему — армию, милицию (полицию), суд, прокуратуру, систему специализированных учреждений (тюрьмы, исправительно-трудовые учреждения и т.п.), органы юстиции и использует все возможные средства — физические, экономические, идеологические, психологические, моральные. Этот вид принуждения обеспечен силой и мощью государства.

Административное принуждение осуществляется органами и субъектами ведомственного управления, в значительной мере регламентировано правовыми актами и подконтрольно государству. Для его осуществления используются различные ущемления наказываемых в занятии должностей, продвижении, режиме деятельности, в экономической сфере, в различных благах и льготах ведомственного характера.

Общественное принуждение — это, во-первых, принуждение членов первичных трудовых, воинских, спортивных, учебных и прочих коллективов со стороны самих коллективов, во-вторых, принуждение членов внутри различного рода общественных организаций и, в третьих, принуждение в быту, на улице, на транспорте и т.д. Оно направлено на обеспечение соблюдения различного рода писанных и неписанных правил, норм, общественных традиций и регулируется ими. Здесь принуждение, как правило, строится на моральных, психологических средствах, общественном мнении. Сила

общественного принуждения может быть чрезвычайно большой, созидательной и, напротив, разрушительной, управляемой и стихийной.

Здесь уместно упомянуть глубокое наблюдение Юрия Корхова о том, что в рамках трудовых коллективов принуждение по всем общественным линиям (идет ли речь об уплате членских взносов, распространении по разнарядке билетов в театр или на футбол, осуществлении принудительной подписки на газеты и т. п.) в советский период держалось на ответственности (наказуемости) человека по административной линии. «Выполнения всего этого требует от вас непосредственный начальник. Он как бы вбирает в себя все обязанности подчиненных и отвечает за них в свою очередь перед следующим руководителем по вертикали управления. Попытка увильнуть от любой из обязанностей встречает негативную реакцию (неудовольствие, раздражение) непосредственного руководителя. А какой нормальный человек захочет портить отношения с начальником из-за какого-то пункта обязанностей? Если уж подчиняешься по всем остальным пунктам, то будешь ли спорить, например, по поводу ненужных билетов на футбол?» [4, с. 241-242].

В командно-административной системе с ее иерархическим строением и органическим авторитаризмом принуждение является ведущим методом мотивации, детально разработано, глубоко эшелонировано, обеспечено идеологически и вполне в духе системы жестко централизовано.

По содержанию потребностей, на угрозе ухудшения удовлетворения которых основано принуждение, выделяют, прежде всего, экономическое и внеэкономическое принуждение. Кроме того, в литературе в той или иной форме есть упоминание о физическом, политическом, идеологическом, духовном, моральном, нравственном, психическом и психологическом принуждении. На наш взгляд, в составе внеэкономического принуждения в настоящее время можно более-менее определенно выделить четыре вида принуждения: физическое, политическое (идеологическое), моральное (нравственное) и психическое (психологическое) принуждение.

Под психическим (психологическим) принуждением тогда можно иметь в виду воздействие на психику человека с помощью угроз расправы над ним или его близкими, шантажа, распространения компрометирующих сведений (истинных или ложных), клеветы, оскорбления словом, руганью, преднамеренным обманом и т.п. Цель такого рода воздействий — вызвать состояние постоянного страха за себя или близких людей, напряжения, психического страдания, тревоги и, сделав жизнь человека невыносимой, вынудить (принудить) его к необходимому поведению, согласию на какие-либо уступки и т. п.

Моральное принуждение также касается воздействия на духовную сферу человека, но механизм его иной. Человек ставится в ситуацию необходимости отчитываться перед людьми за свои проступки, обсуждать собственные недостатки, давать обещания по их искоренению, переносить насмешки окружающих. У него вызывается страх за собственный престиж, боязнь ухудшения отношения к нему окружающих людей.

Средствами морального принуждения являются замечания, предупреждения, выговоры, общественное порицание, сатирические произведения, различные способы негативного выделения человека в среде, больно затрагивающие его самолюбие, понижающие его самооценку.

Физическое принуждение состоит в угрозе ограничении свободы действий, передвижения, свободы образа жизни, в угрозе физического наказания (причинения физической боли, страданий) и в осуществлении их. Физическое принуждение основано на возможности захватить человека, избить, связать, изолировать, лишить пищи, воды, сна, других физиологических отпращиваний.

По-видимому, все виды принуждения базируются, в конце концов, на физическом принуждении, имеют его, так сказать, про запас, на крайний случай. Это самый жестокий и, видимо, наиболее действенный способ принуждения, кардинально и быстро решающий поставленную принуждающим задачу.

Экономическое принуждение связано с угрозой ухудшения или ухудшением удовлетворения материальных потребностей человека, понижением уровня его материальной обеспеченности, потерей средств к существованию. Экономическое принуждение не столь жестко, как физическое. Оно оставляет человеку время на раздумье, дает возможность проявить определенную меру независимости, самостоятельности, своеобразия, в большей мере обеспечивает ощущение свободы. Ибо оно не имеет того характера неотложности, каким отличается физическое принуждение.

Человек ради сохранения своей независимости, соблюдения незыблемыми собственных принципов, сохранения достоинства может пойти на крупные материальные потери и временное снижение уровня жизни. Возможность "сохранить лицо" вытекает из допускаемой экономическим принуждением возможности избежать первой, самой тяжелой фазы принуждения - фазы понижения статуса. Отберите у человека все материальные блага — он может сохранить гордость и чувство собственного достоинства, начать все с начала, удовлетвориться минимальным и т. д. Во всяком случае, какое-то время.

При всей своей мягкости экономическое принуждение по своей сути на больших отрезках времени настоятельно. Затрагиваемые им потребности насущны и, в конце концов, требуют своего удовлетворения. Поводок материальной зависимости, на котором ходят все, даже самые гордые, длинен и оставляет много свободы для движений, но он очень надежен. Ибо он отражает зависимость человека, прежде всего, от материальных условий существования.

К мерам экономического принуждения относятся всевозможные изъятия материальных средств (финансовых, денежных, вещных), штрафы, налоги, пени, неустойки, возмещение ущерба, конфискация имущества. В сфере трудовых отношений к ним добавляются понижение оклада, разряда, перевод на нижеоплачиваемую работу, лишение и понижение премии, годового вознаграждения, выплат за выслугу лет, понижение в должности т. п.

Экономическое принуждение может осуществляться по правилам, в известность о которых объект управления ставится заранее, и тогда тем более человек свободен выбирать свой путь в пространстве экономических ориентиров. Он может выбирать путь без наказаний или, по каким-либо причинам, сознательно идти на определенные их нарушения, принимая за это на себя соответствующие материальные издержки.

И так, с точки зрения управления человеком принудительная мотивация, основанная на страхе, очень сильное средство воздействия. Она оперативна, экономична (как правило, не требует для осуществления много времени и каких-либо благ), универсальна (у каждого человека найдется, что отнять, или чем ему пригрозить) и проста [17, с. 29-30].

Принудительная мотивация, безусловно, допустима в оперативном управлении для реализации срочных заданий, а в ряде ситуаций (аварийные, стрессовые ситуации, стихийные бедствия, массовые волнения и т. п.) она просто необходима. Однако принудительная мотивация имеет и существенные недостатки, которые побуждают управленцев постепенно ограничивать ее использование.

Для своевременного «диагностирования» способов принуждения значительный интерес представляет выделение операциональных признаков, индикаторов принуждения. В своём исследовании мы выделили более 20 таких признаков [20, с. 191-192].

Однако самым достоверным признаком принудительного характера управления человеком, хотя и не лежащим на поверхности, является характер его мотивов — в нем

преобладают мотивы избегания, защиты, избавления от наказания, будь то наказание извне или внутреннее — в виде тревоги, чувства вины, стыда, страха.

Важной составляющей теории управленческой мотивации является проблема особенностей восприятия людьми наказаний. В отечественной науке этот вопрос на сегодняшний день эмпирически изучен крайне слабо и потому сегодня можно зафиксировать лишь самые общие положения.

Во-первых, наказания никому из нормальных людей не нравятся и в силу этого каждый готов их избегать, каждый осуждает применение их в отношении себя.

Во-вторых, наказания человек воспринимает более глубоко, чем поощрения, он к ним более чувствителен.

В-третьих, восприятие наказаний в значительной степени зависит от оценки их как справедливых или несправедливых (справедливое наказание человек готов терпеть и поэтому в ряде ситуаций берет на себя соответствующие обязательства, несправедливое наказание переживается тяжелее, к нему прибавляется груз переживания самой несправедливости).

В-четвертых, на восприятие наказания объектом управления оказывает влияние оценка им мотивов в осуществлении этих наказаний со стороны субъекта управления.

Значительной проблемой практики управления является девальвация, обесценивание наказаний, которое происходит в основном по причине их чрезмерно частого применения и невозможности в связи с этим объекту управления избежать такового. Субъективная оценка человеком вероятности избежать наказания решающим образом определяет тактику его поведения в пространстве внешних обстоятельств.

Здесь возможны следующие варианты:

Вариант I. Управленческая ситуация очень четко определена. Существуют четкие правила поведения в ней. За нарушение их назначены совершенно определенные наказания, которые применяются неукоснительно (управление по правилам).

Вариант II. Управленческая ситуация определена не очень четко. Наказания применяются решительно и сильно зависят от личного разума, настроения и пристрастий субъекта управления. Нет заранее оговоренных принципов поведения и правил применения наказаний (управление без правил).

Вариант III. Управленческая ситуация определена также не очень четко. Ясных правил поведения нет или их никто не придерживается. Наказания со стороны субъекта управления чрезвычайно редки, применяются в исключительных случаях. Вообще организующая роль управления принижена. Ситуация развивается стихийно, на основе каких-то трудно определяемых закономерностей (фактическое отсутствие управления).

Как это очевидно, каждая ситуация диктует включенному в нее объекту управления свою тактику поведения. Так, поскольку третий вариант почти исключает получение им какого-либо наказания, то и поведение его может быть максимально свободным, самоопределяющимся, в том числе и безответственным...

При первом варианте велика как вероятность наказания (в случае нарушения правил), так и вероятность избежать наказания (в случае соблюдения правил). Этот вариант в наибольшей степени ставит развитие личной ситуации для объекта управления в зависимость от собственного поведения. Сумеет он управлять собой в должной мере — избежит наказаний, не сумеет — будет наказан.

Второй вариант оказывается для человека наименее желательным по той причине, что не совсем ясно, что же от него требуется, как необходимо себя вести, и не совсем понятно за какое нарушение и чем придется расплачиваться. Высокая неопределенность ситуации рождает, с одной стороны, постоянный страх быть наказанным, испытать неприятности, а с

другой, — стремление угадать развитие событий, быстро сориентироваться, что в свою очередь сильно направляет внимание подчиненного на лицо, осуществляющее власть, вызывает стремление предугадать его поведение, замыслы, уловить прихоти, формирует постоянную неуспокоенность и стремление услужить тому, от которого здесь все зависит.

Для предупреждения девальвации наказаний должен быть выбран некоторый их количественный оптимум, который определяется как объемом нарушений, так и самыми общими соображениями, связанными с выбором стиля руководства, характеристиками управленческой философии, с такими ее элементами как соотношение наказаний с поощрениями [18, с. 42-44], место человека в системе целей организации и т. п.

Одним из самых действенных средств изживания принудительных форм мотивации в нашей стране должна стать замена их стимулированием. Это значит, что те задачи, которые раньше решались различного рода угрозами, надо решать на интересе, выгоде людей. Это значит также, что решавшиеся ранее методами прямого (физического или административного) принуждения задачи, надо переводить на систему более мягких и более действенных средств, прежде всего экономических санкций.

Опыт регулирования поведения людей с помощью экономических санкций вместо прямого принуждения имеется в нашей дореволюционной истории. Людей не надо было по любому поводу увольнять или сажать в тюрьму, можно было наказать рублем. Чтобы убедиться в этом и перенять "передовой" опыт в этой области, достаточно поднять архивы старых крупных российских предприятий.

Например, из табеля взысканий с рабочими Тверского вагоностроительного завода следует, что в руках руководителей, начиная с мастеров и табельщиков, была четко регламентированная и гибкая система экономических санкций, которая позволяла поддерживать трудовую дисциплину на их участках на приемлемом уровне. При этом не надо было грозить работникам выговорами, увольнением или судебным преследованием. Это само собой разумеется при достижении нарушениями соответствующего уровня тяжести.

И в наше время постепенно также расширяется практика применения экономических санкций взамен административного принуждения. Система обеспечения дисциплины простая и действенная. Снимается необходимость в длинных угрозах и в угрозах увольнения — «не хочешь платить — не опаздывай!».

Резюмируя можно сказать, что, в области трудовой мотивации нашим обществом более-менее осознана необходимость только одной части работы, а именно необходимость сознательного расширения экономических стимулов. Другая же часть — сознательное ограничение форм прямого, непосредственного принуждения — не осознана и, как следует, не осуществляется. Но эти задачи органически связаны друг с другом. Там, где не ликвидированы принудительные механизмы, развитие экономических мотиваций естественным образом, в виду инертности общественного сознания, затрудняется.

Поэтому следует, на наш взгляд, всерьез провести инвентаризацию правил и принципов организации производственной жизни, определить устаревшие инструкции и положения, решить, в какой последовательности от них отказываться и, не откладывая в долгий ящик, очистить поле трудовой мотивации для новых, современных форм и видов побуждения людей к труду.

В целом имеющиеся в распоряжении субъекта управления средства, способы и приемы принудительной мотивации представлены в таблице 3.

Заключение

Изложенная выше информация о специфике, достоинствах и недостатках средств мотивационного воздействия может быть положена в основу формирования оптимальной

системы мотивации работников конкретной организации с учётом её собственной специфики.

Таблица 3

Характеристики видов принудительной мотивации				
Виды	Характеристики			
	Механизмы	Средства	Способы и приемы	Результаты и последствия
Административное	Использование страха перед системой	Административные наказания и угроза их применения	Замечание, предупреждение, выговор, строгий выговор, понижение в должности, увольнение и т.п.	Подчинение требованиям, исполнительность, покорность. Пассивность. Раболепство перед начальством.
Экономическое	Использование страха перед ухудшением удовлетворения экономических потребностей	Экономические санкции и угроза их применения	Штрафы, пени, возмещение убытков, снижение оклада, премии, разряда, перевод на нижеоплачиваемую работу и др.	Бессилие, озлобленность, бунт. Прimitивирование личности, развитие эгоцентризма,
Моральное	Использование страха перед общественным осуждением и снижением самоуважения	Общественное осуждение и угроза такового	Лишение званий, наград, сатирические материалы, доски позора, антипочета, звания "наоборот", антипризы и т.п.	мелочности, мстительности Отчуждение от деятельности и высоких социальных целей
Политическое (идеологическое)	Использование страха перед возможностью политического или идеологического ostrакизма	Политическое, идеологическое давление	Исключение из политической партии, отказ в доверии и поддержке, резолюции, демонстрации, манифестации, кампаниях гражданского неповиновения и т.п.	
Психическое	Использование страха перед психическим страданием	Психическое давление	Шантаж, угрозы, нагнетание обстановки, распространение	

			порочащих слухов и т.п.	
Физическое	Использование страха перед физическим страданием, ограничением свободы действий, передвижения	Физическое наказание, ограничение свободы и угроза таковых	Причинение физической боли, пленение, изоляция, лишение пищи, воды, сна, других физиологических отпращиваний и т.п.	

При этом по нашему глубокому убеждению, следует сознательно придерживаться следующей логики – максимально возможной минимизации принудительных форм, особенно нерегламентированного характера и принуждения-кары; возможного ограничения объема опережающего стимулирования и замены его подкрепляющим стимулированием; а, по возможности, и вовсе прямой мотивацией. Именно такова логика исторического развития человеческой трудовой мотивации: от всеохватывающего принуждения к стимулированию и далее к прямой мотивации труда трудом, его содержанием и общественным значением.

Развитие западные экономики дальше продвинулись в этом направлении. Отечественная же экономика пока в основном осваивает экономические методы мотивации, что соответствует более низкому уровню производительности труда и уровня жизни населения. Но и в российских условиях уровень прогрессивности производства и доходности персонала в различных отраслях очень отличается, а это значит, что есть сферы для усиления акцента на подкрепляющие формы организации стимулирования, нарастания роли нематериального стимулирования и прямой мотивации, общего подъема корпоративной культуры организации в соответствии с современными требованиями.

Список использованной литературы

1. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 176 с.
2. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2002. – 512 с.
3. Клегг Б. Как мотивировать людей. – ИД «Нева», 2004. – 224 с.
4. Корхов Ю. Паутина принуждения. - Новый мир, 1987, N 5.
5. Кузес Дж. М., Познер Б.З. Воодушевление сердца: Как вознаграждать других и признавать их заслуги. – Мн.: ООО "Попурри", 2005. – 240 с.
6. Лившиц В.М. Скользящий график работы. – Таллинн: Валгус, 1985.
7. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Дело, 1992. - 702 с.
8. Наумова Н.Ф. О социологическом и экономическом подходах к трудовой мотивации. - Сб. трудов ВНИИ системных исследований. М., вып. II, 1980.
9. Нельсон Б. 1001 способ поощрить работника. – М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2007. – 192 с.
10. Орлов Ю.М. Восхождение к индивидуальности: Кн. для учителя. – М.: Просвещение, 1991. – 287 с.
11. Патрушев В.Д. Удовлетворенность свободным временем как социальный показатель. - Социологические исследования, N1, 1979.
12. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) - М.: Прогресс, 1986.
13. Поварич И.П., Прошкин Б.Г. Совершенствование материального стимулирования труда на шахтах Кузбасса как фактор повышения эффективности угольного производства. -

Социально-экономический механизм стимулирования труда. Вып. 2. Томск. Изд. Томского ун-та, 1981. – 162 с.

14. Поварич И.П., Прошкин Б.Г. Стимулирование труда: Системный подход. - Новосибирск: Наука. Сиб. отдел-ние, 1990. – 198 с.

15. Попов В.П., Крайнюченко И.В. Генезис мотивации // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. - №3.

16. Прошкин Б.Г., Поварич И.П. Некоторые актуальные проблемы теории стимулирования. - Социально-экономические проблемы совершенствования управления и повышения эффективности общественного производства. Межвузовский сборник научных трудов. Кемерово, 1980. – 196 с.

17. Прошкин Б.Г. Место стимулирования среди методов формирования мотивов трудового поведения человека. // Известия Сибирского отделения АН СССР, 1986, № 7, сер. Экономика и прикладной социологии, вып. 2.

18. Прошкин Б.Г., Варшавская Е.Я. Актуальные проблемы теории и практики негативного стимулирования трудового поведения работников / Изв. СО АН СССР. Сер. экономика и прикладная социология. - вып. 2, N8, 1988.

19. Прошкин Б.Г., Поварич И.П. Основы теории и практики стимулирования труда. Учебное пособие. – Кемерово: Кемеровский госуниверситет, 1988. – 88 с.

20. Прошкин Б.Г. Мотивация труда: Управленческий аспект. - Новосибирск. Изд. СО РАН, 2008. – 380 с.

21. Самоукина Н. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. – М.: Вершина, 2006. – 224 с.

22. Сидоренко Е.В. Мотивационный тренинг. – СПб.: Речь, 2001. – 234 с.

23. Станкин М. Требования к личности руководителя. - Консультант директора, 2000, № 16.

24. Уткин Э.А. Мотивационный менеджмент. – М.: Изд. ЭКМОС, 1999. 256 с.

25. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала / С.А. Шапиро. – М.: ГроссМедиа, 2005. – 224 с.

26. Шпренгер Р. Мифы мотивации. Выходы из тупика / Перевод с нем. – Калуга: "Духовное познание", 2004. – 296 с.

© Б. Г. Прошкин, И. П. Поварич, 2015

УДК 33

А.А. Шулимова

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления
Институт экономики и управления в медицине и социальной сфере
г. Краснодар, Российская Федерация

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МИССИИ РОССИЙСКОГО КУПЕЧЕСТВА РУБЕЖА XIX–XX ВЕКОВ

Введение. Бурное развитие капиталистических отношений в российской промышленности и торговли конца XIX – начала XX века ознаменовало появление социальной ответственности бизнеса в начальных формах проявления. Российское купечество конца XIX – начала XX века образовало уникальную деловую культуру, конструирующуюся вокруг идеи о реализации купеческим сословием особой социальной

миссии. Формы реализации её значительно варьировались от зависимости от ситуации и личных предпочтений благотворителя и включали такие институты (социально обособленные формы деятельности), как меценатство, попечительство, спонсорство, коллекционерство. Российскому купечеству конца XIX – начала XX века принадлежит заслуга в развитии институциональных форм благотворительности (учреждений, фондов, попечительских советов).

Становление социального предпринимательства, как и буржуазного общества, в императорской России – сложный и неоднозначный процесс. Противоречивые свидетельства современников и иных источников указывают на то обстоятельство, что российскому предпринимательству купеческого происхождения присущи были как примитивное хищничество (жесткая эксплуатация рабочих, унижение и подавление слабых деловых партнеров и конкурентов), так и благотворные начинания (социальная опека над наемными рабочими, сиротами, культурными, церковными и образовательными учреждениями). Подобный дуализм характерен не только для разных типов предпринимателей, но проявлялся и в значительных вариациях поведения отдельного коммерсанта и промышленника. Причина подобной поляризации социальных практик значительно глубже, чем различия в личностных характеристиках лидеров бизнеса. Следовательно, для повышения объективности экономического исследования социальной ответственности бизнеса необходимо рассмотрение институциональных особенностей купечества, раскрытие роли и значения данного слоя торгово-промышленного населения Российской империи для развития национальной экономики.

В конкретно-исторических условиях генезиса крупной промышленности российскому предпринимательству предстояло решить сложную задачу перехода от производства доиндустриального к индустриальному и в некоторых чертах даже к постиндустриальному. Финансово-экономические трудности создания материальной базы модернизации усугублялись социальными проблемами, обусловленными разрушением традиционных институтов социальной защиты населения. Укрепление социальных позиций бизнеса в данной ситуации осуществлялось посредством реализации гуманистических и благотворительных проектов. Особое значение социальные и благотворительные мероприятия купечества имели для провинции, где значительные социальные расходы создавали возможности для расширения бизнеса. Социальная миссия купечества далеко не ограничивалась культурным и облагораживающим значением капиталистических предприятий для развития окраинных территорий, главным образом Сибири [5, с. 5], но включала целый спектр вопросов экономической и общественной жизни. Создание благоприятного имиджа и поддержание деловой репутации – центральное, но не единственное основание экономической мотивации социальной активности бизнеса.

Институционально-экономические характеристики российского купечества и экономическая мотивация социальной активности

Экономическое поведение предпринимателя – дело повседневного индивидуального выбора тактики и стратегии действий субъекта в мире ограниченных ресурсов. В то же время экономика – это сфера общественного сотрудничества [18, с. 21], а потому самостоятельно принятые экономические решения во много предопределены особенностями духовной культуры социальной группы – менталитетом, стереотипами мышления, образом жизни. Современная предпринимательская культура России – наследие предпринимательской культуры прошлого, в которой особое место занимали экономические и культурно-этические установки купеческого сообщества.

В дореволюционной России крупные купцы и коммерсанты сохраняли *патриархальность* и черты крестьянского народного уклада жизни [5, с. 194].

Разбогатевшие купцы нередко проявляли расточительство, стремились подражать дворянскому стилю жизни [11, с. 121], но большая часть купечества придерживалась «обычаев патриархальной старины», сохраняла большие семьи [11, с. 236]. К отличительным чертам деловой организации купечества также относятся тесные контакты с родственниками, полная интеграция в купеческое общество (гильдию). В процессе ведения семейного бизнеса купеческие предприниматели придерживались вертикальных структур управления, которые выстраивались по своеобразной иерархической лестнице: купец → жена купца (купчиха) → взрослые дети → приказчик → мальчик [Цит. по: 11, с. 278].

К числу характерных черт экономического облика российского купечества также относятся:

- индивидуальный характер коммерческой деятельности;
- обеспечение прав частной собственности в судебном и корпоративном порядке;
- политическое влияние на условия внутренней торговли через сословных представителей в органах государственной и местной власти;
- отсутствие продолжительной (в несколько поколений) преемственности в фамильном капитале;
- ослабление частной инициативы среди наследников больших состояний;
- отсутствие сословной замкнутости: возможности записаться в купечество представлялась выходцам из разных социальных групп населения путем объявления капитала, наличие которого не проверялось;
- платность поддержания гильдейского статуса в форме процента с объявленного капитала;
- постоянная угроза разорения и потери статуса гильдейского купца;
- территориальная мобильность и подвижный образ жизни;
- непостоянство состава местных купеческих сообществ;
- семейственность в деловой сфере и управлении бизнесом;
- отсутствие коллективной ответственности за уплату налогов, экономические и уголовные преступления;
- стремление к роскоши, восприятие аристократического (дворянского) стандартов потребления и быта, проявление демонстративного расточительства;
- стремление к получению общего и профессионального (коммерческого) образования;
- общественное заверение финансовой состоятельности купца через награды, чины, звания, почетные титулы.

Довольно распространенной организационной формой купеческого предпринимательства представляются *династии*. Эти институциональные фракции базировались на воспроизводстве институций преемства и родства в синтетическом единстве [9, с. 242], реинтеграции (объединения и позиционирования) хозяйствующих субъектов в рамках института коммерческого партнерства (товарищества). Конкурентные преимущества купеческих династий перед другими формами организации предпринимательской деятельности проявлялись в результате реализации совместно «нажитого» институционального, организационного и информационного капиталов.

Организационный капитал купеческой династии – это реально и потенциально приносящие доход структурные взаимодействия: формальные и неформальные связи, возможности и уровень включенности в узкие круги влиятельных лиц, в городские и земские сообщества, клубы, комитеты и т.п. Информационный капитал купеческой династии – это капитал знаний и сведений о правилах, нормах, обычаях, конвенциях,

инструкциях, санкциях, традициях, ритуалах ведения дел и социально приемлемых формах их реализации. В дореволюционной России превалировала устная передача информации и домашнее обучение ведению дел при слабом документационном обеспечении. Письменному и юридическому оформлению деловых операций (контрактам, деловым дневникам, журналам и иным регулярным записям) купцы, даже весьма успешные, нередко предпочитали простое запоминание. В итоге «невежество по части бухгалтерии служило главной причиной провала деловых предприятий... Многие успешные предприятия разваливались после смерти своего основателя, поскольку наследники не могли продолжать их из-за отсутствия бухгалтерских книг» [15, с. 273]. Те же предприятия, которые смогли приспособиться к смене документально небрежного руководителя-собственника, проявляли гибкость и адаптивность, восполнив недостаток информационного капитала институциональным.

Под *институциональным капиталом купеческой династии* следует понимать нематериальные ценности, отражающие реальные возможности в получении дохода за счет приобретения статуса в результате воспроизводства комплекса коммерческих институций сотрудничества, имущества, наследства, родства, поручительства, почета, уважения, доверительства. Институциональный капитал купеческой династии также включает актуальный опыт совместного освоения институционального пространства при совершении сделок.

В христианской купеческой среде имелись институциональные каналы, значительно расширяющие деловые и родственные связи. В многодетных купеческих семьях таким каналом служило кумовство. Христианское таинство крещения предоставляло реальную возможность обратиться в выгодное знакомство в духовно близкую почти родственную связь. Более плотное взаимодействие обретенных родственников предполагало церковное таинство брака. Нерушимость христианского брака выступала неформальной гарантией личных уний [1, с. 165]. Купеческие династии использовали христианское освящение родства в корыстных целях, усиливая социальные позиции бизнеса путем родственного сближения с влиятельными представителями дворянской аристократии, чиновничества, промышленного и финансового мира. В период монополистического капитализма это приводило к перерождению купеческих династий в финансово олигархические семейства.

Между тем, экономическое учение русской православной церкви последовательно выступало против поверхностного исполнения обрядов и норм христианской жизни. Православные принципы развития рыночной экономики отстаивают необходимость духовного самовоспитания предпринимателя в идеях высокой социальной ориентированности хозяйственной деятельности. Возможность предотвращения нарастания социальных проблем по мере развития капитализма христианские авторы видели в самобытных православных началах устойчивого экономического развития, при реализации которых личный деловой успех должен непременно сопровождаться духовным самосовершенствованием [21, с. 106–107].

Любопытно, что большинство купеческих предпринимателей поддерживали идеологию славянофильства, пропагандировали государственный протекционизм и социальный патернализм [3, с. 392]. Для иллюстрации образа мыслей купеческих экономистов-славянофилов приведем отрывок из произведения В.А. Кокорева, где автор рассуждает об уроне, который наносят экономики страны увлечения импортными предметами повседневного обихода. «Какой славный звук валдайских колокольчиков! Отчего же их нет на столах и везде, где нужен звонок? Да форма их нехороша. Дело не в форме, а в звуке: стоило бы только дать в Валдай модели, и тогда, поверьте, половина денег, которые идут за колокольчики в магазины на Кузнецкой и Невской, перешла бы в Валдай, так что его бы

можно было вычеркнуть из всех благотворительных списков, если он занесен в них по случаю недавно бывших двух сильных пожаров» [10, с. 176]. То есть нежелание развивать отечественное производство и несоразмерность в ценах на импортные и отечественные товары определяются купеческим патриотом как экономический провал российского государства, причина нарастания социальных проблем, снижения уровня и качества жизни простого русского человека.

Руководствуясь славянофильскими доктринами, русское купечество воспроизводило институцию *мecenатства* в форме покровительства народным дарованиям, поддержки патриотических вех в культуре, искусстве, архитектуре и политике. Православная идея духовной необходимости делиться богатством со страждущими подстегивала провинциальное купечество совершать щедрые материальных пожертвований на общественные нужды города, земства, губернии, где располагалась купеческая контора [5, с. 241]. Действия по благоустройству территорий также отражали идеологию паройкиальности (любви к малой родине), воспроизводили институцию землячества.

Для лучшего понимания рассматриваемого вопроса совершим экскурс в институциональную историю купеческого сословия. В императорской России сословный статус имели посадские люди – регулярные (постоянные) свободные жители города. В законодательстве XVIII века купечество представлялось верхней частью городского сословия и включало частных торговцев, объединенных в самоуправляющиеся корпоративные организации – гильдии [11, с. 111]. Экономическим условием принадлежности к купечеству было обладание объявленным капиталом выше установленного порогового значения. Институциональным инструментом фиксации статуса горожанина было занесение в городские обывательские книги. Реформа 1775–1785 гг. устранила наследственный статус гильдейского купца, с тех пор купеческие привилегии приобретались лично.

Отнесение купечества к податному простонародью снижала привлекательность купеческого звания. Однако социально-экономические стимулы приобретения гильдейского статуса имелись: условием получения почетного (именитого) гражданства был солидный купеческий стаж (10 лет для первой гильдии, 20 лет для второй гильдии). Именитые граждане находились в более привилегированном положении, чем члены купцы первой гильдий. По имперскому законодательству почетные горожане были освобождены от телесных наказаний, имели правительственное дозволение на приобретение и содержание загородных дворов и садов (т.е. земельной собственности), а также на поездки по городу в карете, запряженной парой и четверкой лошадей [17, с. 261]. В то же время экономические права и привилегии купеческого значительно превосходили права и имущественные возможности посадских людей (мещан), а потому выбытие в статус мещанина из-за неплатежеспособности считалось тяжелым наказанием.

Жалованная грамота городам закрепляла новый порядок городского и купеческого самоуправления. С 1775–1785 гг. купеческие общества исключительно сосредоточились на выполнении представительских функций, функций социальной поддержке и помощи нуждающимся [11, с. 499]. Гражданское участие в социально-экономической жизни государства и местного сообщества, как и прежде, осуществлялось в форме участия представителей купечества в земских соборах, различного рода комиссиях, в форме подачи челобитных и прошений [2, с. 454]. Продолжали функционировать и традиционные каналы социальных коммуникаций – коллективные и индивидуальные встречи с императором и «царствующими особами, совершающими поездки по стране» [4, с. 74].

По законодательству XVIII века купеческие организации утратили обязанности исполнять государственные функции, что привело к значительному сокращению их компетенции как органов местного (городского) самоуправления. Вопросы организации

местного хозяйства и благоустройства территорий были переданы местным правительственным ведомствам. Дальнейшее развитие корпоративной структуры торгово-промышленного населения города связано с эволюцией системной благотворительности.

Следующая радикальная социальная перегруппировка финансово-экономических сил города и империи была произведена в эпоху Великих реформ. Условием крупного предпринимательства перестала быть принадлежность к купечеству. В социальной иерархии империи (еще по Городовому положению 1846 года) купечество было отнесено к разряду разночинцев, категории более низкой по сравнению с дворянством и почетными гражданами [6, с. 510].

В виду ослабления функционального значения в начале XX века наблюдался упадок купеческого самоуправления: сократился уровень охвата городского и торгово-промышленного населения самоуправляющимися организациями, ухудшилось инфраструктурное и управленческое обеспечение деятельности (см. таблицу 1). Одна из причин отмеченной ситуации – тот факт, что адреса и ходатайства купеческих обществ перестали служить каналом связи с государством. По новому городскому положению купечество могло отправить запрос или петицию императору и правительству лишь в качестве участника новой политической структуры – городской думы [12, с. 250].

На рубеже XIX – XX веков, пытаясь реанимировать купеческую самоорганизацию, правительство принудительно (без согласия действительных членов) приписывало к купеческим обществам новых членов из других сословных групп городского и сельского населения. Но, несмотря на осуществление данных принудительных мероприятий, наметилось отставание темпов роста численности членов городских внутрисословных обществ от темпов роста численности городского населения [11, с. 506]. Снижались и качественные показатели купеческой самоорганизации, что связано с общим кризисом доверия, который поразил российское купеческое сообщество в эпоху промышленного капитализма и монополизации рынка [20, с. 65].

Таблица 1

Анализ институциональных характеристик купеческих
и мещанских обществ в начале XX века

Признаки сравнения	Купеческие общества	Мещанские общества
<i>Общие показатели деятельности</i>		
Удельный вес городов Российской империи, имеющих внутрисословные организации, %	37,8	78,6
Удельный вес городов Европейской России, имеющих внутрисословные организации, %	44,8	80
Уровень охвата населения Российской империи внутрисословными организациями, %	46	79
Уровень охвата населения Европейской России внутрисословными организациями, %	52	
<i>Инфраструктурные показатели деятельности</i>		
Удельный вес обществ,	9	в районе статистической

обладающих собственным зданием, %		погрешности (собственное здание – редкое исключение)
Удельный вес обществ, обладающих недвижимостью и капиталом выше пороговой нормы, %	15 (2.2 тыс. руб. на одного члена)	36 (3 руб.)
<i>Управленческие показатели деятельности</i>		
Удельный вес обществ со специальным органом самоуправления, %	51	84
Удельный вес обществ, управляемых городской думой, %	36	16
Удельный вес обществ, организованных как клубы, %	13	-

Источник: [11, с. 505 – 506].

Возвращаясь, к проблематике социальной ответственности, отметим значительное различие в образе мыслей потомственного и приобретенного купечества. Купеческие предприниматели первого поколения обычно гордились тем, что вокруг них много «народу кормится», т.е. реализовывали экономическую ответственность бизнеса, поскольку повышали уровень и качество жизни наемных работников и всего окрестного населения. Представители второго и последующих поколений предпринимательских династий сталкивались с возросшими социально-культурными потребностями граждан, удовлетворение которых уже становится неформальной общественной обязанностью наследников купеческих фабрик и заводов. Возросшей культурно-просветительской и социальной активностью бизнеса двигало желание в плане получения почета и уважения не отставать от лиц дворянского сословия. Крупные коммерсанты и фабриканты благородными жестами и поступками стремились войти в элиту предпринимательского сообщества, место в которой одно лишь богатство не гарантировало [8, с. 41].

Ранние проявления социальной ответственности российского бизнеса

Формирование институциональных основ рыночной экономики предполагает кардинальные изменения в системе социальной защиты и социального страхования. Хотя традиционная форма социальной поддержки – частная *благотворительность* также характерна для рыночной экономики либерального типа [13, с. 821], но мотивы, направления и механизмы ее осуществления существенно отличаются.

Так, щедрые пожертвования на церковные нужды в ситуации социальной приниженности купеческого сословия приняли характер своеобразного «социального лифта». Весьма распространенной практикой была материальная опека православного прихода. Социально-институциональное назначение церковно-приходской купеческой благотворительности также представляет:

- канал социального возвышения купечества: средство нобилитации (получения дворянского титула) и получения почетного гражданства;
- символическое выражение престижа и авторитета купеческой фамилии;
- показатель христианской социальной идентичности: материальное доказательство приверженности христианской вере;
- проявление моральной ответственности за судьбу рабочих и местного населения.

К числу других распространенных форм благотворительной деятельности религиозного назначения, осуществляемой российским купечеством в конце XIX – начале XX века относятся:

- финансовое участие в строительстве храмов;
- личное участие в возведении храма или часовни;
- членство в попечительных комитетах при храмах, приходских школах и институтах благородных девиц;
- принятие должности и осуществление обязанностей церковной старосты;
- организация строительно-ремонтных работ храмов;
- снабжение строящихся храмов работниками и строительными материалами;
- приобретение внутреннего убранства храмов и колоколов;
- преподнесения в дар храму чтимых (как правило, дорогостоящих) икон или целого иконостаса;
- пожертвования на ремонт и содержание (в том числе отопление) действующего храма;
- материальные пожертвования на благо храма, церковно-приходской школы, клира, хора и прихода;
- социальная забота о клире и прихожанах;
- пожертвования на содержание городской богадельни;
- предоставление жилья и оказание гостеприимства высокопоставленному духовенству, посещавшему провинциальный город;
- участие в кладбищенских братствах и комиссиях: поминание умерших родственников, благоустройство территории кладбища и уход за заброшенными и бедными могилами, опека сирот [1].

Социальная и благотворительная активность нередко принимала характер «маскировки» негативных экстерналий (внешних эффектов) купеческого предпринимательства. Примером подобных экстерналий может служить размещение различного рода мелких производств вблизи городского рынка. Так, неприятный запах от мыловаренного производства и шум от столярного производства не меняли решения купцов – владельцев доходных домов сдавать квартиры на верхних этажах здания, размещенных в деловых кварталах города [14, с. 139].

В обозначенном эпизоде отражено центральное противоречие институционального развития рыночной экономики дореволюционной России: социальная ответственность бизнеса в дореволюционный период преобладала над экономической и правовой ответственностью [7, с. 45]. *Экономическая ответственность* бизнеса предполагает учет экономических интересов, ожиданий и предпочтений потребителей, деловых партнеров, государства и общества. В числе ранних форм экономической ответственности следует выделить:

- технико-технологическое совершенствование производства;
- пропаганду производственных достижений через участие во всемирных и всероссийских выставках;
- совершенствование организации труда и быта рабочих;
- щепетильную честность в деловой сфере;
- корпоративное противодействие мошенничеству.

Купечество своей торговой и финансовой деятельностью способствовало поступательному развитию окраинных городов (бывших военно-административных центров), минимизации аграрной функции городов, их трансформации в торгово-промышленные центры. Прогрессивное воздействие купеческого предпринимательства на

уровень и структуру занятости, систему торговых и производственных связей в стране не вызывает сомнений [19, с. 85].

Становлению экономической ответственности российских купеческих предпринимателей в докапиталистический период предшествовала *юридическая ответственность*. Еще в дореформенный период утвердился принцип личной ответственности купца перед законом обществом и государством, была разрушена формальная дисциплинарная власть купеческих обществ. Купеческие общества по государственному законодательству были лишены права исполнения судебно-карательной функции – права «присуждения к исправительным наказаниям и к ссылке «порочных членов» (лиц нравственно предосудительного или преступного поведения) [11, с. 507]. Утрата других важных социальных функций: организации производственной деятельности, сбора налогов, социальной защиты участников, предопределила их переориентацию в сословное благотворительное ведомство (см. табл. 2). И, действительно, купеческое общество потеряло черты универсальности и «уже к середине XIX в. и в пореформенное время развивалось как корпорация особого рода – как клуб и благотворительная организация» [11, с. 323].

Таблица 2

Сравнительная характеристика социальной и благотворительной активности купеческих и мещанских обществ в начале XX века

Показатель	Купеческие общества	Мещанские общества
Удельный вес обществ, осуществляющих сбор средств на общественные нужды, %	21	97
Удельный вес обществ, содержащих сиротский суд, %	8	4
Удельный вес обществ, содержащих собственные богадельни для престарелых и воспитательные дома для сирот, %	10	16
Валовые годовые расходы на содержание богаделен и воспитательных домов, тыс. руб.	1120	1125
Удельные годовые расходы (на одно общество) на содержание богаделен и воспитательных домов, тыс. руб.	41,5	6,3
Удельный вес обществ, оказывающих материальную помощь нуждающимся членам, %	11	36
Валовые годовые расходы на материальную помощь нуждающимся членам общества, тыс. руб.	61	154

Источник: [11, с. 506 – 507].

В конце XIX века с повышением уровня самосознания купечества центр их деловой и общественной жизни переместился в Биржевой комитет, в Общество заводчиков и фабрикантов Московского района, в Общество оптовых торговцев мануфактурой и в другие профессиональные предпринимательские организации [Цит. по: 11, с. 508]. В отличие от традиционных купеческих обществ, представлявших интересы обедневших или разорившихся лиц торгово-промышленного сословия, деловые организации, объединявшие успешных людей, сулили их участникам полезные связи и деловую поддержку в индивидуальной профессиональной или политической деятельности. Модернизации купеческих корпоративных структур способствовала их институциональная трансформация: отход от родства и соседства в качестве центральных оснований тесных взаимодействий и переход на рациональную взаимовыгодную основу [12, с. 285]. Рыночная рациональность подкреплялась вековыми стандартами деловой этики русского купеческого. Многие из корпоративных купеческих принципов не утратили актуальность и в настоящий момент. Если сопоставить современные институты социально ответственного хозяйствования и морально-этические установки пореформенного купеческого сообщества России, то можно заметить их поразительное сходство (см. табл.3).

В индивидуальной социальной и благотворительной активности успешные купеческие предприниматели позиционировали себя в качестве продолжателей народных традиций. Пожертвования и взносы на организацию приютов и ночлежек рассматривались в качестве своеобразного морального долга перед русским народом, веками проявляющим милосердие и гостеприимство к странствующим по стране и окраинным территориям торговцам. Купечество в своих передвижениях нередко пользовалось народной благотворительностью – *странноприимством* – деревенским обычаем северных и восточных губерний России устраивать волоковые окна для помощи путникам. Эти маленькие прямоугольные окошки, закрываемые изнутри деревянными дощечками, приглашали нуждающихся воспользоваться приютом и пищей. «К этому окну подходят прохожие и стучатся: по первому стуку в окно дорожным посохом выглядывает хозяин или хозяйка дома и приглашает путника в избу обогреться и заснуть, а поутру отдохнувший странник, подкрепив себя пищей, которая предлагается даром, идет с благословением хозяев в дальнейший путь» [10, с. 156].

Таблица 3

Сравнительная характеристика купеческих и современных институциональных элементов социального ответственного бизнеса

Принципы ведения дел Общества купцов и промышленников России	Институты социально ответственного бизнеса
любовь и уважение к человеку	корпоративная филантропия
Уважение прав частной собственности	ответственное собственничество, антирейдерство
Уважение к законной власти	корпоративное гражданство
жизнь по средствам	рациональное хозяйство
честность и правдивость	корпоративное достоинство и подотчетность (публикация в открытом доступе социальной отчетности, подготовленной в соответствии с мировыми стандартами)
верность данному слову	социальное партнерство и ответственное партнерство в бизнесе
целеустремленность	социальный маркетинг

Источник: 16.

Особого рассмотрения требует институция *собираательства (коллекционерства)* как форма социальной ответственности бизнеса перед российским обществом. В число предметов интереса купцов-коллекционеров входили такие культурные ценности, как:

- древние фрески и иконы;
- предметы русского народного рукоделия и прикладного искусства;
- картины русских художников.

Высокие заслуги российских меценатов в возрождении общественного интереса к иконописи, в создание картинных галерей и поддержки музеев не вызывают сомнений. Однако истинные мотивы, по которым коммерсанты в своей основной деятельности весьма далекие от искусства и культуры, вкладывали значительные средства в их развитие, вызывают острые дискуссии.

Основные причины, по которым высокая социальная и благотворительная активность не привела к социальной безопасности бизнеса в дореволюционной России, сводятся к отсутствию ее прочных институциональных оснований. Меценатство, благотворительность, спонсорство, попечительство, в сущности, нередко представляли превращенные формы купеческого эгоизма и псевдокоммерческой деятельности. Щедрое материальное пожертвование, по сути, могло представлять:

1) *завуалированную форму взятки* чиновникам. Вследствие лихоимства местных властей нередко добровольные взносы принимали вынужденный характер, например, в случае, когда щедрые пожертвования переводились на счет благотворительных учреждений, возглавляемых женой управителя или другими лицами из ближнего круга [15, с. 371].

2) *форму проявления гордыни и тщеславия* купцов. Храм, общественное здание или гимназия в центре города – своеобразная визитная карточка муниципалитета, в котором купеческая фамилия претендует на существенное и даже монопольное влияние.

3) *форму проявления потребительского отношения* к искусству и культуре. Покровительство театрам, народным дарованиям и талантливым мастерам культуры, а также собирательство предметов искусства, нередко выражали прихоть, капризы и личные пристрастия финансового магната.

4) *форму продвижения коммерческих интересов*. Вхождение в попечительский совет учреждения расширял возможности для получения подрядов на строительство, поставку изделий и материалов.

5) *форму саморекламы*. Спонсорство и государственно-частное партнерство предоставляли широкие возможности для продвижения товарного бренда купца.

Неразличимость в общественном сознании истинных и ложных проявлений благотворительности привела к повышению социальной напряженности в трудовых отношениях в частности и в общественных взаимодействиях в целом. Распространенной практикой было привнесение коммерческих интересов в сферу общественной и благотворительной деятельности, но гуманистические представления чрезвычайно трудно проникали в деловую жизнь.

Заключение. Проведенный институционально-экономический анализ социальной ответственности купеческого предпринимательства выявил ее неоднозначный характер. Возросшее материальное благосостояние, религиозная и корпоративная культура определили разнообразие форм практической реализации институций социально ответственного бизнеса. В их числе следует отметить различного рода проявления меценатства, просветительства, коллекционерства, попечительства, храмостроительства и други[у]стойчивых форм благотворительности. Патриотизм и религиозные убеждения предоставляли идеологическое обоснование возросшей социальной активности бизнеса.

Институциональное обеспечение социальной ответственности российского бизнеса в конце XIX – начале XX века предоставляла корпоративная культура русского купечества, которая в обозначенный период переживала существенную трансформацию. Хотя купеческая самоорганизация в форме купеческих обществ утратила было значение, но в новых реалиях относительно свободного рынка стала инициатором системной благотворительности. Индивидуальный характер коммерческой деятельности купечества предопределил преобладание личного участия предпринимателя в выборе направлений и приоритетов социальных расходов бизнеса. Взносы и пожертвования на общественные нужды представляли форму своеобразного «пропуска» в элиту русского общества. Социальные и благотворительные расходы бизнеса обозначали и материальное проявление симпатии к русскому народу, и форму лояльности государственной власти, которая не только их стимулировала и принуждала к ним.

Список использованной литературы:

1. Акользина М.К. Влияние церковных институтов на социально-корпоративные связи торгово-промышленного населения городов аграрной губернии в XIX веке // Социально-экономические явления и процессы. 2014. Т. 9. № 10. С. 160–169.
2. Андрос И.А. Особенности становления предпринимательской активности в дореволюционной России: историко-социологический анализ // Социологический альманах. 2015. № 6. С. 450–456.
3. Антонов М.Ф. Экономическое учение славянофилов / Отв. ред. О. Платонов. – М.: Институт русской цивилизации, 2008. – 416 с.
4. Банникова□ Е.В. Коммуникативные поведенческие практики в купеческой среде дореформенного Урала // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. 2014. Т. 4. № 1. С. 72–80.
5. Бойко В.П. Томское купечество в конце XVIII – XIX вв. Из истории формирования сибирской буржуазии. – Томск: Водолей, 1996. – 320 с.
6. Дитятин И.И. Устройство и управление городов России. Т. 2 Городское самоуправление в России. – Ярославль: Типография Г.В. Фальк, 1877. – 563 с.
7. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. От предпринимательской благотворительности к корпоративным социальным инвестициям // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2014. Т. 20. № 17. С. 44–52.
8. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие. – Краснодар: КСЭИ, 2012. – 231 с.
9. Иншаков О.В., Фролов Д.П. Институциональные фракции в современном обществе // Homo institutus. Человек институциональный: монография / Под ред. О.В. Иншакова. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2005. – С. 237–259.
10. Кокорев В.А. Экономические провалы. – М.: Общество купцов и промышленников России, 2005. – 336 с.
11. Миронов Б.Н. Социальная история России периода империи (XVIII–начало XX в.) Генезис личности, демократической семьи, гражданского общества и правового государства. В 2 т. Т. 1. – СПб.: Изд-во «Дмитрий Буланин», 2000. – 548 с.
12. Миронов Б.Н. Социальная история России периода империи (XVIII–начало XX в.) Генезис личности, демократической семьи, гражданского общества и правового государства. В 2 т. Т. 2. – СПб.: Изд-во «Дмитрий Буланин», 2000. – 568 с.
13. Олейников А.А. Политическая экономия национального хозяйства / Отв. ред. О. А. Платонов. – М.: Институт русской цивилизации, 2010. – 1184 с.

14. Орлова В.Д. Родственные, деловые и соседские связи предпринимательских семей городов Тамбова и Моршанска в XIX в. // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 1 (141). С. 133–144.

15. Пайпс Р. Россия при старом режиме. – М.: Независимая газета, 1993. – 421 с.

16. Семь принципов ведения дел в России // Общество купцов и промышленников России. Код доступа: <http://www.okipr.ru/page/2> (дата обращения: 24 мая 2015 г.)

17. Систематическое изложение Жалованной Грамоты на права и выгоды городам Российской империи 1785 года апреля 21 // Городское или среднее состояние русского народа в его историческом развитии, от начала Руси до новейших времен. СПб.: Типография Э. Веймара, 1852. – С. 239 – 284.

18. Хейне П. Экономический образ мышления. Пер. с англ. – М.: Изд-во «Каталаксия», 1997. – 704 с.

19. Хикс Д. Теория экономической истории. Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Р.М. Нуреева. – М.: НП «Журнал Вопросы экономики», 2003. – 224 с.

20. Шулимова А.А. Эволюция российского торгового предпринимательства: социально-институциональный и организационный аспекты // Психология. Экономика. Право. 2015. № 1. С. 62–68.

21. Шулимова А.А. Экономическое учение русской православной церкви и рыночная экономика: проблемы и перспективы взаимодействия в современных условиях // Экономические науки. 2008. № 43. С. 106–109.

© А.А. Шулимова, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Е.Г. Гужва, И.А. Агапов ПАРТНЕРСКИЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ И ИХ ВИДЫ В РОССИИ	3
Т.В. Логинова СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ЕГО СУЩНОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	16
В.Р.Маркарян ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ВОВЛЕЧЕНИЯ ЧАСТНОГО СЕКТОРА В РЕАЛИЗАЦИЮ ГЕОЭТНОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИОРИТЕТОВ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	28
О.В. МИРОНОВА ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РАМКАХ РОССИЙСКОГО ОПЫТА	52
Е.Ю. Никольская МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	65
Е.Ю. Никольская, Н. В. Александрова НАУЧНО – ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	72
Б. Г. Прошкин, И. П. Поварич ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ	86
А.А. Шулимова ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МИССИИ РОССИЙСКОГО КУПЕЧЕСТВА РУБЕЖА XIX –XX ВЕКОВ	117



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях проводимых нашим центром.

Форма проведения конференций: заочная, без указания формы проведения в сборнике статей;

По итогам конференций издаются сборники статей конференций. Сборникам присваиваются соответствующие библиотечные индексы УДК, ББК и международный стандартный книжный номер (ISBN)

Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.

В течении 10 дней после проведения конференции сборники статей размещаются на сайте aeterna-ufa.ru а так же отправляются в почтовые отделения для осуществления рассылки. Рассылка сборников производится заказными бандеролями.

Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке elibrary.ru и регистрируются в наукометрической базе **РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)**

Стоимость публикации от 130 руб. за 1 страницу. Минимальный объем-3 страницы

С информацией и полным списком конференций Вы можете ознакомиться на нашем сайте aeterna-ufa.ru

Научно-издательский центр «Аэтерна»

Aeterna-ufa.ru

+7 (347) 266 60 68

info@aeterna-ufa.ru



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

**Приглашаем Вас опубликовать результаты исследований в
Международном научном журнале «Инновационная наука»**

Журнал «Инновационная наука» является ежемесячным изданием. В нем публикуются статьи, обладающие научной новизной и представляющие собой результаты завершенных исследований, проблемного или научно-практического характера.

Журнал издается в печатном виде формата А4

Периодичность выхода: 1 раз месяц.

Статьи принимаются до 12 числа каждого месяца

В течении 20 дней после издания журнал направляется в почтовые отделения для осуществления рассылки.

Журнал размещён в научной электронной библиотеке elibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)

Научно-издательский центр «Аэтерна»

Aeterna-ufa.ru

+7 (347) 266 60 68

science@aeterna-ufa.ru

Научное издание

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ

В авторской редакции

Подписано в печать 21.07.2015 г. Формат 60х84/16.

Усл. печ. л. 8,30. Тираж 500. Заказ 279.

**Отпечатано в редакционно-издательском отделе
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»**

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

aeterna-ufa.ru

info@aeterna-ufa.ru

+7 (347) 266 60 68