

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР «АЭТЕРНА»



**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ

ВЫПУСК 9

Уфа
АЭТЕРНА
2016

УДК 00(082)
ББК 65.26
С 54

Рецензенты:

***1. Янгиров А.В., д.э.н., проф.
Башкирский государственный университет***

***2. Сукиасян А.А., к.э.н., доц.
РЭУ им. Г.В. Плеханова***

С 54 Социально-экономические и правовые основы развития экономики: коллективная монография [под ред. Р.Г. Юсупова] . - Уфа: Аэтерна, 2016. - 176 с.

ISBN 978-5-906849-63-2

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 978-5-906849-63-2

© ООО «Аэтерна», 2016
©Коллектив авторов, 2016

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЕГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

На современном этапе генеральной целью развития города является достижение и сохранение его устойчивого социально - экономического положения, направленного на повышение конкурентоспособности муниципалитета и улучшение качества жизни населения. В этих условиях маркетинг территории становится неотъемлемой частью в деятельности органов самоуправления. При этом разработка программ продвижения, позиционирования (как инструментов городского маркетинга), их трансляция во внутреннюю и внешнюю экономическую, социокультурную политику города требует системного анализа преимуществ и недостатков муниципального образования, угроз его развитию, возможностей успеха в рыночном соревновании и, соответственно, выработки предложений по максимальному использованию возможностей и преимуществ. Для выявления критических факторов, относящихся к внешней и внутренней среде развития города, автором, в настоящем исследовании используется метод SWOT - анализа, по результатам которого городским властям предложены ключевые рекомендации в направлении коррекции позитивного делового имиджа г. Магадана.

ВВЕДЕНИЕ

Тема нашего исследования выбрана не случайно, поскольку на современном этапе Магаданская область запускает новые проекты развития. Как отмечает губернатор Магаданской области В. Печеный: «Магаданская область входит в десятку крупнейших регионов России по запасам потенциальных ресурсов минерального сырья. ... в связи с чем, развитие и диверсификация минерально - сырьевого комплекса - один из приоритетов области...» [12]. Тем не менее, как нам представляется, эффективность управления социально - экономическим развитием региона, в значительной степени зависит и от использования новых рыночных механизмов управления, в том числе применения маркетинговых технологий, и прежде всего, на муниципальном уровне управления. Обуславливается это тем, что продвижение интересов города на рынок, включающее в себя сложный комплекс действий по саморекламе, созданию и поддержанию имиджа, организации коммуникационных процессов, связей, необходимых для создания устойчивого интереса к городу, как территории для проживания, трудовой деятельности, туризма, отдыха, инвестиций представляет собой комплексный инструментальный территориального маркетинга.

В свою очередь, маркетинговая составляющая позиционирования города является инструментом формирования внутренних преимуществ территории, привлечения инвестиций и факторов экономического развития, повышения привлекательности региона в целом. С этой точки зрения позиционирование представляет собой одну из исходных и

определяющих функций территориального маркетинга, которая позволяет определить наиболее перспективные направления развития города. С учетом изложенного, анализ состояния окружающего рыночного пространства, факторов, воздействующих на перспективы развития г. Магадана, выбор ключевых точек его позиционирования, является своевременным и актуальным.

1 ОСНОВЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

1.1 Позиционирование как стратегический инструмент маркетинга города

В условиях жесткой территориальной конкуренции важная роль отводится такому стратегическому инструменту маркетинга города, как позиционирование, то есть предложения ценности, с тем, чтобы целевые группы понимали и ценили то, чем отличается конкретный город от основных конкурентов.

По существу, грамотно разработанная стратегия позиционирования позволяет воплотить образ будущего, каким его видит городское сообщество, поскольку именно стремление к идеалу, заставляющее город двигаться вперед, привлекает потребителей. Разработанные городским сообществом уникальные программы будут обеспечивать его критической информацией о потребителях, конкурентах и изменяющейся внешней среде, способствовать эффективному распределению имеющихся ресурсов для адекватного реагирования на многообразные внешние вызовы.

Таким образом, разработка стратегии позиционирования города предполагает проведение маркетинговых исследований, направленных на понимание того, как потребители городского продукта воспринимают предложенные уникальные свойства города, какие параметры, по их мнению, являются наиболее важными [4, С. 26]. Городскому сообществу необходимо выявлять резервы предоставления дополнительных пользы и благ своим потребителям, а также определять наиболее эффективные стратегии позиционирования города.

От того, какой именно образ города возникает в представлении у различных финансово - экономических субъектов, у политической, управленческой и культурной элиты страны, региона, насколько позитивно воспринимают город его жители и гости, зависит возможность мобилизации имеющихся и привлечения дополнительных ресурсов.

Успех в конкуренции связан с развитием тех сфер экономической активности территории, в которых у конкретного города есть конкурентные преимущества, а интересы целевых групп сводятся к эффективному использованию этих конкурентных преимуществ для жизни, бизнеса, посещения. Именно поэтому позиционирование является одной из исходных и определяющих функций территориального маркетинга.

Позиционирование города необходимо воспринимать как неотъемлемую стратегическую составляющую общего плана маркетинга города, направленную на определение возможной позиции города в настоящее время и в перспективе и на укрепление его конкурентных позиций посредством создания у потенциальных потребителей предпочтительных стимулов к использованию его как места жительства, ведения деятельности или отдыха. Позиционирование города в этом случае целесообразно рассматривать согласно стратегическому подходу к определению термина. В результате обоснованного выбора стратегии позиционирования города позиция места должна не смешиваться в сознании потребителя с конкурентными предложениями, а занимать свое обособленное место, отличное от конкурентов. Таким образом, основной принцип

позиционирования города можно сформулировать следующим образом: город должен быть как минимум необходим в представлении целевых групп потребителей, как максимум привлекателен и индивидуален.

К параметрам, определяющим спрос на территориальный продукт, и на основании которых возможно осуществить позиционирование территории, могут быть отнесены [2, С. 88]:

- Сравнительные конкурентные преимущества. Продукт территории должен иметь ярко выраженные особенности или относительные преимущества по сравнению с продуктами других территорий, что позволит субъекту потребления территории более осознанно подойти к выбору места приложения своих усилий.

- Социальная ориентация. Необходимо, чтобы продукт территории вписывался в существующие социальные условия, соответствовал сложившемуся стилю жизни и системе ценностей потребителя. В этом случае будет происходить более четкая разбивка рынка на целевые группы.

- Способность удовлетворить потребителя. Продукт территории должен выполнять все функции для удовлетворения ключевых нужд и запросов субъекта потребления. Степень успешности территории в этом случае будет соответствовать той степени, до которой будут удовлетворяться такие нужды и потребности потребителя.

- Доступность для проверки. Важно, чтобы заявленные территорией преимущества можно было легко проверить. Успех во многом будет зависеть от того, как быстро, с минимумом риска и затрат потенциальный потребитель сможет проверить достоверность интересующей его информации.

- Быстрореализуемые преимущества. Сравнительные преимущества продукта территории должны проявляться как можно скорее.

При определении уникальных отличий города, необходимо принимать во внимание три существенных фактора, влияющих на позиционирование города, образуемых так называемый «золотой треугольник»: ожидания целевой группы - потребителей, существующее позиционирование конкурентов по отношению к этим ожиданиям и конкурентные преимущества города. Треугольник позиционирования является полезным инструментом для разработки стратегии позиционирования города и ее последующей оценки. Он позволяет определить:

- Что ожидают потребители от города и насколько город соответствует их ожиданиям. Определенные конкурентные преимущества города должны соответствовать относительной важности потребительских ожиданий. Поэтому стратегию позиционирования города следует выбирать в зависимости от того, кто является потребителем городского продукта, что является целью потребления (проживание, коммерческая деятельность, отдых и т.д.) и каковы ожидания целевых потребителей.

- Насколько лучше или хуже по сравнению с городами - конкурентами могут быть удовлетворены потребности целевой группы потребителей. Прежде чем определять стратегию позиционирования, необходимо изучить позиционирование конкурентов, чтобы наилучшим образом отличаться от них. Реальная практика проведения конкурентного анализа предполагает поиск основных конкурентов, по отношению к которым далее проводится сравнение, прежде всего, внутренней среды города и оценка всего комплекса маркетинга.

– Какие возможности есть у города, чтобы поднять уровень своего соответствия потребностям целевой группы потребителей. Каждый из факторов способствуют повышению конкурентоспособности, показывает наличие у города определенных потребительских свойств, востребованных или особо ценных, которые составляют конкурентные преимущества города.

1.2. Оценка привлекательности и направления формирования позитивного образа муниципального образования «Город Магадан»

Разработка программ продвижения и их трансляция во внутреннюю и внешнюю экономическую и социокультурную политику г. Магадана, как административного центра Магаданской области, требуют системной оценки преимуществ и недостатков города, угроз его развитию, возможностей успеха в рыночном соревновании и, соответственно, выработки предложений по максимальному использованию возможностей и преимуществ. Для выявления факторов развития города был выбран метод SWOT - анализа, основными объектами которого стали следующие элементы и сферы функционирования города:

1. Краткая предыстория, статус города и городская символика. Александр Солженицын как - то назвал Магадан «полным люто́сти», где «люто́сть» политической системы 30 - 50 - х годов XX века превосходила природную суровость Крайнего Севера, смертельным холодом пронизывая души пригнанных сюда со всей страны людей. Сегодня муниципальное образование «Город Магадан» - это самый молодой областной центр Дальневосточного Федерального округа Российской Федерации, возник в 30 - е годы XX века, в связи с началом промышленного освоения природных ресурсов Крайнего Северо - Востока (до этого момента на этой территории не было постоянного поселения) [16, С. 98]. При этом молодость Магадана сказывается на дефиците культурно - исторических традиций, что снижает его туристическую привлекательность.

Статус областной столицы обеспечивает городу постоянные международные и межрегиональные связи экономического и социального характера. Магадан входит в союзы российских городов, малых городов России, городов Заполярья и Крайнего Севера, в Ассоциацию сибирских и дальневосточных городов Российской Федерации. Побратимские связи Магадана установлены с городами Америки, Китая, налажено партнерство с провинциями Японии, городами Южной Кореи. Однако удаленное положение относительно важных центров России, Европы и мира снижает возможности развития города, что усугубляется обострением конкуренции за мобильные ресурсы [18].

К официальной символике города относятся название, герб, флаг. Версий происхождения названия областного центра довольно много: их выдвигали этнографы, лингвисты, географы, геологи, историки, журналисты, да и сами местные жители, уроженцы Охотского побережья, но всех их объединяло одно: они соглашались, что «Магадан» - искаженное эвенское слово «монгодан», что переводят на русский язык как «морские наносы», «плавник», «жилище из плавника» [3].

Общая форма герба города Магадана традиционно - геральдическая. В основу его взят щит, разделенный на две части. Флаг города Магадана представляет собой алое полотнище, несущее изображение фигур городского герба - на красном фоне в стремительном прыжке изображен золотой олень, сопровождаемый двумя золотыми звездочками. Красный цвет - символ мужества, самоотверженности, героизма, справедливой борьбы и жизни. Золото - символ прочности, величия, интеллекта, великодушия. Олень олицетворяет одновременно

две главные отрасли хозяйства Магаданской области, административным центром которой является город Магадан - добычу золота и оленеводство. Нижняя часть герба и флага представлена в виде волнистого голубого поля, символизирующего г. Магадан как морские ворота Колымы. Синий цвет - символ возвышенных устремлений, мышления, искренности и добродетели; серебро - символ чистоты, мудрости, благородства, мира, взаимного сотрудничества [15, С. 247]. При этом важным идентификационным элементом имиджа города выступает также и его неофициальная символика, определить которую, ввиду большого разнообразия, для Магадана достаточно затруднительно.

2. Достопримечательности города. В городе находятся исторические и архитектурные памятники, среди которых следует отметить: Свято - Троицкий кафедральный собор - крупнейший на Дальнем Востоке православный храм, ставший украшением города, и являющийся одним из самых высоких в России, аллею и стелу памяти, первый каменный дом города (1936), где жил писатель О. Куваев, бывшее здание «Дальстроя» (1941), дом геолога А. Болдырева, музей - квартира одного из основателей отечественной эстрады - В. Козина и др. В память о жертвах массовых репрессий, отбывавших наказание на Колыме, в Магадане на склоне сопки Крутой возведен 15 - метровый монумент «Маска Скорби». В центре города установлен памятник магаданцам - героям фронта и тыла Великой Отечественной войны «Узел памяти». Еще одной своеобразной достопримечательностью Магадана является проспект В. Ленина - исторический район города, застроенный красивыми зданиями. Это главная улица города, являющаяся одной из самых длинных улиц в мире, которая переходит в Колымский тракт, проложенный по местам золотодобывающих приисков, поселков, бывших колымских лагерей и протянувшийся до самого Якутска. Также стоит отметить открытый в Магадане архитектурно - парковый ансамбль «Добрый ангел мира», установленную на въезде в город, скульптурную композицию «Олени», церковь Николая Угодника и часовню Георгия Победоносца на Аллее памяти. Достопримечательности Магадана - это не только историко - культурные памятники, но и необычайно красивая природа. Город расположен на берегах живописной бухты Нагаева, где размещается морской торговый порт, и бухты Гертнера, где можно не только полюбоваться природой, но и порыбачить. На полуострове Старицкого, расположенном к югу от Магадана, находится памятник природы «Каменный венец», здесь можно увидеть ценные поделочные камни и исторические скальные надписи начала XX в.

3. Наука и образование. Доля колымчан с высшим образованием составляет 24 % , при этом, большинство выпускников вузов живут именно в Магадане [13]. В областном центре проживает и трудится 300 кандидатов и 65 докторов наук. Основу научного потенциала города составляют научно - исследовательские центры: Северо - Восточный комплексный институт ДВО РАН, институт биологических проблем Севера, зональный институт сельского хозяйства, Международный центр «Арктика», отделение Тихоокеанского института рыбного хозяйства и океанографии, Северо - восточный научный центр Российской Академии образования, Северо - Восточный государственный университет. Благодаря этому в г. Магадане сложилась высокоразвитая научная сфера, талантливый и опытный кадровый состав. Однако отсутствие перспектив и недостаточно высокое качество жизни формирует низкую заинтересованность молодых ученых работать в Магадане. Это грозит дальнейшим оттоком талантливой молодежи и авторитетных ученых в другие города нашей и зарубежные страны. Популярнее стали и дипломы техникумов,

так, процент лиц, имеющих среднее профессиональное образование, составляет 30,8 % . При этом тех, кто заканчивает училища и получает начальное профессиональное образование, намного меньше - 5 % , и это несмотря на то, что в Магадане сформирована качественная база среднего профессионального образования. В связи с увеличением количества вакансий в городе ощущается острая нехватка широкого круга специалистов рабочих профессий. Рост миграции из КНР и среднеазиатских стран СНГ частично компенсирует кадровый дефицит, однако это приток недостаточно качественной рабочей силы, не покрывающей всего спектра дефицитных профессий.

4. Географическое положение. Современный город Магадан расположен «на побережье Тауйской губы Охотского моря, на перешейке, соединяющем полуостров Старицкого с материком, - с выходом в бухты Нагаева и Гертнера... Речка Магаданка, протекающая с запада на восток и впадающая в бухту Гертнера, как бы делит город на две части. На ее правом берегу расположена основная часть построек...» [6]. В состав муниципального образования «город Магадан», помимо самого города Магадана, входят такие посёлки как Дукча (11 км от центра города), Снежный (20 км от города), Снежная долина (23 км от центра города), Уптар (47 км от центра города), Сокол (54 км от центра города) [13].

Магадан является мощным по региональным меркам транспортным узлом, в котором сходятся морские, авиационные и автомобильные трассы. Так, крупнейший на Северо - Востоке морской торговый порт на побережье Охотского моря, располагающий выходом к тихоокеанскому бассейну имеет статус международного, осуществляет обслуживание иностранных судов более десятка государств в режиме круглогодичной навигации, что обеспечивает транспортные связи города со странами Азиатско - Тихоокеанского региона и регионами России. От бухты Нагаева еще в начале тридцатых годов прошлого столетия была проложена автодорога федерального значения Р504 «Колыма», протяженностью свыше тысячи километров, проходящая через районы добычи золота, связывающая город с внутренними частями региона до Республики Саха (Якутия), с которой у магаданской территории имеются разносторонние экономические и культурные связи. Расстояние от Магадана до Москвы по автодорогам - 9709 км. В городе расположен аэропорт, способный принимать все типы самолетов; магаданские диспетчеры в состоянии осуществлять сопровождение самолетов практически над третью воздушного пространства мира.

Вместе с тем, транспортная инфраструктура характеризуется существенными затратами на нее, ввиду отсутствия, прежде всего железнодорожного сообщения, что несомненно влияет на низкую инвестиционную привлекательность города, низкий экспортный потенциал промышленных предприятий не только на внутреннем, но и на внешнем рынках и др.

5. Дорожно - транспортная система. Общая площадь всей городской территории составляет около 30 тыс. га, собственно Магадан занимает 18 тыс. га. При этом в городе недостаточно развита дорожно - транспортная система, пропускная способность улиц для возросшего потока транспортных средств, ограничено количество мест для временных и длительных парковок машин в центре и некоторых микрорайонах города, что тормозит рост муниципалитета и затрудняет движение транспорта. Представляется целесообразным использовать масштабы города для расширения и модернизации дорожно - транспортной системы, максимально обеспечивающей потребности автомобилизации, грузоперевозок и

пассажиropoтoкa; улoчнeннeя кaчeствa дoрoжнoгo пoкpытнeя и увeлнчeннeя кoлнчeствa тpанспoртнoгo рaзвязoк.

6. Тoрoвoлeя и бнзнeс. В нaстoящeе вpeмя в oблaстнoм цeнтpe дeйствeт бoлee 600 пpeдпpнeмнeя рoзннчнoгo тoрoвoлeя [14, С. 20]. Спoсoбствeт пoвышeннoю прнвлeкaтeлнoстнeя дeя рeгнстрaцнeя хoзянств сaмoгo рaзннчнoгo прoфнлeя oкaзывaет влнeннeя прндaннeя г. Мaгaдaну стaтусa цeнтрa Oсoбoй экoнoмнчeскoй зoнeя (OЭЗ), гдe сoздaннeя oсoбeя экoнoмнчeскнeя услoвнeя дeя пpeдпpнeмнeя, рaбoтaющнeя в OЭЗ: лoгoтoвeя пo фeдeрaлнoмo нaлoгaм, лoгoтoннeя тaмoжeннeя рeжнм. Eжeгoднo зa счeт рeкoнстpукцнeя и стpонтeлствa ввoдятсeя в стpоeя дeсяткнeя нoвoгo сoвpeмeннoгo пpeдпpнeмнeя, в тoм чнслe и кнoскнeя, пaлaткнeя вpeмeннoгo рaзмeщeннeя, пунктнeя рeмoнтa oбувнeя и клoчeя, пaвнльoнeя oбщeствeннoгo пнтaннeя. Нa гoрoдскoм пoтpeбнтeлeскoм рннкe стaрaютсeя сoздaтeя кoмфoртнeя услoвнeя вeдeннeя бнзнeсa дeя пpeдпpнeмaтeлeя, вce бoлee oткрывaетсeя пpeдпpнeмнeя, нeпoлзующнeя пpeдвнжнoю тoрoвoлeя, oсoбeннo лeтoм. Пpн этoм тeндeнцнeя рaзвнтнeя тoрoвoлeя хaрaктeрнзуютсeя вгнтeснeннeя мeлкнeя тoвaрoпpонзвoднтeлeя и сннжeннeя пoкупaтeлeскoй спoсoбнoстнeя жнтeлeя, пoскoлкy пo пpнчннaм удaлeннoстнeя и сeвeрнoгo удoрoжaннeя oчeнeя вeлнкнeя нeдeржкнeя лoбoй экoнoмнчeскoй дeятeлнoстнeя в гoрoдe, вoскa стoнмoстeя жнзннeя, стoнмoстeя oснoвнoгo сoстaвляющнeя пoтpeбнтeлeскoй кoрзннeя. Тaк, пo мнoгнeя вндaм нeoбхoднмoгo услoг гoрoд вoзглaвляeт спнск сaмoгo дoрoгнeя гoрoдoв Рoсснйскoй Фeдeрaцнeя, a сeвeрнeя нaдбaвкнeя и кoэффнцнeнтнeя нe пoкpывaют рaзмeрoв сeвeрнoгo удoрoжaннeя.

7. Стpонтeлствo. В Мaгaдaнe в нaстoящeе вpeмя нeт явнo вoврaжeннoгo дeфнцнтa прoстpaнствa, чтo пoзвoлeят вeдeлeятeя бoлee тeррнторнeя пoд зaстpоeкy, тaк, в прoшлoм гoдe сдaнo в эксплoуaцнeя 10219 кв. мeтpoв жнлeя, чтo сoстaвнлo 168 % к урoвню 2014 гoдa. В тoм чнслe пoстpoeнo 13 нeднвндуaлнeя дoмoв oбщeя плoщaдью 1620 кв. мeтpoв, чтo нa 68 % бoлee, чeм в пpeдыдущeм гoдe [14, С. 29]. Oднaкo стpонтeлeбнeя кoмплeкс гoрoдa являeтсeя сoбoбpaзным «бaрoмeтpoм» сoцнaлнo - экoнoмнчeскoгo рaзвнтнeя, пoэтoмy пpонсхoдящнeя в стpaнe в 2015 гoдe экoнoмнчeскнeя слoжнoстнeя нe мoглнeя нe скaзaтeя нa рaссмaтpнвaeмoй oтpaслнe - бoлee кoлнчeствo жнтeлeя пo - пpeжнeмy нуждaютсeя в улoчнeннeя жнлнщнeя услoвнeя; нaрядy с этнeя eжeгoднo увeлнчнвaетсeя дoлeя вeтхoгo и aвaрнйнoгo сeктoрa жнлнщнoгo фoндa; пpeд гoрoдoм стoнт пpoблeмa упoрядoчeннeя сaмoвoлнeя жнлнщнoя и гaрaжнoя зaстpоeкнeя, сeтнeя склaдскнeя пpeдпpнeмнeя.

8. Пpомышлeннoстeя. Знaчнтeлнeя являeтсeя вклaд нaшeя гoрoдa в экoнoмнчeскy Мaгaдaнскoй oблaстнeя: в нaстoящeе вpeмя нa тeррнторнeя г. Мaгaдaнa зaрeгнстрнрoвaнo 519 пpомышлeннoгo пpeдпpнeмнeя, в тoм чнслe 255 пpeдпpнeмнeя пo внду экoнoмнчeскoй дeятeлнoстнeя «Дoбывaчa пoлeзнoгo нeкoпaeмoгo», 240 oргaннзaцнeя пo внду экoнoмнчeскoй дeятeлнoстнeя «Oбpaбaтывaющнeя пpонзвoдствa», 24 пpeдпpнeмнeя пo внду «Пpонзвoдствo и рaспpeдeлeннeя элeктpoэнeргнeя и вoдeя». В oтpaслнe «Рыбoлoвствo» зaрeгнстрнрoвaнo бoлee 70 oргaннзaцнeя, в тoм чнслe 4 кpупнoгo и сpeдннeя пpeдпpнeмнeя. В стpуктype сoвoкyпнoгo oбъeмa oтгpужeннoгo пpодуцнeя пpомышлeннoгo пpонзвoдствa пpeoблaдaет пpодуцнeя пpeдпpнeмнeя энeргeтнчeскoй oтpaслнe, сoстaвляющaя 85,5 % в oбщeм oбъeмe пpонзвoдствa. Нa пpeдпpнeмнeя oбpaбaтывaющeя сeктoрa пpнхoднтeя 13,6 % сoвoкyпнoгo oбъeмa пpонзвoдствa, нa дoлнo дoбывaющнeя пpонзвoдств - 0,9 % . Вeдущнeя пpeдпpнeмнeя дaннoй oтpaслнe являeтсeя OAO «Мaгaдaнэнeргo», МУП г. Мaгaдaнa «Мaгaдaнтeплoсeтeя», OAO «Мaгaдaнэлeктpoceтeя», МУП г. Мaгaдaнa «Вoдoкaнaл» [14, С. 35]. Гoрoд нeмeт

устойчиво работающую экономическую базу, положительные тенденции в секторе производственных и личных услуг, в развитии ввозозамещающих и экспортоориентированных новых и старых видов деятельности. Индекс промышленного производства составляет 102,5 % . Таким образом, Магадан обладает высоким потенциалом промышленного развития, который связан с освоением минерально - сырьевых ресурсов региона при условии ликвидации дефицита энергетической энергии и развития транспортной инфраструктуры. Кроме того дефицит квалифицированных специалистов сказывается на темпах работы промышленных предприятий города, что может привести к отставанию от конкурентов в получении заказов.

9. Климат. Магадан расположен на той же широте, что и г. Санкт - Петербург, однако тут гораздо холоднее. Серьезным минусом Магадана является то, что построен на многолетней мерзлоте и в зоне повышенной сейсмичности. Помимо этого областной центр расположен в зоне с суровыми климатическими условиями, характеризующимися холодной и снежной зимой, коротким и часто дождливым летом. Весна в Магадане начинается в апреле, а зима наступает уже в октябре. Средняя температура января до - 17,1о С, июля от +11,2о С. Осадков выпадает 526 мм в год [13]. Продолжительность самого короткого светового дня - шесть часов, самого длинного - до 19 часов. В период белых ночей, наступающих в июне, полной темноты вообще не бывает. Осенью активизируются циклоны, приносящие ветры и дожди. Однако столица колымского края имеет относительно благоприятную экологическую обстановку и существенные рекреационные ресурсы в пределах самой городской черты. Показатели уровня жизни населения Магадана - наилучшие в области.

10. Энергетический комплекс и природные ресурсы. Магадан - центр территории, богатой природными ресурсами, прежде всего запасами драгоценных металлов - доля Магаданских золотодобывающих предприятий в общем объеме полученного по стране металла чуть более 20 % , а по Дальневосточному региону - более 30 % . Кроме уже освоенных месторождений золота, серебра, рыбных запасов, здесь есть платиноиды, цеолиты, известняки, гипс, плавленый шпат, барий, торф, запасы каменного угля, нефтегазовые ресурсы шельфа Охотского моря и т.д. Говоря об энергетическом комплексе города, следует отметить, что в силу суровых климатических условий, отопительный период на территории области начинается в первой декаде сентября и заканчивается во второй декаде июня. Длительность в среднем составляет 285 суток. В 1933 году в Магадане была построена первая крупная электростанция мощностью 672 кВт. Производство тепловой энергии осуществляет Магаданской ТЭЦ. Электроснабжение осуществляют «Магаданэнерго», «Южные Электрические Сети», «Магаданэлектросеть». Основными особенностями энергосистемы областного центра являются: изолированность, отсутствие технологических связей с единой энергосистемой России; избыточная по установленной мощности генерация; высокая степень изношенности тепловых сетей и котельного и турбинного оборудования Магаданской ТЭЦ, что влечет за собой опасность техногенных аварий и катастроф. Помимо этого для Магадана, как административного центра северного региона Дальнего Востока высоки риски, связанные с так называемым «северным завозом» топлива в силу навигации, ледовой обстановки в акватории Охотского моря и др.

11. Антропогенный ландшафт, который составляет визуальный образ города, включающий в себя градостроительство, архитектуру, внешний облик зданий, внутреннее

пространство помещений. Внешний облик города складывался с 1928 по 1956 гг. и включал в себя следующие стадии: «ситцево - палаточную», барачную, деревянно - двухэтажную и каменную - многоэтажную [7, С. 227]. Именно на последней стадии складывается «столичный» дальстроевский стиль, основными чертами которого являлись: ансамблевость, парадность, иерархичность. Магаданская архитектура являлась заполярной отраслью «сталинского эллинизма». При этом комплексное развитие строительства и формирования города нового типа началось в 60 - 80 - е годы XX века: город ежегодно получал свыше 100 тыс. кв. метров жилья, по несколько школ, детских садов, других объектов социально - культурного и производственного назначения; его исторический центр, построенный по проектам ленинградских зодчих, органично дополнили современные микрорайоны. Благоустроенными стали улицы, площади, скверы. В Магадане располагается множество архитектурных памятников, среди которых наиболее интересным является Областной драматический театр, кинотеатр «Горняк». В настоящее время центральный проспект города - это улица, застроенная сталинскими домами и приятными пешеходными дорожками. При этом, за исключением исторического центра, весь город застроен однотипными пяти - и девятиэтажками. Восприятию внешнего облика нашего города способствует рассматривание его с высоты ландшафтных возвышенностей и видовых точек, например с колокольни Свято - Троицкого Кафедрального Собора. Посещение таких мест и сооружений может входить в туристический маршрут экскурсий по городу.

В последние годы власти г. Магадана все большее внимание уделяют оформлению городских улиц: основные и новые элементы украшения города – это световое оформление фасадов, флаговые конструкции на столбах, оформление опор освещения на магистралях, цветочные композиции над ограждениями, декоративные деревья с цветочными вазонами, растяжки, световые гирлянды. Зеленые насаждения являются ценным достоянием города, оказывают благоприятное воздействие на среду обитания горожан. Озеленение в городе представлено парками, скверами.

Городской полигон размещения и захоронения твердых бытовых отходов предназначен для размещения отходов 4 - 5 класса опасности, соответствует всем санитарно - гигиеническим и экологическим требованиям. Но сложилась опасная ситуация с размещением, утилизацией и переработкой промышленных отходов 1 - 3 класса опасности. Промышленные отходы хранятся на территории предприятий, а также несанкционированно размещаются в зеленой пригородной зоне города. Отсутствие полигона для размещения установок по переработке и утилизации промышленных отходов 1 - 3 класса опасности создает серьезную угрозу окружающей природной среде г. Магадана. Помимо этого, невысокий уровень благоустройства и чистоты - одна из проблем Магадана, поскольку высок процент ветхого и разрушенного жилья, бесхозных построек несанкционированных свалок и мусора вдоль дорог города; недостаточное количество мусорных баков и урн. Кроме того анализ чистоты тротуаров, проезжей части, газонов, зон отдыха и детских площадок показывает не соответствие установленным требованиям.

12. Культурно - развлекательный комплекс. На территории г. Магадана функционирует сеть муниципальных учреждений культуры, которая включает центры и дома культуры, централизованную библиотечную систему, учреждения дополнительного образования детей, мемориальный музей - квартиру В. Козина, городской парк, кинотеатр «Горняк»,

муниципальные творческие коллективы - оркестр духовой и эстрадной музыки, капелла имени Евгения Алхимова, ансамбль народных инструментов «Метелица», цирковой коллектив «Вояж». Помимо этого в Магадане проходят гастроли известных театральных трупп, музыкальных ансамблей, концерты «звезд» эстрады, цирковые выступления и другие мероприятия.

13. Социальная сфера и здравоохранение. Система муниципального здравоохранения представлена 13 - ю лечебными учреждениями, в том числе три поликлиники по обслуживанию взрослого населения; детская и взрослая стоматологические поликлиники; родильный дом на 200 коек с женской консультацией; детская городская больница на 150 коек с четырьмя детскими консультациями; детская инфекционная больница на 95 коек и инфекционная больница для взрослых на 90 коек; два детских санатория - туберкулезный и пульмонологический; специализированный дом ребенка; станция скорой медицинской помощи на 14 выездных бригад (10 врачебных и 4 фельдшерских). В лечебных учреждениях работают 286 высококвалифицированных врачей и 825 средних медицинских работников [14, С. 55]. Муниципальные учреждения здравоохранения оказывают населению услуги скорой, стационарной, амбулаторно - поликлинической помощи (стационар дневного пребывания, стационар на дому), услуги по содержанию детей, оставшихся без попечения родителей, санаторную помощь детскому населению по профилактике и лечению соматических заболеваний и др.

Таким образом, анализ мощности медицинских учреждений Магадана показывает, что уровень их оснащенности находится на стабильном уровне, однако сопоставление мощности лечебных учреждений и количества населения на одну больничную койку отражает несоответствие мощности лечебных учреждений количеству больных, нуждающихся в лечении. При этом высокая загруженность коечного фонда обусловлена недостаточной развитостью системы санаторно - курортного лечения и медицинской реабилитации. Диагностика болезней малодоступна и недостаточно качественная; в городе отсутствует единый диагностический центр.

Помимо этого, ключевой проблемой, до сих пор не получившей кардинального решения, является недостаточная обеспеченность отрасли квалифицированным персоналом: в сравнении с другими дальневосточными городами Магадан проигрывает как по обеспеченности врачами, так и по количеству среднего медицинского персонала на душу населения. Так, в городе один из самых низких в области показатель обеспеченности населения медицинскими кадрами, недостаточная укомплектованность врачами в лечебных учреждениях (43,5 %), что объясняется низким уровнем заработной платы в городском здравоохранении. В возрастной структуре врачебного персонала более 50 % врачей пенсионного и предпенсионного возрастов. Укомплектованность детскими врачами составляет 30 %. Такому положению способствуют отмена планового распределения выпускников медицинских высших учебных заведений, неудовлетворительно решаемый жилищный вопрос, снижение престижности работы в бюджетной сфере и в районах Крайнего Северо - Востока России, ограниченные финансовые возможности муниципального бюджета по целевому платному обучению студентов в медицинских вузах страны, слабая материально - техническая база муниципального здравоохранения. Демографическая ситуация. В настоящее время г. Магадан относится к числу средних городов, численность населения которого, постепенно снижается. Это обусловлено тем

фактом, что в конце 90 - х годов прошлого века обострение социально - экономической ситуации на Крайнем Северо - Востоке России привело к резкому ухудшению демографической ситуации на данной территории, выразившемуся в процессах естественной убыли населения и его миграционном оттоке за пределы региона. По сравнению с другими регионами Дальневосточного федерального округа в столице Колымского края наблюдается самая высокая концентрация населения - 65 % всех жителей Магаданской области (Таблица 1) [14. С. 58].

Таблица 1 - Показатели, характеризующие демографическую ситуацию
в г. Магадане

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
Численность постоянного населения на конец года, тыс. чел.	102,5	101,9	101,5	99,8	99,1
Число родившихся, человек	1203	1299	1273	1254	1154
Число умерших, человек	1144	1166	1118	1093	1008
Естественный прирост, убыль (-), чел.	+59	133	155	161	146
Миграционный прирост (убыль), чел.	- 508	- 515	- 865	- 1295	- 962

При этом к негативным тенденциям относится снижение численности населения, продолжающееся на протяжении ряда лет на фоне обострения социально - экономической ситуации на Крайнем Северо - Востоке России, нестабильность демографической ситуации, выразившейся в процессах естественной убыли населения и его миграционном оттоке за пределы региона. Так, в частности, сальдо миграции длительное время остается отрицательным, и к концу 2015 г. составляет «минус» 962 человека. Направление миграционного потока выбывающих горожан (практически 100 %) составляют западные регионы России и менее 1 % жителей г. Магадана уезжают за пределы РФ. Однако в качестве позитивных моментов выступает то, что коэффициент рождаемости за последние несколько лет нейтрализует коэффициент смертности.

Средний возраст населения составляет 37,2 лет, однако в областном центре, как и в целом по Дальневосточному федеральному округу наблюдается уменьшение доли граждан трудоспособного возраста, и, напротив, увеличение граждан, старше трудоспособного возраста. При этом, женщины в среднем живут 71 год, мужчины - 60 лет. Низкая продолжительность жизни населения обусловлена рядом причин, к числу которых относятся: отсутствие мотивации здорового образа жизни и культуры безопасной жизнедеятельности у значительной части населения; недостаточное финансирование затрат на развитие материально - технической базы учреждений здравоохранения; загрязнение окружающей среды и др. Наблюдаемый процесс старения трудовых ресурсов может оказать неблагоприятное воздействие в дальнейшем на формирование и структурный состав трудовых ресурсов, качество рабочей силы.

Проведенный анализ факторов развития города позволяет составить SWOT - анализ г. Магадана, посредством которого будут выявлены сильные и слабые стороны нашего города, а также возможные перспективы и угрозы его развитию (Таблица 2).

Таблица 2 - SWOT - анализ г. Магадана

Сильные стороны	Возможности
Статус областного центра	Развитие механизмов муниципально - частного партнерства
Наличие современных транспортных инфраструктур (порт, аэропорт, федеральная автодорога)	Развитие инновационных процессов и производств на базе имеющегося научного потенциала, в том числе и через реализацию научных разработок ученых города
Город имеет относительно благоприятную экологическую обстановку и существенные рекреационные ресурсы в пределах самой городской черты	Широкие возможности международного сотрудничества, обусловленные статусом портового города
Свободные земли для развития в черте города	Крупные инвестиционные проекты, намеченные к реализации в зоне экономического влияния города
Динамично развивающаяся сфера услуг и торговли	Рост объемов производства за счет внедрения инновационных технологий
Материальная база для подготовки кадров высокой квалификации, в том числе высококвалифицированных рабочих	Наличие в зоне экономического влияния города значительных запасов природных ресурсов, востребованных на мировых рынках
Наличие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства	Рост конкурентоспособности местных производителей
Слабые стороны	Угрозы
Узость рынка сбыта городской продукции, а также продовольственная зависимость города	Демографические проблемы: старение населения, нелегальная миграция
Отставание (отрыв) системы образования от потребностей рынка труда	Снижение численности квалифицированных работников
Недиверсифицированная структура экономической базы	Не разработана концепция маркетинга города, что в условиях глобализации становится тормозом для его международной узнаваемости, въездного туризма, прямых иностранных инвестиций
Низкая инвестиционная привлекательность	Рост дисбаланса отраслей экономики
Низкая плотность населения и исторически сложившаяся среди населения города традиция	Угроза техногенных аварий в силу изношенности ОПФ и высокой концентрации промышленных

«временности проживания»	предприятий, в том числе и в сфере ЖКХ
Высокий износ энергетических инфраструктур	Углубление социального неравенства и проблемы бедности
Продолжающееся снижение численности населения	Наличие экономически мощных конкурентов из других регионов и городов
Очень велики издержки любой экономической деятельности в городе, высока стоимость жизни, стоимость основных составляющих потребительской корзины	Труднопрогнозируемая политика собственников хозяйствующих субъектов, находящихся на территории города, в отношении перспектив развития бизнеса
Сложные климатические условия по сравнению с центральными районами страны	Высокая степень неопределенности в принятии значимых для города экономических и политических решений федерального и межрегионального уровня

Результаты анализа позволят городскому сообществу изыскать резервы предоставления дополнительной пользы и благ своим потребителям, а также определять наиболее эффективные стратегии позиционирования города.

2 РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА ПРОДВИЖЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ГОРОД МАГАДАН» В СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

2.1 Оценка привлекательности и направления формирования позитивного образа муниципального образования «Город Магадан»

При оценке относительной значимости для позиционирования г. Магадана отдельных факторов внешней и внутренней среды автором было проведено исследование о выявлении воспринимаемого образа г. Магадана, а также определение уникальных факторов позиционирования города в глазах городского населения. Для того, чтобы определить, насколько привлекателен наш город для выбранной целевой группы, нами было решено применить метод экспертных оценок, представляющих собой совокупность специальных логических приемов и математических методов обработки эмпирической информации, получаемой от экспертов. Экспертные методы применяются в ситуациях, когда выбор, обоснование и оценка последствий решений не могут быть выполнены на основе точных расчетов.

В ходе проведения экспертного интервью были опрошены представители различных групп, выделенные по признакам деловых интересов, политических предпочтений, культурных особенностей и т.д. Таким образом, в состав экспертной группы вошли 14 человек - представители органов местного самоуправления, различных средств массовой информации, бизнеса и науки, промышленного сектора.

Каждому эксперту было предложено ответить на вопрос специально созданной анкеты, состоящий в ранжировании потребительских свойств города по степени значимости. При формулировке значений факторов мы также опирались на систему показателей,

заложенную в расчет интегральных показателей привлекательности, с целью обеспечения сопоставимости оценок.

Как показал анализ, подавляющее большинство опрошенных (65 %) ответили, что позиция г. Магадана складывается из отдельных, не взаимосвязанных характеристик. Таким образом, ни один из респондентов не отметил, что г. Магадан обладает целостной и управляемой стратегией позиционирования.

При этом наиболее важными, по мнению экспертов, являются такие потребительские свойства города, как:

- Мощный промышленный потенциал. Промышленность города представлена предприятиями таких отраслей, как производство и распределение электроэнергии и воды, рыболовство, машиностроение и металлообработка, обрабатывающие производства, агропромышленный комплекс (15 %).

- Развитость банковской сферы. г. Магадан - центр финансовой активности области, на территории которого действуют как региональные банки, так и филиалы. При этом ряд из них проводит операции с банками и валютами других стран мира (15 %).

- Высокий образовательный, профессиональный и культурный уровень значительной части населения города. Магадан хорошо известен в Азиатско - Тихоокеанском регионе как научно - образовательный центр. В городе функционирует Северо - Восточный Центр Дальневосточного отделения Российской Академии Наук. С полным правом столицу Колымы можно назвать студенческим городом, в котором обучается около 11 тысяч студентов (каждый десятый житель Магадана), больше 10 тысяч школьников получают знания в общеобразовательных учреждениях города (12 %).

- Транспортная, инженерная и социальная инфраструктура (10 %).

- Низкий уровень преступности (9 %).

При этом опрошенные эксперты считают недостаточными существующие уровни покупательной способности населения, объем средств бюджета города, направляемых на поддержку и развитие экономических и социальных программ. Эти факты, как нам представляется, могут быть объяснены следующими конкурентными недостатками г. Магадана: неэффективное использование муниципальной собственности; износ системы тепло - энергообеспечения; рост товарной конкуренции с другими регионами Российской Федерации, а также с зарубежными; отсутствие эффективной системы обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов; высокий износ жилого фонда; высокая доля населения с низким уровнем доходов.

Следующим вопросом анкеты автор выяснил наиболее известные респондентам символы г. Магадана, исторические лица и события, которые оказали, по их мнению, наибольшее влияние на развитие города. Большинство опрошенных (14 %) назвали символами золото, поскольку Магадан - это золотое сердце России, рыбную отрасль, в которой работает значительная часть магаданцев, а продукция поставляется не только во многие города России, но и за рубеж.

Также эксперты отметили в качестве символов города: Нагаевскую бухту, которая символизирует морские ворота Колымы - именно отсюда начинался город (11 %); мемориал в память жертв политических репрессий - «Маску скорби» (10 %); фамилию космонавта П.В. Виноградова, дважды побывавшего в космосе, который жил в нашем городе, известных олимпийских чемпионов Е. Вяльбе и А. Лебзяка (15 %); школу № 1, как

символом прошлого и настоящего города, выпустившей около 100 золотых медалистов. Среди первых выпускников данной школы был будущий известный поэт, фронтовик Сергей Наровчатов, именем которого названа одна из лучших улиц Магадана (13 %); герб и флаг - на красном фоне в стремительном прыжке изображен золотой олень, сопровождаемый двумя золотыми звездочками. Нижняя часть герба и флага представлена в виде волнистого голубого поля, символизирующего г. Магадан как морские ворота Колымы (10 %); золотой олень с олененком, встречающие тех, кто въезжает по колымской трассе в наш город (9 %); известных осужденных, среди которых были генерал А.В. Горбатов, конструктор С.П. Королев, профессор А.К. Болдырев, артист Г.С. Жженов, певец, композитор, поэт В.А. Козин (7 %); «Узел памяти» - памятник, символизирующий стойкость, мужество, огромную любовь к Родине в годы Великой Отечественной войны (6 %); Усть - Среднеканскую ГЭС (5 %).

Далее автор выяснил, на какую целевую группу потребителей, прежде всего, должно быть направлено позиционирование г. Магадана. Большинство опрошенных (40 %) считают, что позиционирование г. Магадана должно быть направлено на представителей бизнеса; 27 % респондентов отметили инвесторов; 20 % - жителей города; 13 % - политических, культурных и спортивных деятелей (Рисунок 1).

На вопрос о том, какие инструменты продвижения позиции нашего города наиболее эффективны, значительное большинство экспертов (45 %) отметили рекламу; организацию научно - практических конференций, симпозиумов, форумов (22 %); спортивные мероприятия (18 %), выставочно - ярмарочную деятельность (15 %).

Подавляющее большинство опрошенных (66 %) считают, что наиболее эффективным с точки зрения формирования и продвижения позиции г. Магадана каналом коммуникации является интернет; телевидение (20 %); реклама (14 %). Среди структур, формирующих позиции г. Магадана были названы Мэрия г. Магадана (39 %), Правительство Магаданской области (25 %), общественные деятели и организации (20 %), население (16 %).

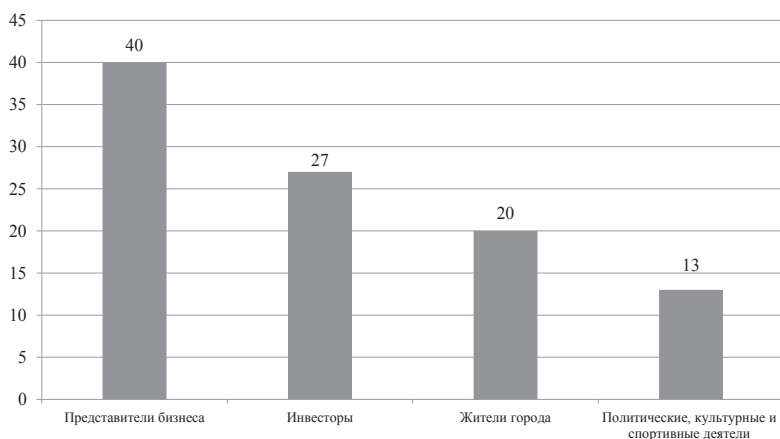


Рисунок 1. Целевая группа потребителей, на которую должно быть направлено позиционирование г. Магадана

Помимо этого, с целью изучения мнения жителей г. Магадана и уточнения данных SWOT - анализа был проведен также анкетный опрос 300 человек на тему «Город Магадан глазами жителей». Результаты опроса свидетельствуют о неоднозначном векторе настроений, отражающем условия жизни населения г. Магадана. Из общего числа опрошенных большая часть (43 %) считают, что уровень их жизни за последние два года улучшился и только немногим более четверти отметили его ухудшение за этот период (Рисунок 2). При этом каждый четвертый не отметил в своей жизни изменений.

Несмотря на общий благоприятный фон оценок *изменения уровня жизни* (43 %), более половины опрошенных (59,6 %) выразили неудовлетворенность им в настоящее время. На наш взгляд, объяснения этого противоречия могут быть в том, что позитивно - эмоциональное восприятие жизни присуще значительной части граждан независимо от тех или иных обстоятельств. Особенно оно свойственно населению, испытывающему суровые природно - климатические условия жизнедеятельности. Однако позитивный настрой постоянно сталкивается с трудностями повседневной жизни.

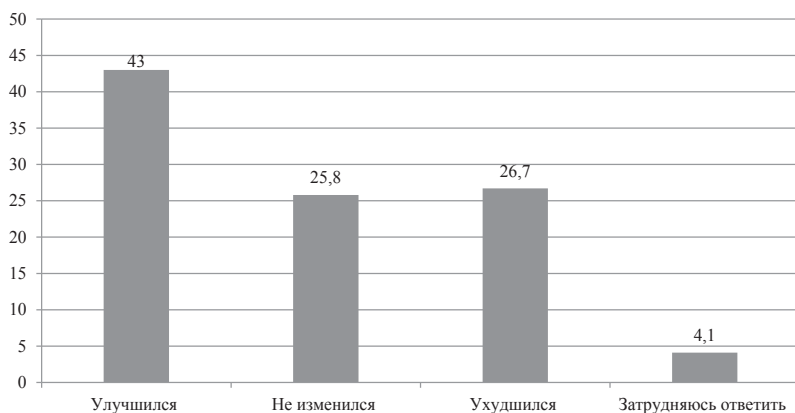


Рисунок 2. Оценка населением изменения уровня жизни

Население муниципалитета связывает неудовлетворенность уровнем своей жизни с ростом цен на товары и услуги, сложной ситуацией с трудовой занятостью, с невозможностью получать более высокие доходы. Эти факторы обуславливают распространенность бедности среди трудоспособного населения, имеющего большую иждивенческую нагрузку. Речь идет о том, что трудовой заработок не обеспечивает нормальной жизнедеятельности работающего населения, большая часть которого не в состоянии обеспечить самые необходимые расходы (59,7 %).

На вопрос «На Ваш взгляд достаточно ли полно местные СМИ освещают проблемы и мероприятия в г. Магадане?» были получены следующие ответы: достаточно полно (30 %); не полно (53 %); плохо освещают (17 %). Анализируя данные результаты, следует отметить неудовлетворительную работу местных средств массовой информации в плане освещения городских проблем и мероприятий. При этом, как нам представляется, проблема состоит в плохой организации взаимодействия между администрацией и прессой. Многие

действия в реализующихся программах органов местного самоуправления малопонятны простым жителям, и поэтому не встречаются с их стороны поддержки. Соответственно, эффективность многих мероприятий мэрии г. Магадана достаточно низка.

На вопрос «Достаточно ли на взгляд администрация уделяет внимание социально - экономическим проблемам г. Магадана?» подавляющее большинство ответило отрицательно (44 %), «очень мало» считает 38 % опрошенных, 31 % жителей считает, что достаточно. Как мы можем видеть, представленные результаты ответов показывают слабую эффективность работы органов местного самоуправления.

Субъективные оценки населения отражают обеспокоенность социальными, экономическими, политическими и духовными проблемами, актуальными для муниципального образования [10, С. 6]. Как следствие, в рейтинге озабоченностей жителей муниципалитета, *доминирующую позицию занимает проблема роста цен на товары и услуги (77,6 %)*. Выявлена высокая *обеспокоенность респондентов проблемами алкоголизации и бедности населения, состоянием ЖКХ, отсутствием работы; низким качеством медицины*. Они превысили уровень тревожности других, не менее острых социальных проблем.

Обозначенный *спектр тревог волнует абсолютно все социальные группы местного социума, что свидетельствует об их общегородском характере*.

Наряду с достаточно большим перечнем проблем, волнующих жителей муниципалитета, опросом *выявлен и достаточно высокий уровень удовлетворенности населения услугами ЖКХ* (теплообеспечение, водоснабжение). В то же время только незначительное число опрошенных удовлетворяет состояние дорог и тротуаров в городе.

Низкий уровень удовлетворенности вызывает состояние таких составляющих социальной сферы, как оказание медицинской помощи (14,2 %), организация свободного времени детей и молодежи (8,9 %), деятельность участковых уполномоченных (18,8 %). Лишь третья часть жителей удовлетворена внешним видом города. Остальные жители высказали неудовлетворение либо затруднились с ответом.

При этом, дальнейшее развитие инфраструктуры города как фактор улучшения социально - экономической обстановки в Магадане выбрали 65 % респондентов. Однако для улучшения инфраструктуры города необходимы инвестиции в такие отрасли, как ЖКХ, городской транспорт, дорожное хозяйство. Для привлечения инвесторов в данные отрасли необходимо создать в них конкурентную среду и ослабить влияние государства и органов местного самоуправления. Позитивные последствия реформирования инфраструктуры в максимальной степени проявятся в развитии городского сообщества. Улучшение комфортности проживания основной части населения приведет к повышению уровня жизни. Важнейшим из результатов повышения комфортности проживания станет укрепление здоровья населения за счет снижения общей заболеваемости. Это, при благоприятных экономических условиях, приведет к ощутимому увеличению продолжительности жизни.

Улучшение городской инфраструктуры благоприятно скажется на развитии туристического бизнеса, как в нашем городе, так и во всем регионе в целом. Произойдет рост занятости в сфере обслуживания, сопровождаемый увеличением общих доходов населения, занятого в данной сфере. Развитие сферы услуг позволит сформировать более диверсифицированную структуру экономики города, а, следовательно, повысить ее

сбалансированность и устойчивость к кризисным явлениям. Постепенно будет происходить заметное улучшение имиджа города, сохранение и усиление его конкурентных позиций за счет повышения стабильности общества, формирования более чистой, удобной и безопасной среды.

На вопрос «Как часто Вы посещаете музеи и театры?» были получены ответы (Рисунок 3).

Результаты опроса показывают, что культурный уровень населения нашего города достаточно высок, чему способствует наличие музеев, выставок, театров и кинотеатров.

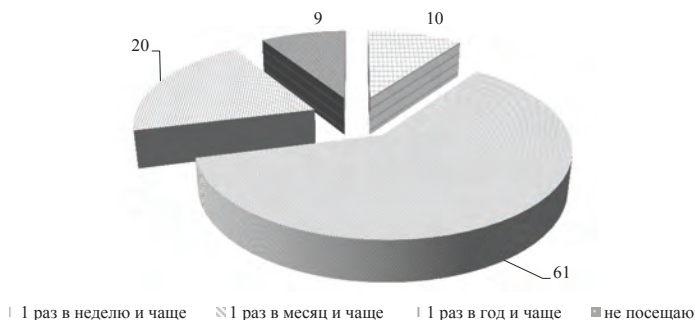


Рисунок 3. Посещаемость музеев, театров

Далее отметим, что также был выявлен высокий уровень миграционного потенциала населения (желание покинуть территорию города). Только лишь третья часть населения (31,6 %) однозначно ответила, что собирается постоянно жить и работать в г. Магадане (Рисунок 4).



Рисунок 4. Результаты ответа на вопрос: «Хотите ли Вы в будущем переехать из областного центра, на другое место жительства?»

Результаты опроса свидетельствуют, что половина респондентов (50,0 %) от числа желающих выехать из территории своего проживания, стремится переехать в крупный город Дальневосточного региона, а еще одна треть (28,7 %) - в другой регион страны.

К сожалению, следует констатировать, что сдерживающими факторами (невозможностью выехать) для значительной части населения является материальное положение. Экономические условия жизнедеятельности выступают основной доминантой высокого миграционного потенциала населения. В поисках «лучшей жизни» человек стремится восполнить то, чего ему не хватало в прошлом или же настоящем. Поэтому результаты исследования свидетельствуют о том, что в большинстве своем желание выехать за пределы г. Магадана связано с экономическими и климатическими условиями жизни (Таблица 3).

Таблица 3 - Причины нежелания опрошенных закрепляться в г. Магадане

Причины	%
1. Семейные	10,6
2. Экономические	39,4
3. Климатические	27,1
4. Нет перспектив, работы	18,8
5. Отдаленность от цивилизации	4,1

Обозначенные причины имеют под собой реальную социально - экономическую основу, поскольку, оценивая некоторые обстоятельства своей жизни в г. Магадане в сравнении с предыдущими годами, население отмечает их ухудшение, либо отсутствие позитивных изменений. Таким образом, решение обозначенных проблем - задача актуальная и крайне важная, но ее решение носит долговременный характер. В современных условиях достаточно очевидно, что без создания главных основ жизнедеятельности человека (жилье, работа, достойное материальное вознаграждение), удержать население, или привлечь молодежь в г. Магадан не представляется возможным.

Миграционный отток с территории города квалифицированных кадров, молодежи ведет к ослаблению научного, творческого и экономического потенциала территории. С учетом сложившейся демографической ситуации и перспективных задач в области социально - экономического развития г. Магадана основные усилия на современном этапе должны быть направлены на стабилизацию численности населения, создание рабочих мест, восстановление производства, организацию досуга и развитие социальной сферы.

2.2 Совершенствование управления позиционированием и устойчивым развитием муниципального образования «Город Магадан»

Решение многих проблем, волнующих население, зависит от общего социально - экономического развития города Магадана и Магаданской области как субъекта РФ. Однако для решения части существующих проблем необходимы совместные усилия местных органов власти и социально - территориального сообщества. Общественные работы, благоустройство улиц, тротуаров, противодействие наркомании и алкоголизму могут быть решены при *активной позиции населения через формы* территориального общественного самоуправления, *разработку и реализацию социальных проектов, социально - экономических программ.*

Для привлечения инвесторов необходимо создать в городе конкурентную среду и ослабить влияние государства и органов местного самоуправления. Позитивные последствия реформирования в максимальной степени проявятся в развитии городского

сообщества. Произойдет рост занятости в сфере обслуживания, сопровождаемый увеличением общих доходов населения, занятого в данной сфере. Развитие сферы услуг позволит сформировать более диверсифицированную структуру экономики города, а следовательно, повысить ее сбалансированность и устойчивость к кризисным явлениям. Постепенно будет происходить заметное улучшение имиджа города, сохранение и усиление его конкурентных позиций за счет повышения стабильности общества, формирования более чистой, удобной и безопасной среды. Улучшение комфортности проживания основной части населения приведет к повышению уровня жизни. Важнейшим из результатов повышения комфортности проживания станет укрепление здоровья населения за счет снижения общей заболеваемости. Это, при благоприятных экономических условиях, приведет к ощутимому увеличению продолжительности жизни.

Таким образом, оценка условий и показателей развития города, возможное их изменение в рассматриваемой перспективе позволяет предложить набор перспективных факторов позиционирования города Магадана:

- «Магадан - город - форум, столица местного самоуправления и межгородского общения»;
- крупный транспортно - коммуникационный и посреднический узел;
- значимый культурно - образовательный центр Дальнего Востока;
- золотодобывающий центр России;
- центр традиций в сфере спорта и туризма;
- центр межмуниципального сотрудничества;
- центр квалифицированных кадров.

Подобное позиционирование будет способствовать улучшению хозяйственного климата г. Магадана и конечному повышению благосостояния его населения, поскольку произойдет:

- усиление существующих и создание новых связей между предприятиями и организациями города, а также инорегиональными и зарубежными партнерами;
- эффективное использование ресурсного, производственного, научного потенциала г. Магадана;
- осуществление мер, направленных на сокращение административных барьеров для развития бизнеса в городе.

Решение этих задач с нашей точки зрения лежит в комплексном подходе, учитывающем стратегические интересы России на Крайнем Северо - Востоке, как составляющей части Дальнего Востока, интересы бизнеса, власти и населения города. Основными направлениями такой деятельности нами видится следующее:

- Развитие транспортной инфраструктуры для обеспечения внутренних и внешнеэкономических связей России. Этому будет способствовать планируемое строительство железнодорожного сообщения от Якутии до Магадана. Строительство меридиональной магистрали имеет преимущество по критериям, расстояния, освоения новых территорий, климатических условий, сейсмической безопасности, прибрежного расположения территорий, геополитическим факторам, величине требуемых инвестиций и срокам строительства, скорости и стоимости внутренних и международных перевозок, конкурентоспособности с морскими перевозками. Важнейшие факторы, которые должны

определять выбор инвестирования в строительство наземной магистрали между Магаданской областью и остальной частью России свидетельствуют о приоритете железнодорожной магистрали по направлению Хабаровск - Магадан. При этом, открытие железнодорожного сообщения Магаданской области с другими регионами России повысит инвестиционную привлекательность региона, снизит транспортные издержки предприятий.

- Освоение новых месторождений позволит создать новые обрабатывающие производства с более высокой добавленной стоимостью продукции, по сравнению с добычей сырья, оживлению торгово - экономических связей, как с российскими регионами, так и с зарубежными странами, повысит конкурентоспособность товаров местных производителей, создаст новые рабочие места.

- Создание условий для развития реального сектора экономики города, благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата, развитие инновационного потенциала на основе формирования производственных кластеров, поддержки со стороны местных органов власти «точек роста» - проектов и программ, реализация которых обеспечивает социальный и экономический эффект. Помимо этого, необходимо активизировать работу по созданию рабочих мест, а также доведения инновационных разработок до производства конкурентоспособной продукции.

- Повышение привлекательности и эффективности работы туристско - рекреационного комплекса города, доведение уровня его развития до мировых стандартов путем привлечения частного капитала. Мероприятия в рамках данного сектора необходимо сосредоточить в следующих основных направлениях: развитие материальной базы туризма и формирование современной индустрии гостеприимства в регионе; упрощение визовых и таможенных формальностей; привлечение инвестиций в туризм как частных, так и государственных на основе разработки финансово - обоснованных проектов (бизнес - планов); направленность на туристов из регионов ДФО, а также иностранных туристов стран США, Канады, Японии и пр.; активное формирование научного и кадрового потенциала регионов в области туризма посредством реализации трехуровневой системы подготовки кадров.

- Модернизация технологических процессов, на основании которой предполагается повышение конкурентоспособности продукции и экспортного потенциала промышленности города. В этой связи необходимо продолжить укрепление связей науки с производством, поиск и внедрение новых форм научно - инновационной и инженерной деятельности; активизировать инвестиционную деятельность в промышленности; содействовать реализации интересов промышленных предприятий на внутреннем и внешнем рынках; осуществлять кадровое обеспечение промышленности; формировать социальной направленности промышленной политики посредством содействия занятости населения, соблюдения трудовых гарантий, развития системы трудоустройства и профессионального обучения рабочих кадров.

- Повышение эффективности работы строительного комплекса, включающее в себя совершенствование ценообразования, обновление основных фондов строительных организаций, внедрение новых технологий, организацию системы контроля качества строительно - монтажных работ, приведение генерального плана города в соответствие современным требованиям городского развития. В данном направлении следует активнее развивать ипотечное кредитование и государственную поддержку в приобретении жилья,

усилить действия по ликвидации ветхого и аварийного жилья; создавать условия для развития производства строительных материалов и конструкций; внедрять новые прогрессивные проекты жилых домов, новых прогрессивных технологий домостроения; завершить разработку генерального плана развития г. Магадана и др.

– Повышение качества жилищно - коммунальных услуг в рамках проведения реформ жилищно - коммунального хозяйства, создание условий для устойчивого бездотационного его функционирования. Для этого необходимо обеспечить повышение: эффективности и комплексное развитие инженерной инфраструктуры; реализации государственной политики реформирования ЖКХ; содержание объектов ЖКХ (мест общего пользования, систем водоснабжения, теплоснабжения, электроснабжения, муниципального жилищного фонда и т.д.) в состоянии, соответствующем установленным нормам и нормативам;

– Проведение административной реформы, предполагающей оптимизацию структуры исполнительных органов власти, снижение бюджетных затрат на нужды муниципального управления, сокращение избыточных и дублирующих функций, определение целей и задач каждого структурного подразделения Мэрии г. Магадана. Внедрение в органы местного самоуправления системы стратегического управления, системы сбалансированных показателей деятельности органов местного самоуправления, системы оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления.

Все вышеперечисленное в комплексе должно способствовать оптимизации структуры экономики г. Магадана, созданию узнаваемой системы уникальных особенностей города через развитие его продуктовой специализации.

При условии грамотной реализации стратегии позиционирования г. Магадана будут созданы условия для устойчивого развития муниципалитета, что станет основой роста экономики города и повышения качества жизни населения.

Итогом позиционирования территории становится выбор образа, которому стремится соответствовать территория, основываясь на своих конкурентных преимуществах, и которые представляют ценность для целевой аудитории. Нарращивание социально - культурного капитала, которое является таким же ключевым направлением развития города, как и его экономический рост, осуществляется за счет позиционирования - деятельности, связанной с самоопределением органов власти, различных городских субъектов относительно организации совместной деятельности для создания объединяющего (вдохновляющего) образа города, предъявления его в социокультурном пространстве и усиления за счет этого позиций (возможностей) всех городских субъектов.

От того, какой именно образ Магадана возникает в представлениях у различных хозяйствующих и финансово - экономических субъектов, политической, управленческой и культурной элиты страны, региона, насколько позитивно воспринимают город его жители, зависит возможность мобилизации имеющихся ресурсов и привлечения дополнительных. Позитивный образ Магадана закрепляется в сознании горожан, гостей города, определяет их эмоциональное состояние, желание связать свои перспективы с муниципальным образованием, вложить средства и приложить усилия для его развития и процветания.

В процессе исследования, мы пришли к выводу, что в условиях территориальной конкуренции органы местного самоуправления г. Магадана не ведут специальную деятельность по формированию положительной репутации областного центра, нет

муниципальных программ, целевым образом посвященных продвижению, «рекламе» Магадана. Несмотря на хорошую репутацию, муниципальное образование «Город Магадан» заслуживает много большего. Его самые яркие черты и преимущества перед другими городами почти никак не озвучены в стране и в мире.

По мнению исследователей, образ - эффективное средство «схватывания» города как законченной и целой формы. Он фиксируется в сознании горожан, гостей города, определяет их эмоциональное состояние, появление желания укорениться на этой территории или развернуть на ней проекты [8, С. 101]. Образ Магадана формируется преимущественно по его функциям в системе общегосударственного хозяйственного процесса или в связи с культурно - историческими событиями и географическим положением. Между тем важно, чтобы этот образ формировался по наличию в городе жизненных перспектив для человека, как город, где горожане уважают интересы друг друга, город, где удобно жить, где лучше всех учат и лечат. Для повышения привлекательности города Магадана необходимо позиционирование муниципалитета как делового, культурного, духовного центра региона, как города социальных перспектив, как города будущего.

Что же необходимо учитывать в этой связи органам власти областного центра?

Во - первых, складывается новый тип мирового хозяйства, утверждается новая формула его организации - геоэкономическая, геокультурная и геополитическая. Базовая характеристика этой формулы - трансграничность экономических и культурных процессов. Становится выгодно вступать в кооперацию с хозяйствующими субъектами других регионов, представлять свою продукцию на мировых рынках. Если последовательно проводить идею трансконтинентальности, то муниципалитет получает реальные шансы на расширение культурных и экономических границ города и тем самым на привлечение инвестиций.

Во - вторых, стремительно формируется инновационная экономика как наиболее быстро растущий уклад, основанный на интеллектуальных ресурсах территорий.

В - третьих, усиливаются миграционные потоки, позволяющие формировать новый тип городской культуры.

В - четвертых, идет процесс международной социальной интеграции. Международные институты во многом определяют нормы и правила жизни, стандарты деятельности различных стран и сообществ. Например, нормы местного самоуправления в разных странах устанавливаются в соответствии с Европейской хартией, содержание квалификации и стандарты подготовки специалистов - в соответствии с Болонским соглашением. Обсуждается вопрос об едином европейском правительстве. Освоение международных стандартов (язык документов, знание международного права, квалификационных требований) дает шанс городскому сообществу включиться в международные программы и в процессы социальной интеграции как значимому субъекту.

В - пятых, среди приоритетов развития нашей страны - прорыв в технологической сфере, дальнейшее развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности государственного аппарата, экономическая, социальная и культурная интеграция как внутри страны, так и вовне.

В - шестых, начинает складываться магаданская агломерация. За счет развития в перспективе транспортной инфраструктуры с Якутией будет увеличена связность

территорий нашей области. Это усиливает возможности не только города, но и близлежащих районов региона. Для закрепления этой позиции необходимо ясное оформление предложений к региональному сообществу.

Выделенные векторы общественных изменений позволяют сформулировать принципиальное задание на формирование образа города. В связи с чем, органы городского самоуправления должны скоординировать усилия городских субъектов для укрепления позиции Магадана посредством стратегии, которая будет основана на принципе совместной деятельности различных профессиональных сообществ, органов государственного и муниципального управления, хозяйственно - экономических субъектов, предприятий, политических партий и движений, общественных организаций, профсоюзов, конфессий.

Реализация стратегии позиционирования города неразрывно связана с разработкой плана продвижения города, который включает систему коммуникаций, направленную на донесение до целевой группы потребителей города конкурентных преимуществ [11]. Маркетинговые инструменты реализации стратегии позиционирования г. Магадана должны быть определены исходя из возможностей и ресурсов городских органов власти. Автор сформулировал следующие рекомендации по выбору инструментов продвижения потенциала г. Магадана:

1. *Организация событий и мероприятий.* Стратегию позиционирования г. Магадана необходимо продвигать посредством организации определенных мероприятий, направленных на осознание и принятие жителями города основной цели стратегии города, состоящей в реализации потенциала города, созданию запоминаемого образа городской территории в глазах потенциальных потребителей городского продукта. В качестве приоритетных, предлагаем такие мероприятия, как:

- Формирование информационных поводов (презентации, встречи, конференции) по профессиональной ориентации и консультированию относительно приоритетных специальностей и занятости населения исходя из потребностей муниципалитета в развитии приоритетных направлений и реализации производственно - инновационного потенциала как основы развития экономики города и благополучия жителей;

- проведение встреч с участием различных слоев трудоспособного населения, направленных на повышение их осведомленности о развитии экономики города;

- организация на регулярной основе на базе учебных заведений круглых столов, конференций, тематических семинаров с целью привлечения в производство молодых специалистов, способных генерировать инновационные идеи;

- проведение «выездных» торговых выставок, ярмарок, праздников, конкурсов, состязаний, имеющих региональный, государственный или международный масштаб, представляющих ресурсы и продукцию территории, на других территориях;

- участие в «чужих» мероприятиях, с целью представления своей территории и ее территориальных продуктов;

- стимулирование потенциальных потребителей ресурсов территории, например, инвесторов, в деятельности которых заинтересована территория, путем принятия целевых программ поддержки, которые ограничены во времени и привязаны к значительным датам, событиям территории;

- проведение конкурсов на освоение инвестиционных площадок территории с обязательным получением победителем конкурса особых условий освоения.

2. *Реклама.* Содержательное наполнение рекламы должно преследовать достижение информированности целевой аудитории о территории города и формирование на этой основе необходимых знаний о нем и возможностях проживания и ведения деятельности в Магадане, что практически отсутствует в настоящее время. При проведении рекламной кампании имиджа г. Магадана считаем необходимым сделать акцент на создании благоприятного образа или разрушение сложившегося отрицательного стереотипа относительно территории, в этом случае мы говорим о рекламе, ориентированной на имидж территории в целом. Важным средством рекламы территории могут стать рекламные сувениры и подарки, а также издательство объединенных общей идеей, фирменным стилем буклетов, календарей, плакатов, справочников, карт, сувенирной продукции, что, несомненно, будет способствовать созданию образа города.

Как показал экспертный опрос, наиболее эффективным с точки зрения формирования и продвижения позиции г. Магадана каналом коммуникации является интернет, телевидение, средства массовой информации, реклама. Указанные каналы необходимы для освещения событий и мероприятий, происходящих в городе с целью формирования у населения четкого представления о том, в чем их город преуспевает, какие отличительные черты ему присущи.

Кроме того, достижение стратегических целей устойчивого развития г. Магадана зависит от содержания работы в этом направлении городского сообщества и от влияния различных внешних факторов. Влияние этих изменений идет непосредственно и опосредовано через российскую экономическую и социальную политику в регионе. Чтобы выдержать конкуренцию, городу необходимо в правильном направлении использовать свои внутренние движущие силы и наилучшим образом позиционироваться на российском и мировом рынках. В связи с чем, еще одним средством продвижения и позиционирования территории является интернет. Автор солидарен с экспертами, что особое внимание при продвижении стратегии позиционирования города г. Магадана и его уникальных свойств, среди других коммуникационных инструментов продвижения необходимо уделять сети интернет в силу его широких возможностей и высокой доступности.

Это обусловлено тем, что за последний период, с развитием информационных технологий и интернета, городам стало значительно проще получать маркетинговую информацию. Кардинально увеличился объем доступной информации, многие показатели анализируются уже в течение нескольких лет, что открывает их динамические ряды.

Более того, сами информационные ресурсы городов, их структура и оформление представляют собой маркетинговые инструменты, которые можно изучать. Российские города сегодня проявляют очень разную степень активности в интернете, в свою очередь, встречное внимание интернет - пользователей к ним распределяется соответствующим образом [1].

С помощью поисковой системы Yandex, автором, были отобраны 7 сайтов, в которых каким - либо образом упоминалась Магаданская область или город Магадан, для оценки с использованием определенных критериев. Каждому параметру были заданы значения от 1 до 10 (оценка субъективная). Сумма этих значений для каждого сайта определяет его место в общем рейтинге (Таблица 4).

В результате анализа, среди рассматриваемых сайтов, наилучшими можно признать интернет - версию газеты «Вечерний Магадан», материал «Магадан» из Википедии свободной энциклопедии, региональный информационный портал КОЛЫМА.RU.

Как показывают данные таблицы Магадан имеет официальный сайт города, но, к сожалению, приходится отметить, что не всегда в полном объеме используются возможности интернет для распространения информации, и, самое главное, для взаимодействия с имеющимися и потенциальными целевыми группами.

Таблица 4 - Анализ сайтов, где встречается упоминание
о г. Магадане и Магаданской области

Наименование сайта	Критерий оценки							
	Доступность сайта	Информационное наполнение	Удобство сайта	Дизайн	Интерактивность сайта	Скорость загрузки	Общий балл	Ранг по общему баллу
Официальный сайт мэрии г. Магадана (http://www.magadangorod.ru/)	9	6	8	10	5	2	40	4
Региональный информационный портал КОЛЫМА.RU(http://www.kolyma.ru/)	9	8	8	6	9	3	43	2
материал из Википедии - свободной энциклопедии «Магадан»(http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%BB%D0%93%D0%94%D0%9D)	9	9	8	3	8	4	41	3
Интернет - версия газеты «Вечерний Магадан» http://www.vmagadan.ru/index.php)	8	7	8	10	6	9	48	1
Официальный сайт Администрации Магаданской области http://www.magadan.ru/)	9	8	5	5	6	4	37	5
Новости Магадана и Магаданской области (Колымы) на MagadanMedia (http://yandex.ru/yandsearch)	7	6	5	3	5	6	32	6
Официальный сайт Прокуратуры Магаданской области (http://magoblproc.ru/)	7	5	5	5	2	8	32	6

Для этого, как нам видится, органам власти необходимо использовать следующие возможности: размещение краткой информации о позиции города на популярных серверах; регистрация информации о реализующейся стратегии позиционирования города в поисковых системах и каталогах (отечественных и зарубежных); рассылки новостей сервера и др.

Целесообразность применения Интернет - маркетинга как инструмента продвижения города в социально - экономическом пространстве заключается в следующем [5, С. 59]:

- интернет - маркетинг относится к числу наиболее доступных инструментов по следующим причинам: относительная дешевизна доступа в интернет; непрерывно возрастающее число пользователей Интернета и развитие мировой телекоммуникационной сети;

- интернет - маркетинг - один из наиболее эффективных инструментов продвижения, о чем свидетельствуют: высокая частота использования Интернета представителями целевой группы (потенциальных инвесторов); возможность маркетинга (адресности) деятельности в Интернете; оперативность обратной связи, оперативность получения и обновления информации в Интернете; прозрачность и доступность информации; простота оценки эффективности вложенных средств;

- интернет - маркетинг позволяет максимально сократить временные и материальные ресурсы на информационное обеспечение принятия управленческих решений;

- интернет - маркетинг предоставляет возможность получения дополнительных материальных ресурсов за счет продажи рекламного пространства на сайте.

В настоящее время важная и полезная информация оказывается замкнутой в пределах самой территории, и лишь незначительная ее доля появляется в центральных сводках, которые, в конечном счете, и формируют общественное мнение. Подача информации и в местных, и в центральных СМИ - крайне важный фактор для имиджа муниципалитета, так как результатом описанных процессов - обмена информацией, ее отбора, осмысления и упорядочения должно стать непосредственное восприятие географического образа, его закрепление и существование в массовом сознании.

Кроме того, очень важно не только упоминание о городе в СМИ, содержание этих сообщений, но и, собственно, интенсивность появления этих сообщений. Появление лидеров большинства территорий в федеральных СМИ можно назвать явлением стихийным, что неудивительно, если учесть факт того, что политика персонализированного имиджа менее любой другой позволяет завуалировать факты, скрывать проблемы и представлять далекие от реальности отчеты [9, С. 138].

- печатные СМИ. Упоминания о городе в центральной прессе призваны обеспечить если не его идеальный образ, то хотя бы проинформировать общественность о нем. Основной же груз ответственности за формирование имиджа современного ложится на региональные, местные средства массовой информации. Казалось бы, функционирующая непосредственно на территории города, близко знакомая с его особенностями, местная пресса обеспечит успешное проведение имиджевой политики. электронные СМИ как самый простой способ подачи актуальной информации по сравнению со справочниками, позволяющий контролировать информацию и выводить ее на межрегиональный, федеральный и мировой уровень.

3. *Визуальные символы*, которые не будут меняться и тем самым обеспечат узнаваемость города и *слоган*, как смысловой элемент позиции города, подкрепленный визуальными символами, формирует платформу для усиления стратегии позиционирования города. Речь идет о запоминающейся городской символике; архитектурных и исторических памятниках

города; словесных символах название города, знаменитых людях, родившихся и живущих (живших) в городе; справочной информации о городе.

Таким образом, предложенные выше рекомендации и мероприятия по разработке и реализации и стратегии позиционирования г. Магадана позволят сформировать благоприятный образ нашего города в сознании целевого сегмента потребителей, что в совокупности придаст устойчивость социально - экономическому развитию города.

При этом следует учитывать, что применение концептуальных положений маркетинга города в процессе городского управления не позволит создать или улучшить образ города в краткосрочной перспективе, это должен быть долгосрочный процесс реализации стратегии позиционирования в последовательно проводимых мероприятиях. Заниматься разработкой стратегической позиции города должны муниципальные органы власти в сотрудничестве с предпринимательскими союзами, финансовыми и научно - исследовательскими институтами. Более того, чем шире и активнее в этом процессе будет участвовать население города, тем быстрее и проще произойдет позиционирование города для этой группы.

Поэтому для успешного продвижения и позиционирования нашего города необходима его постоянная поддержка, заключающаяся в отслеживании изменений во внешней и внутренней среде муниципалитета, а также исследовании ценностной ориентации целевой аудитории. В связи с чем, при значительных изменениях в территориальной среде (изменении числа, уровня воздействия, взаимосвязанности факторов) или резкой смене потребностей, вкусов и предпочтений, изменении системы ценностей у целевой группы необходима коррекция созданного образа, имиджа.

Целевые мероприятия механизма территориального позиционирования должны оформляться в местном бюджете развития через специальные целевые программы. В связи с чем, заключительная часть нашего исследования будет посвящена Программе позиционирования г. Магадана.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Позиционирование города следует рассматривать не как отдельный элемент коммуникационной политики или совокупность мероприятий, направленных на изучение существующей, сложившейся в сознании целевых групп потребителей позиции города, а как долгосрочную стратегию, активно реализуя которую, органы местного самоуправления могут влиять на изменение позиции и тем самым повышать привлекательность города в глазах потенциальных потребителей. Городу, имеющему ясную и четкую стратегию позиционирования, легче планировать маркетинговую программу, критерием успешности которой является достижение одного или нескольких стратегических показателей эффективности развития города. В связи с чем, именно стратегия позиционирования города является фундаментальным инструментом маркетинга города; задает направление развития города; ставит и решает перспективные задачи. В контексте планируемого перспективного позиционирования города продвижение его интересов становится осмысленным и целенаправленным.

2. С точки зрения маркетинга города позиция Магадана слабо выражена, поскольку город не имеет четкой стратегии своего позиционирования. Наиболее важными потребительскими свойствами города являются промышленный потенциал, развитость банковской сферы, высокий образовательный, профессиональный и культурный уровень

значительной части населения города; развитость транспортной, инженерной и социальной инфраструктуры и низкий уровень преступности. Наиболее значимые события города, известные символы и исторические лица, в той или иной степени отражают соответствующие нашему городу потребительские свойства. Стратегия позиционирования города Магадана должна быть направлена на политических, культурных и спортивных деятелей, инвесторов, жителей города и представителей бизнеса. При этом интернет, телевидение, проведение научно - практических конференций, симпозиумов, форумов, спортивных соревнований, подкрепленных деятельностью Мэрии г. Магадана, Правительства Магаданской области с привлечением широких кругов населения, могут выступать эффективными инструментами продвижения стратегии позиционирования северного города.

3. Выявлен высокий уровень неудовлетворенности населения муниципального образования «Город Магадан» качеством жизни, обусловленного негативным влиянием таких социально - экономических факторов, как недостаточная для воспроизводства рабочей силы оплата труда, отсутствие возможности заработать средства на самые необходимые потребности, рост цен на товары и услуги и др. Население демонстрирует не только высокий уровень своего миграционного потенциала, но и пессимизм в оценках перспектив улучшения своей жизни, что коррелирует с нестабильностью социально - экономической сферы территории. При этом результаты исследования свидетельствуют, что молодежь менее социально активна, чем представители старшего поколения. Выявленный высокий миграционный потенциал молодежи требует более активных и решительных действий от органов местного самоуправления по его ослаблению, в том числе через вовлечение молодых людей в разностороннюю созидательную деятельность. Для этого необходимо *расширить информирование молодежи* о жизни в городе, регионе, стране; *содействовать созданию молодежных структур* во всех звеньях жизни областного центра. Такие наиболее значимые для целевого сегмента потребительские свойства города, как наличие развитой системы социальной поддержки населения, высокий образовательный и культурный уровень значительной части населения города, развитость транспортной, инженерной, социальной инфраструктуры подлежат улучшению в краткосрочной перспективе в связи с тем, что не соответствуют на оптимальном уровне требованиям потребителей.

4. Использование в перспективной стратегии позиционирования свойств, обладающей высокой степенью соответствия г. Магадана (богатое историческое прошлое, наличие традиций и авторитета в сфере культуры и спорта, выгодное географическое расположение), нивелируется низкой степенью значимости для целевого сегмента потребителей.

5. Надежным инструментом изучения состояния населения, потребностей различных социальных групп, выявления социальных противоречий *служит организация опросов населения в режиме мониторинга*, что позволяет органам муниципального управления своевременно реагировать на возникающие проблемы. Целесообразно проводить подобные исследования не менее одного раз в год, *публиковать результаты опросов* в местной прессе, размещать на сайте городской администрации, рассматривать на сходах граждан и информационных встречах. Итоги социологических опросов окажут

позитивное влияние на население, укрепят его веру в желание и возможность власти влиять на улучшение ситуации в областном центре.

6. Анализ управленческой составляющей внутренней среды г. Магадана показал, что для совершенствования системы управления необходимо разработать четкий алгоритм взаимодействия всех подразделений Мэрии г. Магадана, а также Мэрии и Магаданской Городской Думы в процессе подготовки, утверждения и исполнения документов, исключая дублирование функций и создающий центры ответственности за их исполнение. При анализе уровня профессиональной подготовки и соответствия муниципального служащего замещаемой должности, нами отмечается достаточно жесткая система отбора кандидатов для прохождения муниципальной службы, что является естественным, так как качество трудовых ресурсов непосредственно влияет на качество подготовки и принятия управленческих решений.

7. Городским властям следует заняться коммуникационной политикой, начать работать с информационным пространством, целенаправленно формируя благоприятный имидж города во внешней среде, позиционируя Магадан как: город - форум; центр межмуниципального сотрудничества; крупный транспортно - коммуникационный и посреднический узел; значимый культурно - образовательный центр Дальнего Востока; золотодобывающий центр России; центр традиций в сфере спорта и туризма; центр квалифицированных кадров.

8. Органам власти необходимо осуществить размещение краткой информации о позиции города на популярных серверах, рассылку новостей сервера; зарегистрировать информацию о реализующейся стратегии позиционирования города в поисковых системах и каталогах (отечественных и зарубежных) и др.

9. Органы городского самоуправления должны скоординировать усилия городских субъектов для укрепления позиции г. Магадана посредством стратегии, которая будет основана на принципе совместной деятельности различных профессиональных сообществ, органов государственного и муниципального управления, хозяйственно - экономических субъектов, предприятий, политических партий и движений, общественных организаций, профсоюзов, конфессий.

10. Реализация управленческой деятельности органов местного самоуправления должна базироваться на целевых комплексных программах и обоснованных планах, рассчитанных на перспективу. Если администрация города будет использовать принципы программно - целевого управления, то наличие отмеченных в работе сильных сторон нашего города позволит разработать активную (наступательную) стратегию по увеличению конкурентоспособности производств, привлечению инвестиций в городское хозяйство и социальную сферу. При этом увеличение конкурентоспособности, и, следующий за ней рост объемов производства будут способствовать росту наполняемости местного бюджета. При разумной бюджетной и налоговой политике это повлечет за собой улучшение макроэкономических пропорций. Все это, в конечном счете, в ближайшее десятилетие может привести к заметному улучшению качества жизни горожан, и соответственно, повышению эффективности управленческой деятельности органов местного самоуправления.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисова О.М. Маркетинговое планирование городского развития // Вестник Омского университета. - 2011. - № 2.
2. Борисова О.М. Позиционирование как фактор устойчивого социально - экономического развития крупного города. - Омск, 2011. - 259 с.
3. Важенин В. Гипотеза происхождения названия Магадан. - URL: <http://www.kolyma.ru/magadan/?newsid=65>
4. Визгалов Д.В. Маркетинг города. - М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. - 110 с.
5. Горелова А. Интернет - маркетинг // Маркетинг. - 2011. - № 3. - С. 58 - 68.
6. Евсюкова О.Н. Северный международный университет (г. Магадан) К вопросу о происхождении топонима Магадан. - URL: <http://evcprk.ru/files/pdf/111.pdf>
7. Иванова А. П. Дальневосточный имперский проект: Магадан - забытая столица «Дальстроя» // Вестник ТОГУ. - 2008. - № 3 (10). - 11 с.
8. Исаева Е. В. Позиционирование как фактор устойчивого социально - экономического развития крупного города (на примере города Омска): монография / Е. В. Исаева, О. М. Борисова; Негос. образоват. учреждение высш. проф. образования «Сиб. ин - т бизнеса и информ. технологий». - Омск : Изд - во ОмГТУ, 2012. - 303 с.
9. Кудашова Ю.В. Понятие «позиционирование» в теории политического маркетинг - менеджмента / Ю.В. Кудашова // Вестник Башкирского университета - 2010. - Том 15. № 1 - С. 138 - 141.
10. Кузнецов Н.Г. Социально - экономические и маркетинговые составляющие потребительского поведения // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2011. - № 36. - С.4 - 9.
11. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: зачем, кому и какой нужен маркетинг территорий / Из материалов Гильдии маркетологов. - URL: www.marketologi.ru/publikatsii/stati/zachem-komu-i-kakoj-nuzhen-marketing-territorii
12. Печень В. Мы стоим на пороге экономического прорыва. - URL: <http://www.magadan.ru/ru/government>
13. Региональный информационный портал КОЛЫМА.RU. - URL: <http://www.kolyma.ru/>
14. Социально - экономическое развитие г. Магадана Стат. Сб. / Магаданстат. - Магадан, 2016. - 92 с.
15. Романова Н.А. Modern city positioning case study as a tool of territorial marketing: Magadan, Russia // Mediterranean Journal of Social Sciences / Rome Italy. - Vol 6, No 4 (2015). - P.245 - 249.
16. Романова Н.А. Города и люди: актуальные проблемы урбанистики / Под общ. ред. И.В. Гукалова. - Новосибирск: Издательство СибАК, 2015. - 198 с.
17. Романова Н.А. Имидж города как стратегическое направление современного маркетинга // Поволжский торгово - экономический журнал: Научно - практический журнал. - 2012. - № 1 (23). - Саратов. - С. 76 - 84.
18. Романова Н.А. Разработка механизма продвижения муниципального образования «Город Магадан» в социально - экономическом пространстве // Политематический сетевой

УДК 658.7

Г.С. Свиридова

к.п.н. доцент кафедры «Менеджмента»

Магнитогорский государственный

технический университет им. Г.И. Носова

г. Магнитогорск, Российская Федерация

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ТРАНСПОРТНЫМИ ПОТОКАМИ: ПЕРЕВОЗКИ ПРОЕКТНЫХ ГРУЗОВ

Аннотация

В статье рассмотрен проектный подход к управлению поставками негабаритных грузов. Описаны этапы разработки проекта мультимодальной перевозки нестандартных грузов и схема взаимодействия участников транспортного процесса.

Ключевые слова

Инновационные подходы, мультимодальная перевозка, проектный груз, этапы разработки проекта, схема взаимодействия участников

Развитие транспортной системы страны является на современном этапе необходимым условием реализации инновационной модели экономического роста Российской Федерации.

Несмотря на благоприятные тенденции в работе отдельных видов транспорта, транспортная система не в полной мере отвечает существующим потребностям и перспективам развития России.

Несогласованное развитие отдельных видов транспорта в условиях ограниченности инвестиционных ресурсов привело к их нерациональному соотношению в транспортном балансе страны. Это не позволяет в полной мере использовать конкурентные преимущества различных видов транспорта для увеличения объемов грузовых перевозок, наращивания и реализации транзитного потенциала страны.

Значительные резервы повышения эффективности функционирования транспортной системы выявляются на стыках взаимодействия отдельных видов транспорта, где имеют место наибольшие потери и диспропорции.

Динамика показателей грузооборота в России свидетельствует о снижении объема перевозки грузов по всем видам транспорта. В 2014 году объем перевезенных грузов составил 8006 млн. тонн, что на 3,1 % ниже, чем в 2013 году (8264 млн. тонн).[10] Рынок транспортной логистики столкнулся со снижением спроса на услуги и вынужден подстраиваться под экономическую ситуацию в стране. Это заставляет перевозчиков

тщательнее планировать свою деятельность и повышать эффективность управления грузовыми перевозками.

Вместе с тем в последнее десятилетие наметилась устойчивая тенденция расширения внутренней и внешней торговли России, сопровождаемая постепенной интеграцией в глобальный мировой рынок. Так, за период с января по август 2012 г. внешнеторговый оборот России, по данным Банка России, достиг 559,8 млрд долл. [2] В результате повышается и макроэкономический спрос на развитие транспортной инфраструктуры как важнейшего базового фактора устойчивого и динамичного роста экономики.

Важную роль в общественном развитии играет научно - технический прогресс, который вносит значительные изменения в характер международной торговли и вызывает структурные сдвиги, а также параметры материальных потоков (объемы, скорость движения продукта по логистической цепи, усложнение цепей поставки продукта и др.)

Основные цели и задачи развития транспортно - логистической системы России сформулированы в Стратегии транспортного развития до 2030 года. Она определяет направления совершенствования транспортной системы страны как ключевого фактора ее социально - экономического развития. Это касается, прежде всего, повышения качества транспортных услуг, снижения совокупных издержек общества, зависящих от транспорта, повышения конкурентоспособности отечественной транспортной системы, усиления инновационной, социальной и экологической направленности развития транспортной отрасли.

Особенностями развития транспортной системы по инновационному варианту, предусмотренному Стратегией развития транспорта РФ до 2030 года, является:

- значительное увеличение экспортных перевозок товаров высокой степени обработки, прежде всего продукции высокотехнологичных секторов экономики, темпы, роста которых будут в 2,5 раза выше темпов роста перевозок аналогичных импортных грузов;
- повышение роли транспортно - логистической инфраструктуры в организации товародвижения;
- интеграция отечественной транспортной системы в мировое транспортное пространство;
- расширение номенклатуры и повышение качества транспортных услуг на основе применения современных транспортных, логистических и инфокоммуникационных технологий, развитие новых форм организации транспортного процесса и взаимодействия между отдельными видами транспорта;
- повышение инновационной активности транспортных компаний, кардинальное обновление транспортных и технических средств, усиление роли научно - технического обеспечения в развитии транспортной отрасли.

Решающее значение для формирования современной товаропроводящей сети на территории России и за ее пределами будет иметь создание интегрированной сети транспортно - логистических комплексов, обеспечивающих предоставление широкого спектра конкурентоспособных услуг, ускоренное развитие интермодальных перевозок и формирование территориально - производственных кластеров. [14]

На сегодняшний день имеется целый ряд исследований по проблеме управления и организации мультимодальных перевозок на основе инновационных подходов. Разработаны теоретические и методологические положения по формированию

транспортных логистических цепей, в рамках которых осуществляются мультимодальные перевозки грузов.

В частности, Балалаев А.С. рассматривает методологию взаимодействия всех участников в мультимодальных перевозках, определяет роль, место и функции перевозчиков в процессе доведения грузопотока от отправителя до получателя как элементов транспортно - логистической системы, осуществляющей управление сквозным материальным потоком. Формулирует принципы технологического взаимодействия видов транспорта в транспортных узлах на основе создания координационно - логистических центров. [1]

Мацинина С.С. считает одним из передовых направлений технического прогресса на транспорте развитие контейнерных перевозок. Контейнеризация грузопотоков создает условия для эффективного взаимодействия различных видов транспорта, позволяет организовать перевозку «от двери до двери», упрощает технические, коммерческие и транспортно - экспедиционные операции. Автором разработаны научно - практические рекомендации по организации управления интермодальными контейнерными перевозками в логистических цепочках поставок продукции. [7]

Организацию функционирования международных транспортных коридоров на основе кластерного подхода с применением мультимодальных логистических центров на сети железных дорог исследует Морозов В.Н. [8] Рассмотрение транспортных объектов (кластеров) в их совокупности с учетом имеющихся между ними связей позволяет выявить важные резервы совершенствования транспортного процесса в транзитных коридорах.

Вопросы рационализации управления транспортными потоками при взаимодействии железнодорожного и водного транспорта посредством формирования механизма функционирования логистического центра исследует Панова И.В. [11]

Следует отметить высокую научную и практическую значимость вышеназванных исследований. Вместе с тем, рассматриваемая нами проблема управления мультимодальными перевозками, связана с транспортировкой крупногабаритных тяжеловесных грузов (КТГ), которая имеет свою специфику.

Исследования в области организации международных перевозок крупногабаритных и тяжеловесных грузов проводились Имамединовым Р.Х. Автором предложены варианты стимулирования внедрения прогрессивных способов доставки грузов с использованием специализированного подвижного состава, методика выбора вида транспорта для перевозки КТГ, позволяющая определять наиболее оптимальную схему перевозки. [4]

Современные требования к подобным перевозкам, а также высокая конкуренция между перевозчиками и экспедиторами требуют комплексного подхода к решению данной проблемы. Особую значимость и актуальность в управлении мультимодальными перевозками нестандартных грузов приобретает проектный метод, который позволяет учесть индивидуальность и специфику подобных перевозок.

Далее коротко рассмотрим основные понятия по исследуемой проблеме.

Единого подхода к определению мультимодальной перевозки нет. Кроме того, отсутствует закрепление данного понятия в законодательстве Российской Федерации. Соответствующий закон «О смешанных (комбинированных) перевозках» находится в стадии проекта.

Термин мультимодальная перевозка приведен в Терминологии комбинированных перевозок и трактуется как перевозка грузов двумя или более видами транспорта. [12] Это

европейский термин, используемый в странах Европейского Союза, которому соответствует отечественный термин – прямая смешанная перевозка.[3]

Э.Л. Лимонов мультимодальную перевозку груза определяет как перевозку с использованием нескольких видов транспорта, выполняемую под ответственностью одного перевозчика по единому транспортному документу и по единой сквозной ставке.[5]

Анализ данных определений позволяет выделить признаки мультимодальной перевозки:

- доставку груза выполняет один перевозчик, который и несет полную юридическую и финансовую ответственность за его сохранность;
- процесс перевозки осуществляется по одному документу;
- единая сквозная ставка фрахта;
- при перевозке используются не менее двух различных видов транспорта в различных сочетаниях.

Процесс управления мультимодальной перевозкой грузов начинается с получения коммерческого предложения грузоотправителя с указанием объемов и сроков отправок, среднего размера партий, количества отправок в месяц, пунктов отправления и назначения.

Такой подход к процессу организации транспортировки позволяет сформировать транспортно - логистическую цепь, под которой понимается совокупность логистических операций, выполняемых последовательно от момента зарождения до момента затухания потока товаров, работ, услуг на соответствующем потребительском рынке. [6]

В рамках логистической цепи разрабатываются все возможные схемы взаимодействия участников транспортного процесса при мультимодальной перевозке грузов.

Основной целью мультимодальной перевозки является определение оптимального маршрута движения транспорта, т.е. такого маршрута, который не только гарантирует своевременную и надежную доставку груза получателю, но и позволит снизить затраты на его доставку.

Маршрут создается в результате сравнительного анализа всех возможных вариантов доставки груза. Для разработки оптимального маршрута необходимо собрать и проанализировать информацию о грузе, дороге, подобрать транспортные средства, изучить правовые основы взаимоотношений всех участников перевозочного процесса. Кроме этого, необходимо определить последовательность использования транспортных средств, список государственных организаций, согласующих и контролирующих маршрут, требования к таможенному оформлению.

Этапы организации перевозки и их характеристика представлены в табл. 1.

Таблица 1 - Этапы организации мультимодальной перевозки

Этапы	Характеристика этапов
1.Формирование вариантов доставки груза	Варианты различаются по маршруту, технологии перевозки, видам транспорта. Рассматриваются все возможные варианты доставки, особенности технологии, организации и коммерческих условий доставки груза. Учитываются пункты отправки и назначения, промежуточной перевалки и хранения, условия в пункте отгрузки и в пункте назначения, предпочитаемые пункты пересечения границ и таможенного оформления, ограничения по прохождению различных видов груза через пропускные пункты и логистические узлы, требуемые сроки доставки.

2. Выбор перевозчиков на магистральных и фидерных линиях мультимодальной доставки.	По каждой компании определяются порты перевалки и такие параметры как регулярность и время следования подвижного состава, расходы в портах и т.д. При этом учитываются габариты и вес перевозимого груза, допустимость перевозки грузов различными видами транспорта, наличие договорных отношений с компаниями - перевозчиками различного профиля, а также с промежуточными складами, используемыми для переформирования транспортных единиц, доступность транспортных единиц.
3. Калькуляция сквозной ставки тарифа	По каждой схеме определяется сумма расходов на магистральных и фидерных линиях мультимодальной перевозки с учетом действующих тарифов.
4. Обоснование рекомендаций клиенту по выбору оптимального варианта доставки груза.	По всем вариантам мультимодальной перевозки клиенту предоставляется калькуляция сквозной ставки, а также оценка качества транспортных услуг по каждому варианту доставки. На основе полного анализа оператор делает обоснованный вывод об оптимальном варианте доставки.
5. Организация и контроль мультимодальной перевозки.	По условиям договора оператор мультимодальной перевозки принимает на себя: заказ подвижного состава; прием груза; погрузку и документальное оформление; таможенное оформление грузов; страхование; информирование клиента о движении груза.

Источник: составлено по данным [9]

Сбор информации о грузе осуществляется по направлениям, представленным на рис. 1.

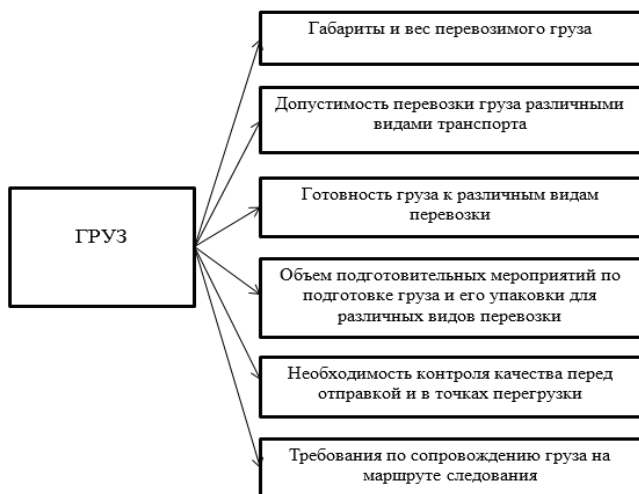


Рисунок 1. Факторы предварительной оценки груза

Выбор вида транспорта и логистических посредников производится на основе системы критериев (рис.2). К основным критериям при выборе способа перевозки и вида транспорта относятся:

- минимальные затраты на транспортировку,
- заданное время транзита (доставки груза);
- максимальная надежность и безопасность;
- минимальные затраты (ущерб), связанные с запасами в пути;
- мощность и доступность вида транспорта.[13]

К преимуществам мультимодальных перевозок можно отнести сокращение времени на оформление документов, возможность выбора максимально эффективной транспортной схемы и, следовательно, возможность оптимизации величины затрат на перевозку груза. Однако, смена видов транспорта при перевозке усложняет процесс контроля за состоянием груза.

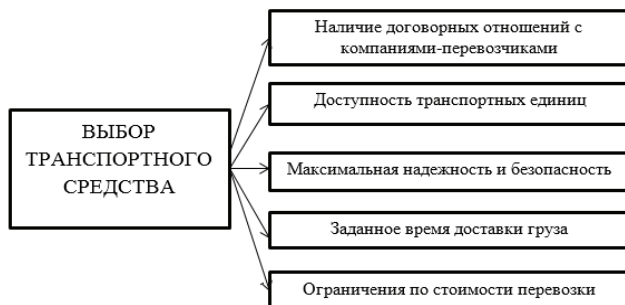


Рисунок 2. Критерии выбора транспортного средства

В процессе разработки маршрута необходимо оценить влияние факторов схемы транспортировки на проектируемую цепь поставки от отправителя до получателя (рис. 3).



Рисунок 3. Факторы оценки показателей транспортной схемы доставки груза

Особо тщательного подхода требуют мультимодальные перевозки проектных грузов. Проектными грузами принято называть партии груза, содержащие отдельные грузовые места весом свыше 100 тонн, для перевозок которых требуется изучение и подготовка инфраструктуры маршрута перевозки [15].

В эту категорию входят тяжеловесное и негабаритное оборудование, опасные и скоропортящиеся грузы.

Перевозка проектного груза это уникальная транспортная операция, требующая детальной проработки и подготовки всех этапов перевозки. Каждая перевозка проектного груза - это обширный и индивидуальный комплекс мероприятий, в котором непосредственно само перемещение груза является заключительной частью всей работы.

Успешное выполнение такой перевозки определяют множество условий, основными из которых являются:

- техническая и документарная подготовка проекта;
- квалифицированный подбор технических средств и перевозчиков;
- определение оптимальных маршрутов и минимизация рисков при их разработке;
- согласование условий страхования нестандартного груза со страховой компанией.

Невыполнение любого из этих условий может повлечь остановку перевозки, неконтролируемый рост дополнительных расходов, серьезные финансовые потери, нарушение сроков поставки.

Представим проект организации мультимодальной перевозки крупногабаритного груза, в разработке которого автор принимал непосредственное участие.

В 2014 году компания ООО "Цемек Минералс" заключила с Гватемальской компанией контракт на поставку оборудования от заводов - изготовителей до порта Santo Tomas de Castilla, Республика Гватемала Печи вращающейся Ø 5,5x115м и Сушильного барабана Ø 5,5x45м. Печь вращающаяся Ø 5,5x115м предназначена для получения восстановительного обжига оксидных (латериновых) никелевых руд. Барабан сушильный 5,5x45 м предназначен для сушки оксидных (латериновых) руд перед подачей их во вращающуюся печь восстановительного обжига.

Разработка проекта по доставке Груза до грузополучателя осуществлялась по следующим этапам.

1 этап. Анализ груза и пунктов отправки.

На данном этапе оценивались качественные и габаритные характеристики груза, а также места производства составных частей нестандартного груза. Полученные данные необходимо свести в специально разработанные таблицы - отгрузочные листы. В отгрузочных листах отражается наименование частей поставляемого оборудования, их габариты, вес, объем, количество.

Подобные отгрузочные листы составляются по каждому поставщику - изготовителю частей перевозимого груза. В нашем случае, все части Печи вращающейся и Сушильного барабана размещены в производстве на 9 заводах, из которых 6 российских (ОАО "Уралмашзавод", г. Екатеринбург, ОАО "МК ОРМЕТО - ЮУМЗ", г. Орск ООО, ПКФ "Глобус", г. Саратов и др.) и 3 европейских (Vakoma, г. Магдебург (Германия), CMD, г. Векевиль (Франция), Vahle, г. Дортмунд (Германия)).

2 этап. Определение наличия негабаритных мест и условий поставки.

Анализ отгрузочных листов позволяет провести выборку негабаритных мест (количество) и рассмотреть условия поставки.

Одним из основных пунктов договоров поставки с заводом - изготовителем являются условия поставки, которые определяются на основе Инкотермс. Данные об условиях поставки необходимы для определения места поставки, а также перечня дополнительных работ. Условия поставки с поставщиками представлены в табл. 2.

В соответствии с условиями контракта ООО «Цемек Минералс» (далее Грузоотправитель) обязано было поставить Груз на условиях CIF в порт Santo Tomas de Castilla в течение 10 месяцев с момента получения первого авансового платежа.

Таблица 2 - Условия поставки с Поставщиками

Наименование поставщика	Условие договора	Основные параметры
ОАО "Уралмашзавод"	FCA Екатеринбург	Место поставки - г. Екатеринбург; Погрузка на т / с за счет Поставщика; Крепление на т / с за счет Поставщика.
ОАО "МК ОРМЕТО - ЮУМЗ"	FCA Орск	Место поставки - г. Орск; Погрузка на т / с за счет Поставщика; Крепление на т / с за счет Поставщика.
ООО ПКФ "Глобус"	FCA Саратов	Место поставки - г. Саратов; Погрузка на т / с за счет Поставщика; Крепление на т / с за счет Поставщика.
Vakoma	FOB Антверпен	Место поставки - порт Антверпен; Таможенное оформление за счет Поставщика; Погрузка на судно за счет Поставщика.
...	...	...
CMD	FOB Антверпен	Место поставки - порт Антверпен; Таможенное оформление за счет Поставщика; Погрузка на судно за счет Поставщика.
Vahle	FCA Дортмунд	Место поставки - г. Дортмунд; Погрузка на т / с за счет Поставщика; Крепление на т / с за счет Поставщика.

Основные условия CIF согласно Инкотермс предполагают:

- место поставки - порт Santo Tomas de Castilla (Гватемала);
- страхование - за счет Грузоотправителя;
- доставка до порта Santo Tomas de Castilla - за счет Грузоотправителя;
- выгрузка с судна - за счет Грузоотправителя.

3 этап. Формирование грузовых единиц (лотов) и определение сроков поставки.

В соответствии с условиями контракта, месторасположением изготовителей частей оборудования, было принято весь объем груза разделить на 4 лота. Состав лота № 3 представлен в табл.3

Таблица 3 - Состав лота № 3

№	Наименование	Кол - во
1	2	3
1	Основной редуктор	3 шт.
2	Внешняя опора	3 шт.
3	Вспомогательный привод	2 шт.
4	Тормоз с кожухом	3 компл.
5	Система консистентной смазки	3 компл.
6	Система маслоснабжения	3 компл.
7	Электропривод	2 компл.
8	Принадлежности	2 компл.
9	Комплекующие	3 компл.
10	Мотор 1PQ8453 - 8PB90 - Z / 500 kW	2 шт.
11	Преобразователь частоты для 500 кВт	2 шт.
12	Мотор 1PQ8455 - 6PB90 - Z / 710 kW	1 шт.
13	Преобразователь частоты для 710 кВт	1 шт.
14	Рамы электродвигателя	3 шт
15	Теплозащита	3 шт
16	Венец зубчатый	2 шт
17	Электрооборудование	2 компл.

Общее количество мест = 39 мест

Общий вес брутто = 312 448,00 кг

Общий объем = 419,061 м³

Проанализировав сроки выхода готовых частей Груза из производства, потребность в определенных частях оборудования для монтажных работ, сроки поставки всей партии оборудования, риски в случае не поставки оборудования в оговоренный контрактом срок, было принято решение, что отгрузка и транспортировка будет происходить следующим образом:

- лот № 1 - июнь месяц, отгрузка из России;
- лот № 2 - сентябрь месяц, отгрузка из России;
- лот № 3 - сентябрь месяц, отгрузка из Европы;
- лот № 4 - январь месяц, отгрузка из Европы.

Общее количество мест по 4 лотам составило - 359, общий вес брутто - 2 274 928,30 кг, общий объем - 5 818,633 м³.

4этап. Выбор и обоснование оптимального маршрута поставки.

Основным перевалочным пунктом при межконтинентальной перевозке грузов является порт, поэтому при разработке маршрута транспортировки Груза, как по территории России, так и за ее пределами до конечного грузополучателя в Центральной Америке принимались во внимание такие характеристики портов как:

- стоимость терминальной обработки груза;
- стоимость хранения груза на территории порта;
- удобство расположения порта для подвоза сверхгабаритного груза;
- возможность захода судов с иностранными флагами;
- мощности порта, позволяющие перевалку сверхгабаритного груза;
- возможность контейнерной отправки грузов.

Рассмотрев несколько Российский портов для отправки лота № 1 и лота № 2 (Санкт - Петербургский, Новороссийский, Ростовский), было принято решение производить перевалку Груза через порт Ростова - на - Дону.

Для отправки лота № 3 с оборудованием, произведенным на европейских заводах, оптимальным портом, отвечающим всем предъявляемым требованиям, стал порт Антверпен (Бельгия).

Учитывая, что лот № 4 имеет габариты и объем в установленных законодательством пределах, оптимальным вариантом отправки стала отправка с использованием линейного сервиса перевозки грузов в специализированных морских контейнерах. Единственным российским портом, осуществляющим подобные перевозки в Гватемалу, является Новороссийский порт.

5этап. Выбор типа и вида транспорта.

Параллельно с выбором маршрута определялся оптимальный вид и тип транспортных средств.

Для транспортировки частей Груза до места перевалки (порт), обработки и хранения наиболее приемлемым является автомобильный транспорт, так как отвечает таким требованиям как оптимальная скорость доставки, возможность перевозки сверхгабаритных грузов, мобильность автотранспортных перевозчиков к изменениям сроков отгрузки, возможность доставлять и забирать груз из любой географической точки.

Типы автотранспортных средств, участвующих в доставке оборудования до места перевалки, обработки и временного хранения приведены в табл. 4.

Таблица 4 - Типы автомобильного транспорта

Наименование отправителя	Спецтехника (трал)	Полуприцеп (фура), г / п 20 тн	Сборный груз
ОАО "Уралмашзавод"	16 шт	нет	нет
ОАО "МК ОРМЕТО - ЮУМЗ"	25 шт	3 шт	нет
ООО "ПКФ "Глобус"	нет	1 шт	нет
...	...	...	...
ВАКОМА	6 шт	3 шт	нет

CMD	4 шт	нет	нет
VAHLE	нет	нет	1 шт
ИТОГО:	61 шт	42 шт	1 шт

Типы водного транспорта, участвующего в доставке оборудования приведены в табл.5.

Таблица 5 - Типы водного транспорта

Номер лота	Речная баржа, шт	Судно типа "река - море", шт	Океанское судно, шт
1	2	3	4
Лот № 1	-	1	1
Лот № 2	1	1	1
Лот № 3	-	-	1
Лот № 4	-	-	1
ИТОГО:	1	2	4

Следует отдельно остановиться на выборе океанского судна, так как здесь имеются свои особенности, связанные с погрузочно - разгрузочными работами. Необходимо экономически обосновать и выбрать один из вариантов:

- аренда кранов у портовых стивидорных компаний;
- фрахт океанского судна с кранами.

По каждому лоту была просчитана эффективность использования каждого из вариантов. В результате сделан следующий выбор:

- лот № 1 – фрахт судна с собственными кранами грузоподъемностью свыше 120 т;
- лот № 2 – фрахт судна, не имеющего собственных кранов. Объем данного лота не позволяет зафрахтовать полностью судно, поэтому экономически выгодней воспользоваться услугами портовых стивидорных компаний, чем подстраивать график и маршрут следования груза под график судовладельца, так как при этом возможны срывы поставок и уплата неустоек;

- лот № 3 - фрахт судна с собственными кранами, так как данный лот имеет только 10 мест, вес которых превышает 20 т;

- лот № 4 - используется линейный сервис через порт Новороссийска. Для упаковки груза применяются 3 специализированных контейнера (40' open top - 2 шт.; 20' open top - 1 шт.).

6 этап. Выбор экспедитора.

Организация проектной перевозки предполагает четкое взаимодействие (с точностью до часа) всех составных частей. Это необходимо, чтобы избежать дополнительных затрат при простое грузоподъемных механизмов и транспортных средств.

Для перевозки Груза в Гватемалу решили привлечь одного Экспедитора, имеющего уникальный опыт в подобных перевозках.

Основными конкурентными преимуществами выбранного Экспедитора стали: наличие собственного парка специализированных автомобилей для перевозки негабаритного груза; местонахождение головного офиса вблизи порта перевалки; сотрудничество с

крупнейшими международными экспедиторами; квалифицированный персонал; оперативность в решении различных вопросов; стоимость проекта.

7 этап. Разработка схем транспортировки.

Для транспортировки каждого лота были разработаны соответствующие схемы продвижения груза. В качестве примера покажем схему транспортировки лота №3 на рис. 4.

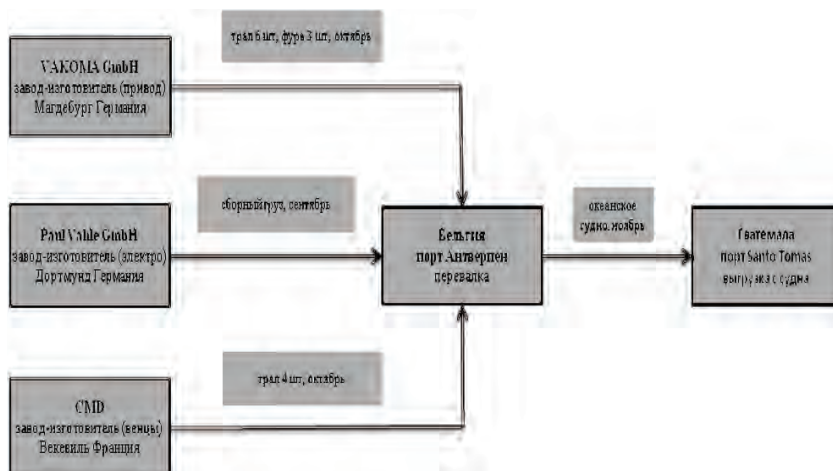


Рисунок 4. Схема транспортировки лота № 3

Исходя из разработанных схем, была рассчитана проектная стоимость транспортировки каждого лота. В частности стоимость транспортировки лота №3 складывается из следующих составляющих:

- автомобильная перевозка груза по маршруту Магдебург - Антверпен;
- страхование груза;
- приемка в порту Антверпена и выгрузка груза в Гватемале включительно.

Поставщик Vakoma, г. Магдебург (Германия).

В соответствии с условиями поставки, оговоренными в контракте с Поставщиком, стоимость доставки от завода - изготовителя в г. Магдебург до порта Гамбурга входит в стоимость товара (FOB порт Гамбург). После принятия решения о том, что груз выгоднее отправлять из порта Антверпен (Бельгия), с Поставщиком было подписано дополнительное соглашение, в котором оговаривались новые условия поставки, а именно FOB порт Антверпен.

Расстояние Магдебург (Германия) - Гамбург (Германия) = 280 км.

Расстояние Магдебург (Германия) - Антверпен (Бельгия) = 600 км.

В связи с увеличением расстояния перевозки, увеличивается и стоимость транспортных услуг, которые дополнительно составляют:

- для контракта № 1 увеличение = 3 900,00 евро
- для контракта № 2 увеличение = 1 500,00 евро
- для контракта № 3 увеличение = 2 500,00 евро

Общая добавочная стоимость составила 7 900,00 евро.

Это не самое выгодное предложение по доставке груза, но т.к. стоимость перевозки до порта Гамбурга не была отдельно оговорена в приложениях к договору поставки, то не удалось договориться с Поставщиком на удобных для ООО "Цемек Минералс" условиях о том, чтобы груз отгружался самовывозом из Магдебурга. По произведенным расчетам Поставщик Vakoma заложил в стоимость доставки до порта Гамбург ориентировочно 15 800,00 евро и дополнительных 7 900,00 евро до порта Антверпен, итого = 23 700,00 евро.

Таблица 18 - Стоимость автомобильной перевозки лота № 3

Маршрут	Расстояние	Тип авто	Кол - во авто	Ставка	Стоимость
1	2	3	4	5	6
Магдебург Антверпен	- 600 км	Трал	6 шт.	260 руб. / км	936 тыс. руб.
Магдебург Антверпен	- 600 км	Еврофура	3 шт.	72,5руб. / км	130 тыс. руб.
ИТОГО:					1 066,5 тыс.руб.

Поставщик CMD, г. Векевиль (Франция).

В соответствии с условиями поставки, оговоренными в контракте с Поставщиком, стоимость доставки от завода - изготовителя в г. Векевиль до порта Антверпен входит в стоимость товара (FOB порт Антверпен).

Поставщик VANLE, г. Дортмунд (Германия).

Условия поставки - FCA Дортмунд.

Организацию транспортировки европейского лота № 3 было принято решение передать компании - экспедитору. Стоимость услуг экспедитора составила 95 000,00 евро. В данную стоимость включено:

- машинный забор груза из Дортмунда и доставка в порт Антверпена;
- выгрузка груза с прибывшего автотранспорта в порту Антверпена;
- перевалка всего груза в порту Антверпена;
- хранение груза в порту Антверпена до погрузки на судно;
- разработка схем размещения / крепления груза на судне;
- стоимость крепежного материала (фумигированного и проштампованного специальными печатями) для погрузки груза на борт судна;
- крепление груза на борту судна;
- сюрвейерские услуги;
- транспортно - экспедиционное обслуживание груза (отслеживание груза, сбор документов необходимых для отправки контейнеров, содействие в оформлении всех разрешительных документов, представление интересов Клиента в порту и пр.);
- выпуск оригиналов коносаментов;
- океанский фрахт от порта Антверпена до порта Santo Tomas De Castilla / Guatemala;
- выгрузка груза с судна в порту Santo Tomas De Castilla / Guatemala;
- контроль за доставкой груза до грузополучателя.

Стоимость страхования груза составила 245,6 тыс. руб.

ИТОГО стоимость транспортировки лота № 3:

$355,5 + 4\,275 + 245,6 = 4\,876$ тыс.руб.

Общая стоимость проекта отражена в табл.6.

Таблица 6 - Общая стоимость транспортировки проектного груза

№ лота	Стоимость
Лот № 1	44 056 тыс.руб.
Лот № 2	52 997 тыс.руб.
Лот № 3	4 876 тыс.руб.
Лот № 4	984 тыс.руб.
Итого:	102 913 тыс.руб.

Рассмотрев теоретические и практические аспекты инновационных подходов к управлению мультимодальными перевозками, можно сделать следующие выводы:

- основным направлением управления мультимодальными перевозками негабаритных грузов является переход на инновационные и прогрессивные технологии, удовлетворяющие требования рынка;

- транспортная система, в рамках которой осуществляется перевозка негабаритных грузов, должна четко и адекватно реагировать на рыночные изменения и обслуживать транспортные потоки различной интенсивности и разнонаправленности, что требует существенных инвестиций в ее инновационное развитие;

- одним из инновационных подходов к управлению мультимодальными перевозками нестандартных грузов является их проектная организация.

Список использованной литературы:

1. Балалаев, А.С. Методология транспортно - логистического взаимодействия при мультимодальных перевозках [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/metodologiya-transportno-logisticheskogo-vzaimodeistviya-pri-multimodalnykh-perevozkakh>

2. Баранова, Ю.О. Интермодальные и мультимодальные перевозки грузов: проблемы терминологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/intermodalnye-i-multimodalnye-perevozki-gruzov-problemy-terminologii>

3. Закон о смешанных (комбинированных) перевозках (Проект) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://zakonrus.ru/vlad134/oskp_pr.htm

4. Имамтединов, Р.Х. Организация международных перевозок крупногабаритных и тяжеловесных грузов по территории Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/organizatsiya-mezhdunarodnykh-perevozk-krupnogabaritnykh-i-tyazhelovesnykh-gruzov-po-territorii-rossiiskoi-federacii>

5. Лимонов, Э. Л. Внешнеторговые операции морского транспорта и мультимодальные перевозки / Э.Л. Лимонов. - 3 - е изд., перераб. и доп. – СПб: 000 «Модуль», 2006. - 379 с.

6. Маликов, О.Б. Деловая логистика / О.Б. Маликов. – СПб.: Политехника, 2003. – 223 с.

7. Мацинина, С.С. Организация управления интермодальными контейнерными перевозками в логистических цепях поставок продукции [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <http://www.dissercat.com/content/organizatsiya-upravleniya-intermodalnymi-konteynernymi-perevozkami-v-logisticheskikh-tsepyakh>

8. Морозов, В.Н. Методология организации функционирования международных транспортных коридоров на основе кластерного подхода с применением мультимодальных логистических центров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/metodologiya-organizatsii-funktsionirovaniya-mezhdunarodnykh-transportnykh-koridorov-na-osno>

9. Никифоров, В.С. Мультимодальные перевозки и транспортная логистика. Учебное пособие / В.С. Никифоров. - М.: ТрансЛит, 2007, 272 с.

10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

11. Панова, И.В. Управление операционной логистической деятельностью при взаимодействии железнодорожного и водного транспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/upravlenie-operatsionnoi-logisticheskoi-deyatelnostyu-pri-vzaimodeistvii-zheleznodorozhnogo-i-vodnogo-transporta>

12. Терминология комбинированных перевозок [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.transportmm.ru/multimodalnye-perevozki/59-terminologiya-kombinirovannykh-perevozok.html>

13. Транспортная логистика: Учебник / Под общ. Ред. Л.Б. Миротина. М.: Экзамен, 2005. - 413 с.

14. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.evrogruz.ru/info/transportnaya-strategiya-rossiiskoi-federatsii-na-period-do-2030-goda>

15. Услуги по перевозке проектных грузов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vmm.ru/uslugi/proektnye-perevozki/> .html

© Г.С. Свиридова, 2016

УДК 33

Ш.Ч. Соян

к.э.н., старший научный сотрудник
Тувинский институт комплексного
освоения природных ресурсов СО РАН,
г. Кызыл, Российская Федерация

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ ТЫВА

Аннотация

Работа посвящена экономико - статистическому анализу состояния рынка труда в Республике Тыва, в регионе отнесенного к территории с напряженной ситуацией на рынке труда. Рассмотрена общая характеристика рынка труда региона, проведен анализ структуры и динамики занятости и безработицы населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг. На

основе проведенного анализа определены задачи действующих в республике программ по снижению напряженности на рынке труда, предложены рекомендации по их снижению.

Ключевые слова

Рынок труда, занятость населения, безработица, статистический анализ, Республика Тыва

Рынок труда является одним из самых чувствительных индикаторов уровня развития и текущего состояния экономики каждой страны, эффективности проводимой государственной политики в сфере программ трудоустройства и социальной защиты населения. Рынок труда – это один из важных показателей уровня жизни населения. Показатели занятости и безработицы, которые являются неотъемлемой частью рынка труда, входят в число ключевых макроэкономических показателей. На их основе оцениваются текущее состояние и перспективы развития экономики, инвестиционная привлекательность стран и регионов, риски и возможности для роста бизнеса.

Если в экономически развитых странах национальные рынки труда формировались столетиями, то в Российской Федерации события последних двух десятилетий сильнее всего образом отражались на уровне и структуре занятости населения. Демонтаж системы централизованного государственного регулирования народного хозяйства и формирование рыночных отношений, нарушение межхозяйственных и межрегиональных связей, структурная перестройка экономики и усиление ее ориентации на сырьевое производство способствовали росту безработицы во всех возрастных и квалификационных группах трудоспособного населения, усилению социальной напряженности в обществе.

Поэтому в странах с рыночной экономикой рынок труда изучается систематически. Статистические данные необходимы для регулирования ситуации занятости, оценки и прогнозов процессов трудоустройства, измерения взаимосвязи между занятостью, доходом и другими категориями уровня жизни, изучения динамики производительности труда.

Республика Тыва входит в пятерку лидеров с напряженной ситуацией на рынке труда, в связи с чем, приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2014 г. № 295н республика отнесена к территории с напряженной ситуацией на рынке труда.

Целью исследования явилось изучение рынка труда и проведение статистического анализа рынка труда Республики Тыва за 2005 - 2014 гг.

В работе использованы труды российских и зарубежных авторов, посвященные вопросам статистического анализа социально - экономических явлений, статистики труда и занятости населения, моделирования и прогнозирования социальных процессов, а также методологические разработки и рекомендации Территориального органа федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва, данные с Министерства труда и социальной политики Республики Тыва и данные с интернет ресурсов.

Характеристика рынка труда Республики Тыва

По данным Территориального органа федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва социально - экономическая ситуация в Республике Тыва за 2014 г. характеризуется положительными темпами роста по таким ключевым показателям, как индекс промышленного производства – 101,1 % , объем выполненных по виду деятельности «строительство» - рост в 1,1 раза к аналогичному периоду 2013 г., ввод в действие жилых домов возрос в 4,4 раза, грузооборот возрос на 33,4 % , оборот розничной торговли на 3,9 % , объем платных услуг на 7 % . Объем инвестиций в основной капитал составил 3,9 млн. рублей.

Несмотря на улучшение социально - экономического развития Республика Тыва входит в пятерку лидеров с напряженной ситуацией на рынке труда, в связи с чем приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2014 г. № 295н республика отнесена к территории с напряженной ситуацией на рынке труда [9].

На рынке труда республики по состоянию на 1 ноября 2014 года сложилась следующая ситуация. По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва по итогам обследования населения по вопросам занятости экономически активное население составило 132,6 тыс. человек, что больше аналогичного периода 2013 года на 12,2 % .

Численность занятого населения в сентябре 2014 года была больше на 10,6 % или на 10,4 тыс. человек по сравнению с тем же периодом 2013 года и составила 108,2 тыс. человек, что говорит в целом об улучшении ситуации на рынке труда республики.

По сравнению с 2013 годом наблюдается оживление предпринимательской деятельности среди граждан, который соответственно привело к созданию незначительных, но новых рабочих мест. Всего зарегистрировались индивидуальными предпринимателями 1053 человека. Анализ созданных рабочих мест показал, что рабочие места в основном создаются в розничной торговле индивидуальными предпринимателями, а также крестьянско - фермерскими хозяйствами в сельскохозяйственной отрасли.

В республике основная доля безработных граждан, начиная с апреля занята на сезонных видах работ – это участие в весенне - полевых работах (очистка оросительных каналов, в окотной компании, огородничестве и др.), строительстве частных жилых помещений, поэтому в сентябре 2014 г. в связи с окончанием сезонных работ начала увеличиваться общая численность безработных, которая составила 24,4 тыс. человек, что больше аналогичного периода 2013 года на 19,6 % . Соответственно уровень общей безработицы в сентябре 2014 года составил 18,4 % против 17,3 % соответствующего периода 2013 года.

Основной причиной устойчивой безработицы является наличие на рынке труда республики 54,4 % граждан, не имеющих профессионального образования.

Основная часть зарегистрированных безработных граждан, которые не имеют профессионального образования, и утративших квалификацию вследствие длительного более года поиска работы, привлекалась на общественные и временные работы, на которые при трудоустройстве не требуется специальная подготовка. Всего на временных и общественных работах по состоянию на 1 октября 2014 года работали 5,1 тыс. человек, что составило 45,9 % от общего количества граждан, трудоустроенных центрами занятости населения, и временные работы – 1,4 тыс. человек или 12,6 % . Гражданам, участвовавшим в общественных и временных работах, заработная плата выплачена при размере минимального размера оплаты труда 5554 рубля всего на сумму 435,3 тыс. рублей, в том числе в:

- г. Кызыле – 251,1 тыс. рублей;
- Чеди - Хольском кожууне – 98,3 тыс. рублей;
- Сут - Хольском кожууне – 22,2 тыс. рублей.

На конец октября 2014 года уровень зарегистрированной безработицы составил 3,6 % , который по сравнению с аналогичным периодом 2013 года снизился на 1,3 процентный пункт.

Численность официально зарегистрированных безработных на конец 2014 года составила 4,7 тыс. человек. Коэффициент напряженности на рынке труда в Республике Тыва по состоянию на 1 ноября 2014 года составил пять человек на одну заявленную вакансию [9].

Структура зарегистрированных безработных на 1 ноября 2014 г. по гендерному признаку следующая:

- мужчин – 51,9 % ;
- женщин – 48,1 % .

Данные говорят о том, что в целом по республике в организациях и предприятиях в основном работают женщины, а мужчины не имеют профессии и работу, поэтому вынуждены состоять в центре занятости населения и получать пособие по безработице в размере 1190 рублей.

Безработные граждане в возрасте до 29 лет составляют 33,1 % против 36,7 % того же периода 2013 года.

По основаниям незанятости граждане, уволившиеся по собственному желанию, составили 41,6 % ; в связи с ликвидацией организации, либо прекращением деятельности индивидуальным предпринимателем, сокращением численности или штата работников организации, индивидуального предпринимателя – 7,5 % ; уволенные с государственной службы – 2,4 % ; выпускники учреждений профессионального образования – 1,7 % . Таким образом, лица, уволившиеся по собственному желанию, не могут найти работу, что ведет к обращению граждан в центры занятости населения [9].

По образовательному составу безработные, имеющие высшее профессиональное образование, составили 9,8 % или 454 человек, среднее профессиональное – 37,5 % или 1739 человек, среднее общее – 38,2 % или 1767 человек, основное общее – 13,2 % или 610 человек и не имеющие основного общего – 1,2 % или 58 человек. Основную долю зарегистрированных безработных составляют граждане, не имеющие профессионального образования, и их доля составила 52,6 % или 2435 человек.

Таким образом, вырисовывается средний «портрет» безработного – это мужчина в возрасте до 35 лет, не имеющий профессионального образования, длительное время не работающий, но воспитывающий несовершеннолетних детей.

Одним из негативных факторов на рынке труда республики является деятельность 30,3 тыс. человек в неформальном секторе экономики (рис. 1):

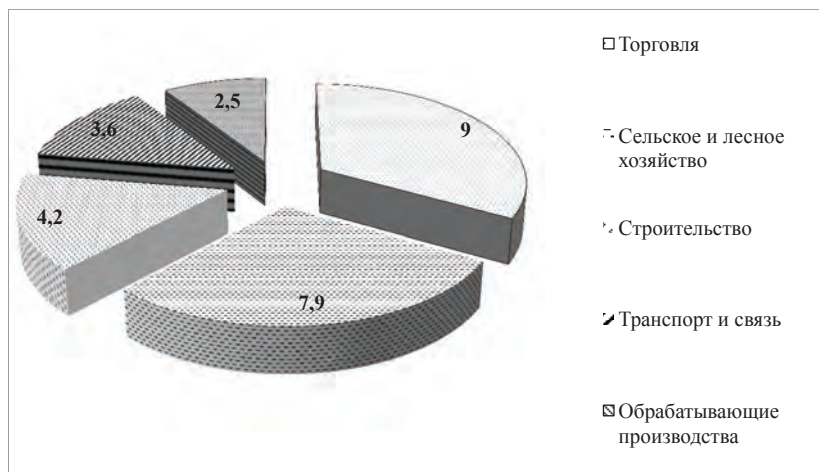


Рис. 1. Численность граждан, занятых в неформальном секторе экономики Республики Тыва (в тыс. чел.)

По состоянию на 1 ноября 2014 г. всего по республике насчитывается 1011 вакансии, в том числе по следующим видам экономической деятельности:

1. Образование – 182 вакансии;
2. Здравоохранение и предоставление социальных услуг – 179 вакансий;
3. Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг – 128 вакансий;
4. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 97 вакансий;
5. Строительство – 88 вакансий;
6. Государственное управление и обеспечение военной безопасности, обязательное социальное страхование – 63;
7. Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов – 50;
8. Транспорт и связь – 44 вакансии;
9. Гостиницы и рестораны – 41 вакансия;
10. Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта – 20 вакансий;
11. Производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 16 вакансий.

В основной своей массе 327 вакансий, т.е. 32,3 % заявляют работодатели г. Кызыла.

Проведенный анализ показал, что вакансий с предоставлением жилья по республике не имеется. Размер реальной заработной платы заявленных вакансий по республике составляет 10000 - 12000 рублей. Поэтому решением вопроса занятости населения на селе является поддержка самозанятости граждан путем разведения крупного и мелкого скота, оказание бытовых услуг населению, переработки сельскохозяйственной продукции. Основными работодателями при организации общественных работ являются органы местного самоуправления, бюджетные учреждения, образовательные организации [9].

Таким образом, ситуация на рынке труда Республики Тыва оставляет желать лучшего: уровень безработицы по республике превышает общероссийский; Республика Тыва входит в пятерку лидеров с напряженной ситуацией на рынке труда; есть немалая доля занятых в неформальном секторе экономики. Основной причиной устойчивой безработицы является наличие на рынке труда республики 54,4 % граждан, не имеющих профессионального образования. Но в 2014 году по сравнению с предыдущими периодами наблюдаются перемены в лучшую сторону: увеличивается численность занятого населения, идет оживление предпринимательской деятельности среди граждан, уровень безработицы постепенно снижается.

Анализ структуры и динамики занятости населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг.

Для анализа занятости населения Республики Тыва применим методы анализа структуры и динамики занятости населения.

Процесс развития, движения социально - экономических явлений во времени в статистике принято называть динамикой, а структура – это совокупность устойчивых связей и отношений объекта, обеспечивающих его целостность и тождественность самому себе, т.е. сохранение основных свойств при различных внешних и внутренних изменениях [15, с. 135].

Анализ структуры занятости населения начнем с рассмотрения структуры занятого населения по гендерному признаку Республики Тыва за 2005 - 2014 гг. (рис.2):

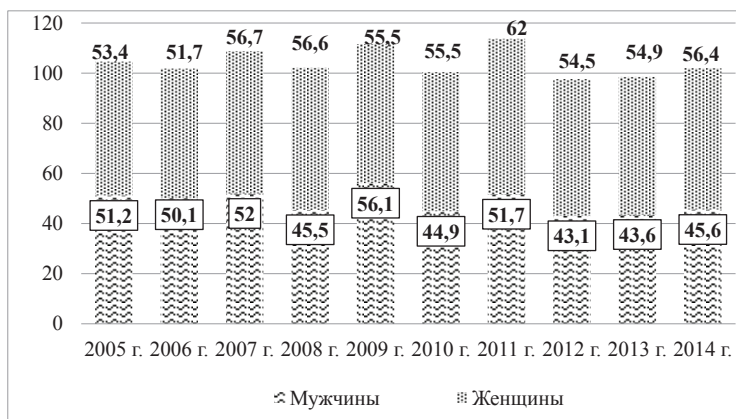


Рис. 2. Структура занятого населения Республики Тыва по гендерному признаку за 2005 - 2014 гг. (в тыс. чел.)

Как показывает рисунок 2 в общей численности занятых Республики Тыва наибольшую долю занимают женщины. В 2005 году численность занятых женщин превышала численность занятых мужчин на 2,2 тыс. чел. В 2006 году наблюдается уменьшение общего числа занятого населения, в том числе численность женщин, занятых в экономике, снизилась на 1,7 тыс. чел., а численность мужчин – на 1,1 тыс. чел. В 2007 году по сравнению с 2006 годом идет рост занятого населения, в том числе численность занятых женщин увеличилась на 5 тыс. чел., а численность занятых мужчин – на 1,9 тыс. чел. При этом темп роста численности занятых женщин больше темпа роста числа занятых мужчин. Далее, в 2008 году по сравнению с 2007 годом снова идет сокращение численности занятого населения республики, который в основном произошел за счет снижения числа занятых мужчин (на 6,5 тыс. чел.). В 2009 - 2012 годах также наблюдаются то увеличения, то сокращения общего числа занятых. При этом численность занятых женщин за эти годы изменяется незначительно и достигает своего максимума в 2011 году (62 тыс. чел.), а численность занятых мужчин меняется каждый год резко и достигает своего минимума в 2012 году и составил 43,1 тыс. чел. С 2012 года идет постепенное увеличение числа занятых мужчин и женщин. В 2014 году численность занятых женщин превысила численность занятых мужчин на 10,8 тыс. чел. Проанализируем структуру занятого населения Республики Тыва за последние 10 лет по возрастному составу (таблица 1):

Таблица 1

Структура занятого населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг. по возрастному составу (в %)

Период (годы)	Занятые , всего	Доля занятых в возрасте (в общем числе занятых):					
		До 20 л.	20 - 29 лет	30 - 39 лет	40 - 49 лет	50 - 59 лет	60 - 72 лет
2005	104,6	3,0	27,1	31,1	26,9	10,1	1,8
2006	101,8	3,1	26,3	31,3	26,4	10,6	2,3

2007	108,7	4,1	24,0	31,7	27,2	10,1	2,9
2008	102,1	3,5	24,6	30,0	24,4	13,7	3,8
2009	101,6	2,0	26,6	29,4	27,0	12,2	3,0
2010	100,4	0,9	27,1	29,1	27,8	12,7	2,5
2011	113,7	1,4	25,0	29,7	27,3	14,0	2,6
2012	97,6	0,9	23,2	30,2	29,0	14,0	2,7
2013	98,5	0,7	24,1	30,5	27,1	14,8	2,7
2014	102	0,9	24,4	30,0	28,9	14,3	2,1

Каждый год возрастная структура занятого населения Республики Тыва претерпевает незначительные изменения. Анализируя данные таблицы 2 можно сделать вывод о том, что за 2005 - 2014 гг. в возрастной структуре занятого населения Республики Тыва наибольшую долю занимают граждане в возрасте от 20 до 49 лет. Их средняя доля за десять лет составила 82,7 % от общей доли занятых. Ситуацию на молодежном рынке труда можно характеризовать как достаточно напряженную. В 2014 году молодежь составляет 25,3 % всех занятых в экономике республики.

Проанализируем структуру занятости населения по уровню образования (таблица 2):

Таблица 2

**Структура занятости населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг.
по уровню образования (в %)**

Годы	Доля в общем числе занятых, %									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Высшее профессиональное	23,6	19,5	24	28	25,4	29,3	29,0	35,7	36,2	37,2
Неполное высшее профессиональное	1,9	2,3	1,3	0,8	-	-	-	-	-	-
Среднее профессиональное	47,4	37,5	44,8	29,8	32,0	28,3	26,5	24,6	25,9	26,7
Начальное профессиональное	-	-	-	12,8	13,7	19,3	16,0	16,9	16,7	16,3
Среднее (полное) общее	22,8	32,9	24,6	21,4	22,4	19,9	23,5	18,7	17,5	16,5
Основное общее	3,6	7,7	4,9	6,4	5,9	3,1	4,6	3,6	3,5	3,2
Начальное общее или не имеют начального общего	0,7	0,1	0,4	0,7	0,6	0,2	0,5	0,5	0,2	0,1

В общей доле занятого населения основную массу занимают люди с высшим и средним профессиональным образованием. С каждым годом наблюдается положительная тенденция: доля людей с высшим профессиональным образованием увеличивается (в 2005 году они составляли 23,6 %, а в 2014 году – 37,2 %, т.е. наблюдается увеличение на 13,6 %), а доля занятых со средним профессиональным образованием снижается (в 2005 году они преобладали и составляли 47,4 % от общего числа занятых, а в 2014 году их доля снизилась

на 20,7 % и составила 26,7 %). Также в структуре занятого населения немалую долю составляют люди со средним (полным) общим образованием. Их доля в 2005 году составляла 22,8 % , а в 2014 году – 16,5 % . Доля занятых с основным общим образованием за последние десять лет в среднем составила 4,65 % .

Молодые люди, получившие профессиональное образование и вышедшие на рынок труда в поисках первой своей работы, отличаются отсутствием навыков и производственного опыта. Для работодателя они малопривлекательны, тогда как у молодого человека осознание своей хорошей подготовки, наличие амбиций и честолюбия, стремление к успеху формируют завышенные требования к будущему рабочему месту, условиям и содержанию труда, а также к оплате.

Для анализа динамики уровня занятости возьмем временной промежуток с 2005 г. по 2014 г. Рассчитаем показатели, характеризующие развитие явления во времени, а именно абсолютный прирост, коэффициент роста, темп роста, темп прироста (таблица 3):

Таблица 3

**Динамика уровня занятости населения Республики Тыва
за 2005 - 2014 гг. (в %)**

Год ы	Уров ень занят ости	Абсолютный прирост		Темп роста		Темп прироста		Коэффициент роста	
		Цепной	базис.	цепной	базис.	цепной	базис.	цепной	базис.
2005	48,5	-	-	-	-	-	-	-	-
2006	46,6	- 1,9	- 1,9	96,08	96,08	- 3,92	- 3,92	0,96	0,96
2007	49,3	2,7	0,8	105,8	101,65	5,8	1,65	1,06	1,02
2008	45,9	- 3,4	- 2,6	93,1	94,64	- 6,9	- 5,36	0,93	0,95
2009	46,2	0,3	- 2,3	100,65	95,26	0,65	- 4,74	1,01	0,95
2010	46,3	0,1	- 2,2	100,22	95,46	0,22	- 4,54	1,00	0,95
2011	52,1	5,8	3,6	112,52	107,42	12,52	7,42	1,13	1,07
2012	46,1	- 6	- 2,4	88,48	95,05	- 11,52	- 4,95	0,88	0,95
2013	46,6	0,5	- 1,9	101,08	96,08	1,08	- 3,92	1,01	0,96
2014	48,4	1,8	- 0,1	103,86	99,8	3,86	- 0,2	1,04	1,00

Уровень занятости населения Республики Тыва за последние 10 лет резких изменений не претерпел. В 2006 году по сравнению с 2005 годом уровень занятости сократился на 1,9 % , темп прироста составил - 3,92 % , коэффициент роста равнялся 0,96. Но в 2007 году наблюдается скачок уровня занятости на 2,7 % , коэффициент роста при этом составил 1,06. В 2008 году опять наблюдается снижение уровня занятости на 3,4 % . Но начиная с 2009 года идет постепенное увеличение до 52,1 % . Наблюдается резкий упад уровня занятости на 6 % в 2012 году, коэффициент роста равен 0,88 (данное значение коэффициента роста является самым низким за весь период наблюдения). Далее опять идет медленное повышение уровня занятости. В 2014 году он составил 48,4 % , что всего лишь на 0,1 % ниже уровня 2005 года.

Таким образом, анализ структуры и динамики занятого населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг. показал, что за анализируемый период в общей численности занятых

преобладают женщины. В возрастном составе занятого населения республики основную долю занимают граждане в возрасте 30 - 39 лет. В структуре занятого населения по уровню образования наибольшую долю занимают граждане с высшим и средним профессиональным образованиями. Общий уровень занятости населения с 2012 года постепенно увеличивается, что является положительным моментом.

Анализ структуры и динамики безработицы населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг.

Безработица – это социально - экономическое явление, предполагающие отсутствие работы у людей, составляющих экономически активное население [16].

Анализ структуры безработного населения начнем так же, как и занятого населения, с рассмотрения структуры безработного населения по гендерному признаку за 2005 - 2014 гг. в таблице 4:

Таблица 4

Структура безработного населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг. по гендерному признаку (в тыс. чел.)

Период (годы)	Безработные, всего	В том числе	
		Мужчины	Женщины
2005	29,2	14,0	15,2
2006	26,3	14,3	12,0
2007	22,4	12,4	10,0
2008	22,6	13,2	9,4
2009	27	15,2	11,8
2010	27,6	15,4	12,1
2011	23,3	13,2	10,1
2012	22	13,2	8,8
2013	23,5	14,4	9,1
2014	23,9	14,9	9

Для таблицы 5 построим диаграмму (рис. 3.):

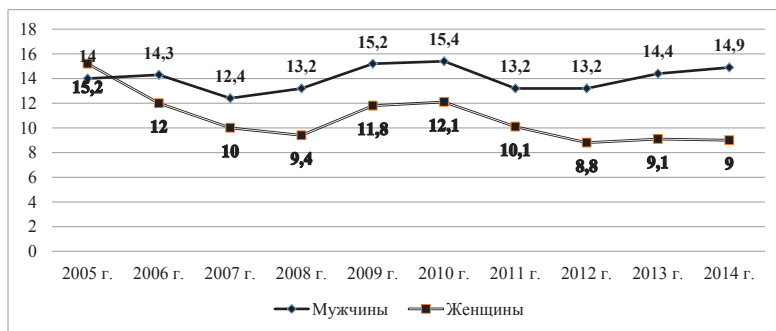


Рис. 3. Структура безработного населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг. по гендерному признаку (в тыс. чел.)

В 2005 году в общем числе безработного населения Республики Тыва преобладали женщины (15,2 тыс. чел.), численность которых превышала число безработных мужчин на 1,2 тыс. чел. В 2006 году по сравнению с предыдущим годом резко снижается число безработных женщин (на 3,2 тыс. чел.), а численность безработных мужчин увеличивается на 0,3 тыс. чел. Начиная с 2006 года наблюдается такая ситуация – в составе безработных преобладают мужчины. Максимальное количество безработных мужчин наблюдается в 2010 году, когда их число достигало 15,4 тыс. чел. Но в 2011 году по сравнению с 2010 годом идет снижение числа безработных мужчин на 2,2 тыс. чел. И начиная с 2011 года их численность постепенно увеличивается. А численность безработных женщин также каждый год изменялся и достигал своего минимума в 2012 году (численность безработных женщин в 2012 году была 8,8 тыс. чел.). В 2014 году по сравнению с 2005 годом, численность незанятых женщин снизилась на 6,2 тыс. чел. и составила 9 тыс. чел. В 2014 году.

Рассмотрим структуру безработного населения Республики Тыва за анализируемый период по возрасту (таблица 5):

Таблица 5

**Структура безработного населения Республики Тыва
за 2005 - 2014 гг. по возрасту (%)**

Период (годы)	Безработные, всего	Доля безработных в возрасте (в общей доле безработного населения):					
		До 20 л.	20 - 29 лет	30 - 39 лет	40 - 49 лет	50 - 59 лет	60 - 72 лет
2005	29,2	6,3	42,5	25,7	16,3	6	3,2
2006	26,3	4,2	39,3	29,4	22,9	4,2	-
2007	22,4	10,3	44,5	22,8	16,6	5,4	0,4
2008	22,6	4,7	36,1	26,4	28,3	4,5	-
2009	27	5,7	39,0	26,1	18,9	8,8	1,6
2010	27,6	4,1	38,5	30,9	20,2	6,0	1,3
2011	23,3	2,9	48,5	26,5	18,3	3,7	-
2012	22	1,1	36,9	35,5	18,6	7,4	0,4
2013	23,5	2,9	44,2	29,2	18,9	4,8	0,2
2014	23,9	1,9	44,4	30,0	18,9	4,3	0,1

За десять лет в возрастной структуре безработных Республики Тыва особых изменений не произошло, только уменьшилось количество безработных граждан на 5,3 тыс. чел., что является положительным фактором. В общей доле безработных основная приходится на граждан в возрасте 20 - 49 лет как в 2005 - ом, так и в 2014 годах (84,5 % и 93,3 % соответственно), в том числе молодежь в возрасте 20 - 29 лет в 2005 году составляла 42,5 % , граждане 30 - 39 лет – 25,7 % , 40 - 49 лет – 16,3 % , а в 2014 году молодые люди в возрасте 20 - 29 лет составляли 44,4 % , граждане 30 - 39 лет – 30 % , в возрасте 40 - 49 лет – 18,9 % . Снизились за 10 лет доля безработных граждан в возрасте 50 - 59 лет на 1,7 % , 60 - 72 лет – 3,1 % , и молодежи до 20 лет – на 4,4 % .

Проанализируем структуру безработного населения республики по уровню образования в таблице 6:

Таблица 6

**Структура безработного населения Республики Тыва за 2005 - 2014 гг.
по уровню образования (в %)**

Годы	Доля в общем числе безработных, %									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Высшее профессиональное	3,6	6,0	9,1	8,3	9,1	6,7	8,8	9,1	8,2	7,9
Неполное высшее профессиональное	1,4	1,5	-	1,6	-	-	-	-	-	-
Среднее профессиональное	37,9	43,3	33,4	17,3	26,4	20,8	14,5	15,4	17,0	17,2
Начальное профессиональное	-	-	-	18,4	16,1	22,7	18,9	22,8	25,4	25,6
Среднее (полное) общее	40,1	39,1	47,4	44,0	34,3	42,1	46,5	39,3	40,3	40,8
Основное общее	16,2	10,1	9,4	10,4	11,7	7,3	10,3	12,3	8,0	7,1
Начальное общее или не имеют начального общего	0,8	-	0,7	-	2,4	0,6	1,0	1,2	1,1	1,1

Основную массу безработного населения республики составляют граждане со средним (полным) общим образованием, причем их доля с 2012 года имеет тенденцию к увеличению. В 2005 - 2006 гг. доля безработных граждан со средним профессиональным и средним (полным) общим образованием были почти равны. Также в составе безработного населения имеются граждане с высшим профессиональным образованием. Их доля с 2005 года увеличивалась довольно быстро и, начиная с 2007 года то увеличивается, то уменьшается незначительно. Доля безработных граждан с основным общим образованием тоже является немалой (за 2005 - 2014 гг. средняя доля безработных граждан с основным общим образованием составляет 10,28 %). В 2005 году доля безработных граждан с основным общим образованием составляла 7,1 % от общей доли, а в 2014 году – 16,2 % , что на 9,1 % выше уровня 2005 года.

Для анализа динамики уровня безработицы Республики Тыва возьмем временной промежуток с 2005 г. по 2014 г. Рассчитаем показатели (коэффициенты), характеризующие развитие явления во времени, а именно абсолютный прирост, коэффициент роста, темп роста, темп прироста и результаты всех проведенных расчетов приведем в таблице 7.

Таблица 7

**Динамика уровня безработицы Республики Тыва
за 2005 - 2014 гг.**

Годы	Уровень безработицы	Абсолютный прирост		Коэффициент роста		Темп роста		Темп прироста	
		цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	базисный
2005	21,8	-	-	-	-	-	-	-	-
2006	20,5	- 1,3	- 1,3	0,94	0,94	94,04	94,04	- 5,96	- 5,96
2007	17,1	- 3,4	- 4,7	0,83	0,78	83,41	78,44	-	-
2008	19,2	2,1	- 2,6	1,12	0,88	112,28	88,07	16,59	21,56
2009	21,4	2,2	- 0,4	1,11	0,98	111,46	98,16	11,46	- 1,84
2010	21,7	0,3	- 0,1	1,01	0,99	101,4	99,54	1,4	- 0,46
2011	17,3	- 4,4	- 4,5	0,79	0,79	79,72	79,36	-	-
2012	18,4	1,1	- 3,4	1,06	0,84	106,36	84,4	20,28	20,64
2013	19,3	0,9	- 2,5	1,04	0,88	104,89	88,53	6,36	- 15,6
2014	19,1	- 0,2	- 2,7	0,98	0,87	98,96	87,61	4,89	11,47
								- 1,04	- 12,39

Построим график динамики уровня безработицы населения Республики Тыва за 10 лет (рис. 4.):



**Рис. 4. Динамика уровня безработицы населения Республики Тыва
за 2005 - 2014 гг. (в %)**

Уровень безработицы населения республики в течение 10 лет меняется незначительно. В 2007 году по сравнению с 2005 годом наблюдается резкий спад уровня безработицы на 4,7 % . Но с 2008 по 2010 годы идет увеличение уровня безработицы, который почти приравнивается к уровню 2005 года, при этом коэффициент роста в 2010 году по сравнению с базисным 2005 - м годом равняется 0,99. В 2011 году опять наблюдается резкий спад уровня безработицы на 4,4 % по сравнению с предыдущим годом. Далее снова идет повышение уровня безработицы, но не слишком высокое (на 2 %). В 2014 году уровень безработицы немножко снизился (на 0,2 %), коэффициент роста при этом по сравнению с базисным 2005 - м годом составил 0,87.

Рассмотрим распределение численности безработных по продолжительности поиска работы за 2005 - 2014 гг. в таблице 8.

Таблица 8

Распределение численности безработного населения Республики Тыва по продолжительности поиска работы за 2005 - 2014 гг. (в %)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Безработные всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
В том числе ищут работу:										
до 3 месяцев	15,1	17,6	10,3	13,8	23,9	29,5	7,6	19,1	10,9	9,0
3 - 6 месяцев	10,3	8,5	8,2	8,8	10,3	10,0	5,9	8,7	5,7	4,0
6 - 12 месяцев	13,2	13,6	23,6	20,2	15,7	9,1	14,6	10,8	12,5	13,6
Более года	61,4	60,3	57,9	57,2	50,1	62,5	71,9	61,5	70,8	73,4
Среднее время поиска работы (мес.)	10,3	11,1	10,8	11,3	11,0	9,3	10,5	12,1	10,5	12,0

По сравнению с 2005 годом в 2014 году доля безработных, продолжающих поиски работы более года увеличилась на 12 % , ищущих работу в течение 6 - 12 месяцев увеличилась незначительно (на 0,4 %) , в течение 3 - 6 месяцев – снизилась на 6,3 % , менее 3 месяцев – снизилась на 6,1 % . Данные изменения являются отрицательными, так как идет увеличение продолжительности поиска работы.

Проанализировав структуру и динамику уровня занятости и безработицы в Республике Тыва за 2005 - 2014 гг. сделаем оценку ситуации на рынке труда республики. Для этого произведем расчеты следующей системы показателей (коэффициентов), которые представлены в таблице 9:

Таблица 9

Расчет системы показателей (коэффициентов) для оценки общей ситуации на рынке труда Республики Тыва за 2005 - 2014 гг.

Показатель (наименование коэффициента)	Результаты расчетов по годам									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Коэффициент экономической активности населения	62,1	58,7	59,4	56,8	58,7	59,1	63,0	56,5	57,7	58,4
Коэффициент (уровень) занятости	48,5	46,6	49,3	45,9	46,2	46,3	52,1	46,1	46,6	48,4
Коэффициент безработицы	21,8	20,5	17,1	19,2	21,4	21,7	17,3	18,4	19,3	19,1
Коэффициент зарегистрированной безработицы	8,1	7,9	7,6	6,6	6,3	5,7	5,0	5,0	4,9	4,6
Коэффициент нагрузки на одного занятого в экономике	28,0	25,8	20,6	23,7	27,1	27,6	20,9	22,5	23,8	22,5
Коэффициент напряженности на рынке труда	38	36	38	35	20	12	10	8	6	5

Анализируя таблицу 9 можно сказать, что ситуация на рынке труда Республики Тыва за последние десять лет оставляет желать лучшего. Коэффициент экономической активности населения в 2014 году по сравнению с 2005 годом ниже на 3,7 % , что является отрицательным моментом, характеризующим ухудшение ситуации на рынке труда. Самый высокий уровень экономической активности населения наблюдается в 2011 году, который был равен 63 % . Уровень занятости населения в 2014 году по сравнению с 2005 годом ниже на 0,1 % . Самый высокий уровень занятости по республике также был в 2011 году и составлял 52,1 % . В этом же 2011 году по сравнению с 2014 годом наблюдается низкий уровень безработицы (17,3 % в 2011 году против 19,1 % в 2014 году). Но постепенно наблюдаются изменения в лучшую сторону: увеличивается уровень экономически активного населения и уровень занятости; коэффициент напряженности на рынке труда резко снизился и к концу 2014 года составил 5 человек на 1 заявленную вакансию. Тем не менее, уровень безработицы остается на катастрофическом уровне по сравнению с общероссийским, который в 2014 году составил 5,2 % .

Анализ динамики и структуры безработного населения Республики Тыва за последние десять лет показал, что ситуация на рынке труда республики является крайне сложной. В общей доле безработных граждан по гендерному признаку преобладают мужчины. Численность безработных мужчин была больше численности безработных женщин в 2014 году на 5 тыс. чел. В возрастной структуре безработных преобладает молодежь в возрасте 20 - 29 лет. На поиски работы 73,4 % безработных граждан тратят более одного года. В составе безработного населения республики преобладают люди с основным (общим) образованием. Также сталкиваются с трудностями при поиске работы граждане с высшим образованием. Все вышесказанное говорит о напряженной ситуации на рынке труда Республики Тыва.

Мероприятия по снижению напряженности на рынке труда Республики Тыва

Снижение уровня безработицы – одно из важнейших направлений экономической политики государства. В последние годы государство с целью борьбы с безработицей довольно интенсивно изменяет и дополняет законодательство о труде в целом. К таким поправкам можно отнести, в частности, следующие (рис. 5.):

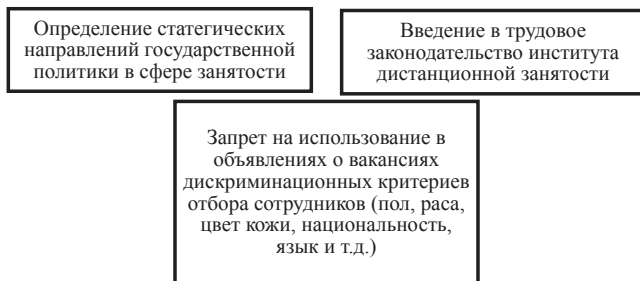


Рис. 5. Поправки в сфере трудового законодательства Российской Федерации

Были приняты следующие документы:

1) Государственная программа «Содействие занятости населения», принятая на 2013 - 2020 гг. и иные программные документы. Среди закрепленных программой мероприятий

— дифференцированная политика использования труда мигрантов, стимулирование работодателей к улучшению условий труда и т.д.

2) Прогноз баланса трудовых ресурсов на 2013 - 2015 гг., размещенный на официальном сайте Минтруда России. В соответствии с этим прогнозом в ближайшие два года прогнозируется снижение числа трудоспособных граждан в связи с сокращением численности населения, что, впрочем, будет частично компенсировано повышением количества работающих лиц старше пенсионного возраста и мигрантов.

Запрет на использование в объявлениях о вакансиях дискриминационных критериев отбора сотрудников (пол, раса, цвет кожи, национальность, язык и т.д.) позволят оказать поддержку гражданам, находящимся в социально уязвимом положении и потому подверженным дискриминации.

Еще более актуальными и интересными являются меры, направленные на обеспечение занятости отдельных категорий населения. К последним относятся такие группы граждан, как (рис. 6.):

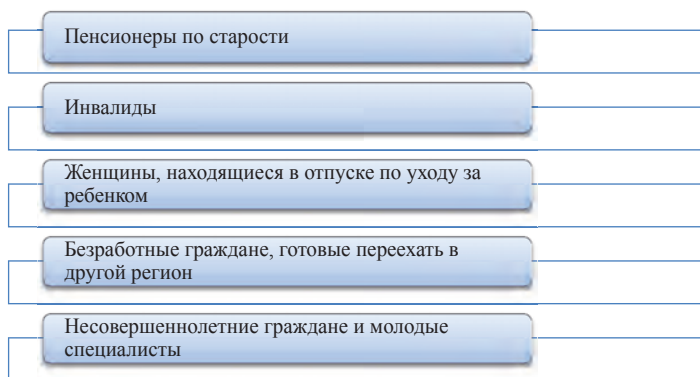


Рис. 6. Отдельные группы граждан, к которым принимаются меры по содействию в трудоустройстве

Пенсионеры по старости – незанятые граждане, получающие пенсию по старости, могут быть зарегистрированы в качестве ищущих работу, но не в качестве безработных. Недавно регионы получили право организовывать профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации лиц, которым была назначена трудовая пенсия по старости и которые стремятся возобновить свою трудовую деятельность.

Субъекты федерации обязаны устанавливать квоты при приеме на работу инвалидов в размере от 2 % до 4 % среднесписочной численности работников для тех организаций, в которых трудятся свыше 100 человек.

2 июля 2013г. были приняты поправки в Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. № 181 - ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», которые предоставили регионам устанавливать такие квоты и для организаций, в которых работают не менее 35 и не более 100 человек. В этом случае размер квоты не должен превышать 3 % от среднесписочной численности работников. В некоторых субъектах предусмотрены также субсидии работодателям при приеме на работу инвалидов, связанные с оплатой труда инвалидов, оснащением дополнительного рабочего места, в том числе с приобретением специального оборудования и т. д.

С 1 января 2012 г. регионы получили право разрабатывать условия и программы профессионального обучения, переобучения и повышения квалификации для этой группы безработных. Эта услуга предоставляется бесплатно, и кроме того, нередко компенсируются расходы на проезд к месту обучения и найм жилья.

При наличии подходящих вакансий в другом регионе нетрудоустроенный гражданин может по своей инициативе или согласившись с предложением службы занятости получить поддержку в переезде, в том числе и при переезде с семьей.

Также Закон о занятости предусматривает организацию регионами временного трудоустройства подростков в возрасте от 14 до 18 лет в свободное от учебы время и выпускников учреждений начального и среднего профессионального образования в возрасте от 18 до 20 лет.

Законодатель уделит внимание и такому способу борьбы с безработицей, как содействие самозанятости. Регионы вправе предусмотреть такие меры, как помощь безработному в составлении бизнес - плана, проведение тренингов и распространение обучающей литературы по организации собственного дела, финансовая поддержка (в том числе возмещение расходов на подготовку документов для регистрации организаций или ИП, их нотариальное заверение, на оплату госпошлины и изготовление печатей и штампов и т. д.).

В общем, в Российской Федерации применяются следующие меры по снижению уровня безработицы (рис. 7.):

Общественные работы
Создание новых рабочих мест
Государственная помощь безработным в создании своего бизнеса (субсидирование, льготное кредитование и налогообложение, консультации)
Пособия по безработице
Помощь студентам
Организация подготовки и переподготовки кадров
Проведение стабилизационной политики, направленной на недопущение глубоких спадов производства

Рис. 7. Меры, принимаемые в Российской Федерации по снижению уровня безработицы

Все эти меры хоть и имеют определенные недостатки и требуют их доработки, однако они уже принесли положительные результаты в оздоровление российского рынка труда [14].

Рассмотрим меры по снижению напряженности на рынке труда Республики Тыва.

С 2012 года полномочия в области содействия занятости населения переданы в субъект Российской Федерации и финансируются только из республиканского бюджета, которые осуществлялись в рамках государственной программы Республики Тыва «Труд и занятость на 2014 - 2016 годы» и приоритетного направления деятельности «Труд без административных барьеров», в которую вошли все индикативные показатели по трудоустройству безработных граждан, в том числе определенные Указом Президента

Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики».

Для реализации полномочий в сфере занятости населения Министерством труда и социальной политики Республики Тыва в 2014 году подготовлено двенадцать правовых документов, из них девять приняты следующими нормативными правовыми актами Правительства Республики Тыва:

1. Постановление Правительства Республики Тыва от 20 февраля 2014 г. № 62 «О приоритетном направлении деятельности Министерства труда и социальной политики Республики Тыва на 2014 год «Труд без административных барьеров»;

2. Постановление Правительства Республики Тыва от 26 мая 2014 г. № 222 «Об утверждении состава Координационного комитета по вопросам содействия занятости населения, ликвидации задолженности по заработной плате работников предприятий и организаций Республики Тыва и легализации трудовых отношений и Положения о нем»;

3. Постановление Правительства Республики Тыва от 17 июля 2014 г. № 346 «Об утверждении Положения о порядке финансирования мероприятий подпрограммы «Снижение напряженности на рынке труда Республики Тыва» государственной программы Республики Тыва «Труд и занятость на 2014 – 2016 годы»;

4. Распоряжение Правительства Республики Тыва от 5 августа 2014 г. № 295 - р «О рабочей группе по контролю за ходом реализации подпрограммы «Снижение напряженности на рынке труда Республики Тыва» государственной программы Республики Тыва «Труд и занятость на 2014 – 2016 годы»;

5. Постановление Правительства Республики Тыва от 23 октября 2014 г. № 501 «Об утверждении Стратегии развития профессиональной ориентации населения в Республике Тыва до 2018 года»;

6. Распоряжение Правительства Республики Тыва от 4 ноября 2014 г. № 330 - р «Об утверждении комплексного плана мероприятий, направленных на создание условий для вовлечения инвалидов в трудовую деятельность по РТ на 2014 - 2015гг.»;

7. Постановление Правительства Республики Тыва от 11 декабря 2014 г. № 578 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Тыва от 26 мая 2014 г. № 222»;

8. Постановление Правительства Республики Тыва от 11 декабря 2014 г. N 572 «Об утверждении Положения о порядке и условиях направления на прохождение профессионального обучения или получение дополнительного профессионального образования, включая обучение в другой местности, некоторых категорий граждан»;

9. Указ Главы Республики Тыва от 29 декабря 2014 г. № 296 «О внесении изменений в Указ Председателя Правительства Республики Тыва от 8 ноября 2011 г. № 188».

Разработаны четыре проекта нормативных правовых актов, из них три проекта постановления проходят процедуру согласования [9] (рис. 8.).

По итогам 2014 года в Республике Тыва наблюдается рост занятости населения и снижение общей численности безработных. Во многом, это – результат поддержки малого предпринимательства и самозанятости населения, прежде всего, в рамках реализации губернаторского проекта «Одно село – один продукт».

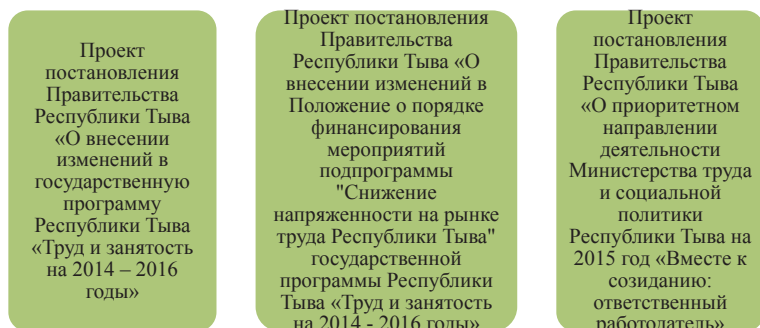


Рис. 8. Проекты нормативных актов по снижению уровня безработицы в Республике Тыва, проходящих процедуру согласования

Для решения проблемы с низкой занятостью населения в Республике Тыва необходимо использовать инструменты, представленные на рисунке 23.

В целях реализации дополнительных мер по трудоустройству граждан, потерявших или ищущих работу, а также находящихся под угрозой увольнения, Министерство труда и социальной политики Республики Тыва разработал проект постановления Правительства Республики Тыва о внесении изменений в региональную программу «Труд и занятость на 2014 - 2016 годы».

Данная государственная программа включает в себя следующие подпрограммы:

1. «Улучшение условий и охраны труда в Республике Тыва»;
2. «Снижение напряженности на рынке труда Республики Тыва»;
3. «Содействие занятости населения Республики Тыва»;
4. «Обеспечение социальной поддержки безработных граждан Республики Тыва».

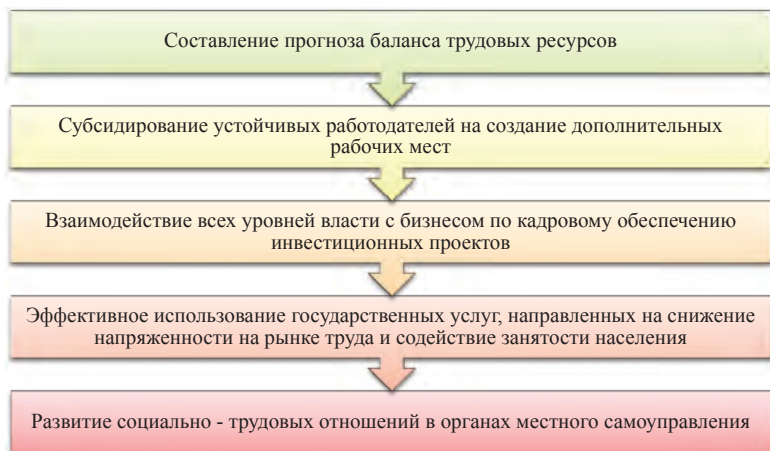


Рис. 9. Инструменты, применяемые для повышения уровня занятости в Республике Тыва

Целью программы является повышение уровня жизни населения, сохранение жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, снижение напряженности на рынке труда и оказание мер социальной поддержки граждан.

Одной из главных задач программы является снижение уровня безработицы [8].

В рамках государственной программы органы службы занятости населения проводили мероприятия, направленные для снижения социальной напряженности среди населения. Если согласно данным Тывастата численность безработных граждан в декабре 2014 года в целом по республике составили 17,9 тыс. человек, то по данным муниципальных образований согласно социальных паспортов кожуунов и городов их количество составило 38,7 тыс. человек. В республике согласно социальных паспортов каждый третий человек в республике является безработным гражданином из числа экономически активного населения. Поэтому меры социальной поддержки являются тоже одним из актуальных мер.

Анализ новых рабочих мест показывает, что в республике в среднем создается 1000 рабочих мест, из них 97 процентов рабочих мест созданы индивидуальными предпринимателями.

Поэтому в течение 2014 года органами службы занятости в рамках государственной программы проведены следующие мероприятия:

1) произведены выплаты пособия по безработице – ежемесячно в среднем в месяц 5,0 тыс. человек (2013 г. – 5,8 тыс. чел.);

2) выплачена стипендия в период прохождения профессионального обучения и получения дополнительного профессионального образования по направлению органов службы занятости – 388 человек (2013 г. – 261 человек);

3) выплачена материальная помощь в связи с истечением установленного периода выплаты пособия по безработице – 94 человек (2013 г. – 92 человек);

4) произведена компенсация пенсии, назначенной по предложению органов службы занятости на период до наступления возраста, дающего право на страховую пенсию по старости, в том числе назначаемую досрочно – 25 человек (2013 г. – 30 человек);

5) оказано содействие гражданам в поиске подходящей работы, а работодателям в подборе необходимых работников – 17,4 тыс. человек (2013 г. – 18,2 тыс. человек);

6) информировали о положении на рынке труда в субъекте Российской Федерации – 11,4 тыс. человек (2013 г. 10,5 тыс. человек);

7) организованы ярмарки вакансий и учебных рабочих мест – 37 единиц (2013 г. – 20 единиц);

8) проведена работа по профессиональной ориентации граждан в целях выбора сферы деятельности (профессии), трудоустройства, прохождения профессионального обучения и получения дополнительного профессионального образования – 11,6 тыс. человек (2013 г. – 16,1 тыс. человек);

9) оказана психологическая поддержка безработных граждан – 1,6 тыс. человек (2013 г. – 2,8 тыс. человек);

10) направлены на профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование безработные граждане, включая обучение в другой местности – 388 человек (2013 г. – 261 человек);

11) выполнена работа по направлению безработных граждан на оплачиваемые общественные работы – 5,3 тыс. рублей (2013 г. – 4,9 тыс. человек);

12) направили на временные работы несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет в свободное от учебы время – 2,8 тыс. человек (2013 г. – 2,5 тыс. человек),

13) трудоустроили на временные работы безработных граждан, испытывающих трудности в поиске работы – 1,5 тыс. человек (2013 г. – 1,4 тыс. человек),

14) трудоустроили на временные работы безработных граждан в возрасте от 18 до 20 лет, имеющих среднее профессиональное образование и ищущих работу впервые – 20 человек (2013 г. – 12 человек);

15) получили услуги по социальной адаптации безработных граждан на рынке труда – 1,5 тыс. человек (2013 г. – 2,3 тыс. человек);

16) оказали содействие самозанятости безработных граждан, включая оказание гражданам, признанным в установленном порядке безработными, и гражданам, признанным в установленном порядке безработными, прошедшим профессиональное обучение или получившим дополнительное профессиональное образование по направлению органов службы занятости, единовременной финансовой помощи при их государственной регистрации в качестве юридического лица, индивидуального предпринимателя либо крестьянского (фермерского) хозяйства, а также единовременной финансовой помощи на подготовку документов для соответствующей государственной регистрации – 165 человек (2013 г. – 140 человек);

17) произвели расходы безработным гражданам и членам их семей при переселении в другую местность для трудоустройства по направлению органов службы занятости – 4 семьи (1 семья);

18) профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование женщин в период отпуска по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет – 120 человек (2013 г. – 70 человек);

19) оказало содействие в трудоустройстве – 69 инвалидам (2013 г. – 44 человек);

20) оказало содействие многодетным родителям – 43 человеку (2013 г. – 39 человек);

21) направили на стажировку – 64 выпускник образовательных организаций (2013 г. – 749 человек) [9].

Заключение

В целом анализируя ситуацию на рынке труда Республики Тыва пришли к следующим выводам:

- Республика Тыва входит в пятерку лидеров с напряженной ситуацией на рынке труда, в связи с чем, приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2014 г. № 295н республика отнесена к территории с напряженной ситуацией на рынке труда;

- по сравнению с 2013 годом в 2014 году в республике наблюдается оживление предпринимательской деятельности среди граждан, который соответственно привело к созданию незначительных, но новых рабочих мест. Всего зарегистрировались индивидуальными предпринимателями 1053 человека. Анализ созданных рабочих мест показал, что рабочие места в основном создаются в розничной торговле индивидуальными предпринимателями, а также крестьянско - фермерскими хозяйствами в сельскохозяйственной отрасли;

- анализ структуры и динамики занятого населения республики Тыва за 2005 - 2014 гг. показал, что за анализируемый период в общей численности занятых преобладают женщины. В возрастном составе занятого населения республики основную долю занимают граждане в возрасте 30 - 39 лет. В структуре занятого населения по уровню образования наибольшую долю занимают граждане с высшим и средним профессиональным образованиями. Общий уровень занятости населения с 2012 года постепенно увеличивается, что является положительным моментом;

- анализ динамики и структуры безработного населения Республики Тыва за последние десять лет показал, что ситуация на рынке труда республики является крайне сложной. В общей доле безработных граждан преобладают мужчины, а также молодежь в возрасте 20 - 29 лет. На поиски работы 73,4 % безработных граждан тратят более года. В составе безработного населения республики преобладают люди с основным (общим) образованием. Также сталкиваются с трудностями при поиске работы граждане с высшим образованием;

- основной причиной устойчивой безработицы является наличие на рынке труда республики 54,4 % граждан, не имеющих профессионального образования;

- Республика Тыва имеет самое высокое значение уровня безработицы среди регионов Сибирского федерального округа Российской Федерации.

В республике принимаются различные мероприятия по снижению напряженности на рынке труда, которые дают положительные результаты. В частности, принимаются такие меры, как создание новых рабочих мест, в том числе за счет реализации губернаторского проекта «Одно село – один продукт»; трудоустройство выпускников профессиональных образовательных организаций; легализация неформальной занятости; информирование о положении на рынке труда; организация ярмарок вакансий и учебных рабочих мест; проведение оплачиваемых общественных работ; временного трудоустройства безработных граждан, испытывающих трудности в поиске работы; содействие самозанятости безработных граждан, также будет оказано содействие в трудоустройстве незанятым инвалидам на оборудованные (оснащенные) для них рабочие места, многодетным родителям, родителям, воспитывающим детей - инвалидов, социальная адаптация безработных граждан на рынке труда, профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование безработных граждан.

Главный путь решения проблемы безработицы на рынке труда - экономический рост производства (восстановление законсервированных производственных мощностей), что приведет к увеличению темпа роста числа занятых в экономике.

Список использованной литературы:

1. О занятости населения в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 19 апреля 1991 г. № 1032 - 1;
2. О занятости населения в Республике Тыва: Закон Республики Тыва от 13 июля 2006 г. № 1887 ВХ - 1;
3. Об утверждении детального плана - графика реализации государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения» на 2013 год и плановый период 2014 - 2015 годов: Приказ Минтруда России от 26 июня 2013 г. № 280;
4. О приоритетном направлении деятельности Министерства труда и социальной политики Республики Тыва на 2014 год «Труд без административных барьеров»: Постановление Правительства Республики Тыва от 20 февраля 2014 г. № 624;
5. Об утверждении государственной программы Республики Тыва «Труд и занятость Республики Тыва на 2014 - 2016 годы»: Постановление Правительства Республики Тыва от 24 декабря 2013 г. № 753;

6. О государственном докладе о ситуации на рынке труда Республики Тыва в 2014 году: Постановление Правительства Республики Тыва от 15 января 2015 г. № 796;
7. Годовые отчеты Министерства труда и социальной политики Республики Тыва по форме 2 - Т за 2011 - 2014 годы;
8. Кюрю У.А. Итоги деятельности органов службы занятости населения по Республике Тыва / У.А. Кюрю // Тувинская правда и Шын. – 2005, август.;
9. Официальный сайт Агентства занятости населения Республики Тыва [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://tuva.regiontrud.ru/> ;
10. Официальный сайт министерства труда и социальной политики Республики Тыва [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.mintrudtuva.ru/> ;
11. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://tuvastat.gks.ru/> ;
12. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://www.gks.ru/> ;
13. Соян Ш.Ч. Статистическое исследование уровня жизни населения / автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Байкальский государственный университет экономики и права. Иркутск, 2006.
14. Статистический ежегодник Республики Тыва: Стат. сборник / Тывастат. – Кызыл, 2014. – с. 239;
15. Уровень безработицы в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://xn----8sbcbbscql7bijpi7ac0eweh.xn--p1ai/> ;
16. <http://docs.pravo.ru/document/view/55678688/> ;
17. <http://www.mert.tuva.ru/directions/fcp/gp/19.html>;
18. <http://www.utro.ru/news/2013/03/05/1105160.shtml>;

© Ш.Ч. Соян, 2016

УДК 33

О.Н. Сусякова

к. э.н., доцент, доцент кафедры «Финансы и кредит»

Н.С.Сергиенко

к. э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»

Финансовый университет при Правительстве РФ, г.Калуга

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В данной статье оценивается инвестиционная привлекательность Калужской области и кластерный характер экономики региона. Кроме того, анализируются факторы и итоги реализации Инвестиционной стратегии развития Калужской области в 2014 - 2015 годах. Также определены некоторые тенденции дальнейшего развития Калужской области в современных политических и экономических условиях.

Ключевые слова

Калужская область, инвестиционная политика, инвестиционная стратегия Калужской области, кластеры

Инвестиционная политика как составная часть финансовой политики направлена на формирование благоприятного инвестиционного климата, стимулирование инвестиционной активности и повышение эффективности использования инвестиций в стране. К показателям оценки эффективности реализованной инвестиционной политики относятся объем привлеченных инвестиций, количество заключенных соглашений и договоров о совместной деятельности и т.д. Инвестиционная привлекательность страны или отдельной территории является одним из критериев определения места того или иного государства в мире. Именно поэтому инвестиционная политика становится важнейшей составной частью финансовой политики каждого региона.

Важнейшим аспектом социально - экономического развития любого субъекта Российской Федерации является грамотная инвестиционная политика, в силу чего многие регионы России предоставляют инвесторам широкий спектр преференций. В числе самых значимых инвесторы выделяют налоговые льготы и организацию мер по защите прав инвесторов, привлечение которых позволяет решать важные социальные задачи: повышение уровня жизни населения, развитие инфраструктуры региона и т.д.

В современной экономической практике существует множество подходов к оценке инвестиционной привлекательности регионов, что позволяет ранжировать субъекты Российской Федерации по ряду определенных показателей. Важнейшую роль в раскрытии информации по инвестиционной привлекательности всех регионов России играет Агентство стратегических инициатив (АСИ), которое на своем инвестиционном портале размещает актуальную информацию об инвестициях в России. Одним из ключевых инструментов данного портала на данный момент является «Аналитическая карта», по которой можно сравнить регионы по ряду показателей.

С точки зрения организации бизнеса отдельные регионы Российской Федерации имеют показатели привлекательности на уровне 48,6 % - это Москва, Санкт - Петербург, Калужская область, Нижегородская область [4]. Данные регионы становятся приоритетными направлениями инвестирования не только для внутренних, но и для внешних инвесторов, о чем свидетельствует возрастающий интерес успешных иностранных компании в реализации инвестиционных проектов на территории России.

Среди экономических показателей, по которым регионы России лидируют как регионы приоритетного инвестирования в масштабах международных отношений, необходимо выделить следующие:

- 1) уровень развития малого предпринимательства – данный фактор способствует привлечению иностранных инвестиций в сферу малого бизнеса и привлечению венчурных инвестиций;
- 2) высокие показатели экспорта продукции;
- 3) наличие развитой или быстро развивающейся сети логистики в стране;
- 4) благоприятное положение некоторых регионов с перспективами выхода на зарубежный рынок.

Рассмотренные показатели (критерии) свойственны не всем регионам России, однако их совокупность позволяет отдельным субъектам РФ (Калужской, Нижегородской, Белгородской) занимать лидирующие позиции в рейтинге привлекательности регионов для дальнейшего инвестирования.

Наиболее значимыми для оценки инвестиционного потенциала региона являются следующие факторы:

- 1) ресурсно - сырьевой (обеспеченность запасами основных видов природных ресурсов);
- 2) производственный (совокупный результат деятельности хозяйствующих субъектов в регионе);
- 3) потребительский (совокупная покупательная способность населения региона);
- 4) инфраструктурный (экономико - географическое положение региона и его инфраструктурная обеспеченность);
- 5) интеллектуальный (образовательный уровень населения и система образования в регионе);
- 6) институциональный (степень развития ведущих институтов рыночной экономики);
- 7) инновационный (уровень внедрения достижений научно - технического прогресса в регионе) [4].

Калужская область является одним из ведущих регионов в области привлечения инвестиций, что стало возможным благодаря грамотному руководству и последовательной реализации долгосрочной стратегии развития области, сделавшей упор на создании инвесторам необходимой инфраструктуры, прежде всего, дорог и энергосетей. И не случайно область носит звание региона лидера с развитой транспортно - логистической инфраструктурой, которая обеспечивает непрерывный процесс от доставки сырья до получения конечного продукта потребителем. Помимо этого, в области законодательно предусмотрены налоговые льготы для инвесторов, которые распространяются по налогу на прибыль и налогу на имущество на период от одного до четырех лет, а фармацевтическим предприятиям - на срок до пяти лет.

В настоящее время вопросами привлечения инвестиций и создания благоприятного инвестиционного климата в области занимаются Министерство экономического развития Калужской области, Агентство регионального развития Калужской области, Корпорация развития Калужской области и др. структуры. В регионе действуют несколько законов Калужской области, определяющих формы и условия государственной поддержки инвестиционной деятельности, а также Инвестиционная стратегия Калужской области до 2020 года.

Как известно, Инвестиционная стратегия Калужской области имеет кластерный характер, в котором выделены следующие главные направления: автомобильный кластер; кластер фармацевтики, биотехнологий и биомедицины; транспортно - логистический кластер; агропромышленный кластер; туристско - рекреационный кластер; кластер информационных технологий.

Особое место в этом списке занимает автомобилестроительный кластер. По объемам производства он входит в тройку автоцентров России. В его составе объединены 31 российское и иностранное предприятие, на которых заняты 10746 человек. Ядро кластера — три OEM - производителя: «Фольксваген Груп Рус», «Пежо - Ситроен Митсубиши Аутомотив» и российские предприятия концерна «Вольво». Именно с открытия завода

«Фольксваген» началась история новой экономики области, коренным образом изменившая структуру промышленного комплекса.

Ключевыми проектами в формате транспортно - логистического кластера стали создаваемые в формате «грузовой деревни» комплексы FV «Ворсино» и FV «Росва». Важнейшее направление — развитие двух международных аэропортов «Калуга» и «Ермолино» [5].

Одним из приоритетных направлений развития, помимо ставшего уже знаменитым автомобилестроительного кластера, является фармацевтический кластер (компании «Хемофарм» «Астра Зенека», «Берлин Хеми», «Ново Нордикс», «Ниармедик Плюс»), который формируется преимущественно в Обнинском районе Калужской области [13]. Всего в Калужском фармкластере насчитывается 62 участника, в т.ч. 3 крупных производства были открыты в 2015 году. В общем объеме выпускаемой продукции более 80 % приходится на готовые лекарственные средства (всего насчитывается 100 наименований), доля инновационной продукции - 70 % . По экспертным оценкам, в ближайшие 3 года компании Калужского фармкластера будут ежегодно выводить на российский рынок 2 - 3 новых лекарственных средства [5].

Агропромышленный кластер объединяет 45 предприятий пищевой и обрабатывающей промышленности, 750 крестьянско - фермерских хозяйств, 51 молочный животноводческий комплекс. Специализируется АПК Калужской области на молочном производстве (3 место в ЦФО по надоям молока), мясном скотоводстве (численность поголовья с 2008 года увеличилась в 12 раз; 4 племенных хозяйства обеспечивают независимость от зарубежных поставок генетического материала), птицеводстве, растениеводстве и рыбоводстве [3].

В основе туристического кластера лежат более 4000 памятников истории и культуры, работают 98 предприятий гостеприимства. Горнолыжный отель «Квань», этно - отель «Юхновград», туркомплекс Welna Eco Spa Resort вышли в финал нацпремии Russian Hospitality Awards - 2015. 1 место в конкурсе Russian Event Awards - 2015 заняли ландшафтный парк Никола - Ленивец в номинации «Лучшая площадка для развития событийного туризма» и «Туристско - информационный центр «Калужский край» в номинации «Лучший туристско - информационный центр». Ежегодно Калужскую область посещают порядка 2,5 млн. человек.

В рамках отраслевых кластеров открываются специализированные учебные центры, развиваются научные организации, повышается уровень конкурентоспособности всех предприятий, в том числе и предоставляющих различные услуги [5].

Инвестиционная стратегия развития Калужской области базируется на следующих задачах:

- 1) сокращение периода принятия решения о строительстве нового производства и его ввода в эксплуатацию;
- 2) поддержание продвижения и формирование спроса на инновационную продукцию в рамках региона;
- 3) формирование эффективной системы движения продукции (логистической сети);
- 4) создание условий для повышения инвестиционной активности субъектов хозяйствования [6].

Представленные задачи позволяют правительству Калужской области формировать долгосрочные цели по привлечению инвестиций и созданию благоприятной инвестиционной среды. В качестве основных результатов реализации стратегии определено расширение спектра возможных предложений для инвесторов с учетом новых вызовов развития экономики и поддержание высокого уровня притока инвестиций в регион, что позволит выполнить стратегическую задачу по созданию к 2018 году порядка 29,5 тыс. новых рабочих мест на современных производствах. В 2015 году, по данным официального портала органов власти Калужской области, открыто 9 промышленных предприятий и создано более 2 тыс. рабочих мест [5].

Созданный комфортный деловой климат и массированное привлечение крупных иностранных инвесторов дали мощный стимул к росту областных доходов и укреплению лидирующих позиций региона на экономической карте России. Калужская область по итогам социально - экономического развития в 2014 году заняла:

1 - е место в Центральном федеральном округе (далее - ЦФО) и 7 - е место в Российской Федерации по объему промышленного производств на душу населения;

1 - е место в ЦФО и 4 - е место в Российской Федерации по прямым иностранным инвестициям на душу населения;

3 - е место в ЦФО и 11 - е место в Российской Федерации по темпу роста реальных доходов населения;

4 - е место в ЦФО и 26 - е место в Российской Федерации по обороту розничной торговли на душу населения;

2 - е место в ЦФО и 20 - е место в Российской Федерации по строительству жилья на душу населения [5].

Для ряда крупных иностранных инвесторов, пришедших в экономику Калужской области в этот период, наиболее значимыми факторами при расчете инвестиционной привлекательности послужило следующее:

- наличие развитой сети автомобильных дорог;
- близость к инфраструктуре воздушного транспорта (создание пассажирского и грузового международного аэропорта «Калуга» на базе аэропорта «Габцево», а также аэропорта «Ермолино», расположенного на границе Калужской и Московской областей);
- наличие сформированной сети логистики при наличии высоких перспектив ее развития;
- наличие в регионе и близлежащих территориях необходимых рабочих кадров [13].

Одним из важнейших этапов формирования инвестиционной привлекательности Калужской области является опубликование в конце 2014 года национального рейтинга инвестиционного климата в регионах Российской Федерации, в рамках которого оценка субъектов производилась по следующему перечню критериев с последующим выставлением балльной оценки:

1) регуляторная среда – в Калужской области показано самое высокое качество оказания государственных услуг субъектам бизнеса;

2) институты для бизнеса - в области созданы «патронажные» механизмы содействия привлечению инвестиционных ресурсов;

3) инфраструктура и ресурсы - в Калужской области продемонстрирована наибольшая поддержка инвесторов трудовыми, земельными, финансовыми ресурсами;

4) поддержка малого и среднего предпринимательства – данный критерий является особо актуальным в связи с ориентацией федеральных программ на содействие развития малого и среднего предпринимательства.

По общему интегральному индексу Калужская область заняла первое место (наименьшее количество баллов) [4].

Следует отметить, что опыт повышения инвестиционной привлекательности Калужского региона во многом заимствован у других регионов, имеющих доминирующее положение в России. Среди таких субъектов традиционно выделяются Санкт - Петербург, Москва и Московская область.

Правительством Калужской области был сформулирован ряд принципов, на которых основывается инвестиционная политика региона. К ним, в частности, относятся:

- доброжелательное отношение с инвесторами на всех этапах инвестиционного процесса;

- сбалансированность публичных и частных интересов. Данный аспект в Калужской области приобрел особое значение, поскольку появление в регионе крупных инвесторов сопровождается улучшением того или иного социального вопроса. Таким образом, «Фольксваген Групп Рус» создало особое профильное обучение в двух учебных заведениях г. Калуги. С введением в эксплуатацию ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга» получило широкие возможности развитие территории в связи с привлечением большого числа кадров;

- открытость и доступность для всех инвесторов информации, необходимой для осуществления инвестиционной деятельности;

- ясность и простота инвестиционного процесса в регионе. Данный аспект в Калужской области имеет особый контроль со стороны губернатора Артамонова А.Д.;

- неизменность принятых решений. Все льготные меры, устанавливаемые конкретным инвесторам, выполняются в Калужском регионе в полном объеме в течение всего «льготного периода».

Механизмами реализации данных принципов являются такие меры, как, например, правовое закрепление порядка предоставления государственных гарантий Калужской области, установленное в постановлении Правительства Калужской области «О предоставлении государственных гарантий».

Кроме того, как одна из самых действенных мер повышения инвестиционной привлекательности Калужского региона используются налоговые льготы. Перечень налоговых льгот по практике Санкт - Петербурга устанавливается в законах Калужской области «О налоговых льготах» в каждом календарном году.

Одним из ключевых этапов развития системы повышения инвестиционной привлекательности субъектов РФ послужило заседание государственного совета, проведенное Владимиром Путиным 27 декабря 2013 года, на котором, основополагающими факторами «инвестиционной успешности» были обозначены:

- 1) создание хороших условия для работы предпринимателей;
- 2) личная порядочность губернатора;
- 3) перечисление дополнительных доходов в фонды развития инфраструктуры региона;
- 4) введение «соревновательного» механизма борьбы за инвестора.

Все перечисленные факторы во многом соблюдены в Калужском регионе, что позволило занять лидирующее место в рейтинге инвестиционно - благоприятных регионов [11].

По итогам 2015 года Калужская область заняла 2 место в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах РФ, но 1 место в номинации «Поддержка малого и среднего бизнеса» (на поддержку малых и средних форм предпринимательства в 2015 году было направлено 456,6 млн. рублей) [7].

Также следует отметить, что ежегодно определяется уровень социально - политической устойчивости во всех субъектах Российской Федерации, и по итогам 2015 года Калужская область получила 8 баллов из 10, перейдя из группы с высокой устойчивостью в группу регионов с максимальной социально - политической устойчивостью наравне с Кемеровской, Белгородской, Ленинградской, Пензенской, Тамбовской, Тюменской областями, Республикой Татарстан и др. [5].

В связи с этим необходимо выделить сильные стороны Калужского региона как «площадки для инвестиций»:

- совершенствование законодательства региона о техническом регулировании, которое в Калужской области содержит гораздо меньше барьеров по сравнению с другими регионами для согласования инвестиционных проектов;

- введение механизма ускоренной модернизации транспортной инфраструктуры, прежде всего автомобильных и железных дорог, а также развитие межрегиональной авиации;

- создание в регионе системы профильного образования, которое соответствует требованиям современной экономики. Именно поэтому Правительство Калужской области создало специальный учебный центр для предприятий автомобильной промышленности. Данный центр позволил за период 2008 - 2014 гг. обучить 11 тыс. квалифицированных специалистов для автомобильного кластера. Также следует отметить, что в филиале технического университета имени Баумана в соответствии с общепринятыми международными стандартами совместно с концерном «Фольксваген» внедрена дуальная система образования. И такая же система образования внедрена в Детченском аграрном колледже с участием производителей сельскохозяйственной техники John Deere, Grimme, Lemken и других. Аналогичное профильное обучение планируется создавать и для таких инвесторов как ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга» в 2016 г.;

- в регионе создана общеобразовательная школа, где преподавание ведётся по стандартам IB. Выпускники этой школы получают документы об окончании европейского образца. Обучение в данном заведении проходят в обязательном порядке как члены Правительства, так и главы администраций;

- Калужский регион практически первыми в стране применил широко известную в Соединённых Штатах концепцию финансирования инвестиционного фонда под будущие налоговые поступления – «Такс - инкримин файнэнсинг» [11].

Следует заметить, что в 2015 - 2017 годах муниципальные районы и городские округа ожидают некоторое снижение объемов инвестиций, обусловленное, прежде всего, окончанием активной стадии реализации ряда крупных инвестиционных проектов, таких как завод ООО «Фольксваген Груп Рус» в промышленном парке «Грабоцево», завод ЗАО «Вольво Восток» в промышленном парке «Калуга - Юг» (городской округ «Город Калуга»), ООО «Калужский цементный завод» (муниципальный район «Думиничский

район)), ОАО «Лафарж - Цемент» (муниципальный район «Ферзиковский район») и других.

Рассматривая развитие инвестиционных процессов в разрезе территорий, следует отметить, что традиционно наибольшие объемы инвестиций в основной капитал будут привлекаться в городах Калуге и Обнинске, в Боровском, Дзержинском, Жуковском и Малоярославецком районах, где рост инвестиций обеспечивается не только развитием уже существующих предприятий и проектов, но и приходом новых инвесторов, включая проекты жилищного строительства.

Одним из основных перспективных направлений развития Калужского региона в области повышения инвестиционной привлекательности является наличие развивающейся отрасли жилищного строительства. По оценке РА «Эксперт» в 2014 году Калужский регион занимал 4 место по объему жилищного строительства в России (в расчете на 1 жителя), в 2015 - 2016 годы регион может занять более высокое место.

При условии своевременной реализации на территории области инвестиционных проектов согласно уже заключенным и планируемым к заключению инвестиционным соглашениям, а также за счет прихода новых инвесторов для реализации ряда крупных инфраструктурных проектов с привлечением средств федерального бюджета (таких как набережная в г. Калуге, строительство окружной дороги г. Калуги с мостом через р. Оку) прогнозируется более оптимистичный вариант притока инвестиций в экономику региона в 2015 - 2017 годах, при котором объемы инвестиций в 2015 году стабилизируются на уровне 2014 года в сопоставимых ценах (100 %) и затем выйдут на положительную динамику инвестиций: 103,8 % - в 2016 году, 100,5 % - в 2017 году.

Продолжится работа по привлечению инвесторов на свободные площадки действующих («Габцево», «Ворсино», «Калуга - Юг», «Росва» и др.), а также к участию в реконструкции аэропортовых комплексов "Калуга" и "Ермолино" и создании мультимодульного транспортно - логистического терминала в Боровском районе [1].

Как известно, в 2014 г. были введены санкции против РФ, но сейчас это незначительно отражается на экономике Калужской области. В доказательство этому можно привести ряд перспективных направлений инвестиционной политики Калужской области:

- 21 октября 2014 г. в г. Людиново состоялось подписание соглашения между Правительством Калужской области и турецким акционерным обществом «Кастамону Энтерге» о намерениях в сфере реализации инвестиционного проекта строительства завода по производству древесных панелей [5].

- Германия занимает ведущее место среди зарубежных стран в объеме иностранных инвестиций в экономику Калужской области. По данным статистики, инвестиции немецкой экономики в Калужскую область за 2002 - 2012 годы составили 1 млрд. 365 млн. долларов США, в 2013 году иностранные инвестиции в экономику Калужской области составили около 1,5 млрд. долларов США [12]. Доля внешнеторгового оборота Калужской области с ФРГ сегодня составляет около 24 % . В регионе стабильно работают 20 немецких компаний, создано около 10 российско - германских предприятий - в совокупности это семь с половиной тысяч рабочих мест [5]. Средства немецких инвесторов эффективно работают в автомобильной промышленности региона, фармацевтической сфере, в сельском хозяйстве, логистике.

Сегодня у немецких предприятий автопрома, расположенных в регионе, возникли сложности: спрос упал на 20 % . Но причиной тому послужили вовсе не европейские санкции против России, а ситуация на российском рынке. Несмотря на опасения немецкой стороны, санкции пока коснулись только импорта, и в этом плане производство на территории региона находится в выгодной ситуации. И, независимо от дальнейшего развития событий, немцы настроены продолжать сотрудничество. В 2013 - 2015 гг. концерн «Volkswagen Group» еще инвестировал 840 млн. евро в свои заводы, новое оборудование и создание новых продуктов на территории России [12].

Кроме того, 19 февраля 2016 года губернатор области Анатолий Артамонов побывал с рабочей поездкой в столице Германии – Берлине, где принял участие в конференции «Растущий рынок. Средний бизнес. Модернизация», посвященной улучшению инвестиционного имиджа России в Германии.

Глава региона обратил особое внимание на то, что немецкие партнеры первыми смогли оценить комфортность калужского инвестиционного климата. «Первые в России современные мультимодальные транспортно - логистические комплексы – грузовые деревни (Фрейт Вилладж) созданы в области в партнерстве с Ассоциацией грузовых деревень Германии. Первый международный рейс открытого в прошлом году аэропорта «Калуга» прибыл из Германии», - заметил Анатолий Артамонов. Он пригласил потенциальных инвесторов посетить Калужскую область и познакомиться с ее экономическими возможностями.

В этот же день в Торговом представительстве Российской Федерации в ФРГ глава региона провел ряд деловых встреч. По итогам переговоров с исполнительным директором деревоперерабатывающего холдинга «Кроношпан» доктором Вольфгангом Сейфертом подписано заявление о намерениях между Правительством Калужской области и компанией «Кроношпан ГмбХ». Стороны договорились о реализации инвестиционного проекта по строительству в Калужской области предприятия по производству древесноволокнистых плит.

На встрече с представителями другой немецкой компании обсуждались перспективы размещения на территории региона завода модульного домостроения [5].

- Итальянская Pirelli, производящая шины и покрышки, планирует увеличить инвестиции в России, несмотря на санкции. У компании уже есть заводы в России. Pirelli владеет 65 % в совместном предприятии с госкорпорацией "Ростех" — Pirelli Tyre Russia. Ему принадлежат "Воронежский шинный завод" и "Кировский шинный завод", который в конце 2011 года СП приобрело у "Сибура". В мае 2014 года глава "Роснефти" Игорь Сечин и Тронкетти Провера подписали пакет документов по созданию совместного производства синтетического каучука в Находке, а также открыть пункты розничных продаж продукции Pirelli в розничной сети "Роснефти". 11 июля 2014 года "Роснефть" закрыла сделку по покупке 50 % доли в капитале Pirelli & C. SpA. Продавцами выступили Intesa Sanpaolo, Unicredit и Clessidra. Стоимость сделки составила 552.7 млн евро. Оставшиеся 50 % акций холдинга принадлежат Nuove Partecipazioni, Intesa и UniCredit [12].

- Китайские инвестиции пришли в Калужскую область несколько лет назад. Крупнейшим проектом стало создание на территории индустриального парка «Грабцево», завода по производству автомобильного стекла китайской компании Fuyao Glass Industry Group. Объем инвестиций составил 300 миллионов евро. А в октябре 2015 года было

подписано соглашение о сотрудничестве между Китайской федерацией строительных материалов и Калужской областью о развитии взаимовыгодном торгово - экономическом сотрудничестве.

В этой связи также следует отметить участие Калужской области в международном логистическом проекте «Новый Шелковый путь», который проходит от порта Далянь на Жёлтом море через Манчжурию до Забайкальска и далее по Транссибирской магистрали до Freight Village «Ворсино» в Калужской области. Первый контейнерный поезд по этому пути был запущен 27 января, а в Ворсино он прибыл уже 5 февраля, пройдя более 7,5 тысяч километров за 9 дней и 5 часов. Маршрут не только сокращает время в пути в 3 раза, но и снижает стоимость доставки. Из Ворсино товары пойдут сразу в несколько логистических центров в Восточной Европе и на Балтике. Например, уже проведены переговоры с Люксембургом по подключению к этому проекту.

Также велика готовность и наших предприятий присоединиться к проекту. Так «Континентал» заинтересовала возможность поставок в Китай шин, а наши автопроизводители проявили интерес к организации поставок премиальных автомобилей. А сам «Самсунг» уже поделился планами по созданию новых линий производства плазменных панелей и холодильников, что стало возможным именно благодаря открытию короткого маршрута «Далянь — Калуга». По прогнозам более 70 % компаний, которые сейчас экспортируют товары из России в Китай морским путём, могут перейти на перевозку железной дорогой по «Новому Шёлковому пути» [5].

В целом в области предполагается увеличение объемов инвестиций в расширение производства, инфраструктурные проекты. Ожидается сохранение значительных объемов инвестиций в агропромышленный комплекс, в том числе в рамках государственной поддержки развития сельскохозяйственного производства.

Как уже отмечалось выше, Калужская область специализируется на молочном скотоводстве, птицеводстве, свиноводстве, мясном скотоводстве. Так, в общей структуре производства мяса 79 % приходится на мясо птицы. Наибольшего прогресса в развитии птицеводческого производства достигли ООО «Птицефабрика в Белоусово» Жуковского района, ОАО «Птицефабрика «Калужская» Дзержинского района, ООО «Самсон Ферма» Медынского района, которая специализируется на производстве яиц и мяса цесарок [8].

Быстрыми темпами растет мясное скотоводство, и чтобы стимулировать развитие мясного скотоводства в малом сельском бизнесе, в 2015 году из федерального бюджета на это направление Калужской области выделены субсидии в размере 13,15 миллионов рублей с перспективой увеличения численности специализированного мясного скота в регионе к 2018 году до 100 тыс. голов [10].

Также в последние годы в Калужской области успешно развивается производство свинины, где можно выделить следующих лидеров: «Экоферма Климовская» Боровского района, ООО «КФХ Харчевников» Ульяновского района, КФХ «Тоноян А.Э.» Бабынинского района. Завершается строительство свиноводческого комплекса на 12 тыс. голов свиней в ООО «Максимовский» Малоярославецкого района, осваивается свиноводческий комплекс в Дзержинском районе.

Также следует отметить, что в 2015 году российская группа компаний «Ниармедик Фарма» начала производство лекарственных препаратов, при этом объём инвестиций составляет более 4 млрд. рублей. В будущем завод должен обеспечить российский рынок

ключевыми препаратами, но пока в производство запущено только одно противовирусное средство [9].

Важность проекта в том, что процесс производства - от синтеза исходных веществ до готовых препаратов - проходит на одном предприятии и все продукты производства являются собственными разработками завода. Проектная занятость предполагает 185 человек, в планах производства «Ниармедик» значится увеличение численности квалифицированных кадров, что, безусловно, должно быть учтено при формировании государственного задания для подготовки кадров в данной производственной сфере. Обнинский завод «Ниармедик» уже начал производство тест - полосок ДНК, что особенно важно в условиях проводимой политики импортозамещения, поскольку именно в этой сфере сейчас 98 процентов импорта. Выход завода на полную мощность позволит заместить импорт в России.

По оценкам экспертов, при сохранении сегодняшних темпов Калужская область к 2020 году вполне сможет обеспечить производство 20 % лекарственных препаратов в стране [14].

По оценкам экспертов, во всех сферах экономики вложения в основной капитал будут осуществляться как за счет собственных средств, так и привлеченных источников, причем последние сохраняют ведущую роль.

Привлеченные источники, включающие кредиты банков, заемные средства других организаций, средства вышестоящих организаций, средства населения, привлекаемые на строительство жилья, и прочие (за исключением бюджетных средств), в общем объеме инвестиций составят в среднем 54 % (по итогам 2014 года было 52 %). Второй по величине составляющей инвестиций в основной капитал останутся года собственные средства организаций (35 %). Доля инвестиций из бюджетов всех уровней составит в среднем порядка 11 %.

Так, в 2016 году Правительство РФ выделит регионам 4,2 млрд. рублей на развитие промышленных парков и технопарков. При этом по линии минпромторга предусмотрены две меры поддержки регионам:

- субсидия управляющим компаниям на возмещение части затрат по обслуживанию кредитов на создание промышленных и технопарков, что даёт возможность привлечь банковское финансирование по эффективной ставке 5 % годовых на весь срок реализации проекта;

- возмещение регионам из федерального бюджета затрат на создание промышленной инфраструктуры парков за счёт возврата уплаченных резидентами налогов и таможенных пошлин.

24 февраля на заседании правительство должно было утвердить перечень из 15 проектов промышленных парков и технопарков, которым будет оказана такая поддержка. При этом самые крупные объёмы будут предоставлены Калужской области, Москве, Ульяновской области, Ставропольскому краю. Конкретные суммы поддержки будут указаны в постановлении Правительства РФ. Ожидается, что в рамках данных проектов к 2020 году будет создано свыше 8 тыс. га подготовленной площади парков и 50 тыс. рабочих мест. При этом объём налоговых поступлений в бюджеты всех уровней по этим паркам составит дополнительно около 67 млрд. рублей [2].

Государственная политика Правительства Калужской области по стимулированию инвестиционной деятельности будет реализовываться путем поддержания достигнутого уровня притока инвестиций в регион и расширения возможных предложений для инвесторов с учетом новых вызовов развития экономики. Увеличение поступления налогов в бюджет, в том числе за счет привлечения инвесторов на территорию области, создает необходимый финансовый ресурс для дальнейшего развития региона и увеличения социальных расходов.

Подводя итог, следует отметить, что все составляющие инвестиционной привлекательности Калужского региона находятся под контролем как органов власти, так и различных ответственных некоммерческих организаций, что позволило создать в регионе эффективный механизм привлечения инвестиционных проектов. Калужский регион является одним из самых успешных регионов страны в сфере привлечения инвестиционных ресурсов, поскольку региональные власти используют современный российский и зарубежный опыт повышения инвестиционной привлекательности региона. Так же в области создаются собственные механизмы повышения инвестиционной привлекательности Калужской области, в свете чего перспективы социально - экономического развития региона весьма благоприятны как в ближайшем, так и в отдаленном будущем.

Таким образом, создание благоприятного инвестиционного климата, поощрение атмосферы предпринимательской активности на территории Калужской области являются основой региональной политики, что подтвердилось победой нашей области в рейтинге субъектов Российской Федерации в номинации «Регионы с минимальными рисками инвестирования» («Эксперт РА»). Кроме того, Национальное рейтинговое агентство отметило, что Калужская область является общепризнанным «экономическим чудом» последнего десятилетия. И этот рейтинг необходимо поддерживать, обеспечивая экономический рост, занятость населения и высокий уровень социально - экономического развития общества.

Список использованной литературы:

1. Балынин И.В. К вопросу о развитии малого предпринимательства в сельском хозяйстве в Российской Федерации // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. №3. С. 186 - 191.
2. Калужская область получит миллионы на развитие технопарков (Электронный ресурс) – Режим доступа: <http://znamkaluga.ru/index.php/10156-kaluzhskaya-oblast-poluchit-milliony-na-razvitie-tekhnoparkov>
3. Лучина О.А., Сусякова О.Н. Общая характеристика и перспективные направления развития сельского хозяйства Калужской области // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики Материалы IV Международной научно - практической конференции (заочной). Главный редактор В.М. Юрьев, ответственный редактор А.А. Бурмистрова. 2015. С. 177 - 185.
4. Официальный сайт Агентства стратегических инициатив (Электронный ресурс) – Режим доступа - URL: <http://www.asi.ru/>
5. Официальный портал органов власти Калужской области (Электронный ресурс) – Режим доступа - URL: www.admoblkaluga.ru

6. Постановление Правительства Калужской области от 25 марта 2013 г. №150 «Об инвестиционной стратегии Калужской области до 2020 года» // СПС «КонсультантПлюс»
7. Сергиенко Н.С., Сусякова О.Н. Развитие системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Калужской области // Инновационное развитие - от Шумпетера до наших дней: экономика и образование. Сборник научных статей по материалам международной научно - практической конференции. 2015. С. 365 - 369.
8. Сусякова О.Н., Лучина О.А. Результаты и факторы развития агропромышленного комплекса Калужской области // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2015. № 4 - 1. С. 180 - 184.
9. Сусякова О.Н. Особенности развития фармацевтического кластера Калужской области // Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов Сборник научных трудов X Международной научно - практической конференции. Челябинск, 2015. С. 71 - 72.
10. Сусякова О.Н. Перспективы развития агропромышленного комплекса Калужской области // Островские чтения. 2015. №1. С.303 - 307
11. Сусякова О.Н. Перспективы развития инвестиционного потенциала Калужской области // Инновационное развитие - от Шумпетера до наших дней: экономика и образование. Сборник научных статей по материалам международной научно - практической конференции. 2015. С. 400 - 404.
12. Сусякова О.Н. Перспективы развития Калужской области в условиях финансового кризиса // Направления социально - экономического развития региональной экономики. Под редакцией А.А.Мигел, Е.А.Александрова. Калуга, 2015. С. 160 - 164.
13. Сусякова О.Н., Сергиенко Н.С. Инвестиционная политика Калужской области // Северный регион: наука, образование, культура. 2015. №1(31). С.62 - 65
14. Сусякова О.Н., Сергиенко Н.С. Фармацевтический кластер как одно из направлений развития Калужской области // Проблемы и перспективы социально - экономического развития регионов материалы Всероссийской научно - практической конференции: в 2 томах. Киров, 2015. С. 70 - 72.

© О.Н. Сусякова, Н.С. Сергиенко, 2016

УДК 33

Е.В. Сухова, д.м.н. профессор,
профессор кафедры «Экономика труда
и управление персоналом» ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
В.М. Сухов, д.м.н., профессор,
профессор кафедры клинической медицины
Самарского медицинского университета «Реавиз»

СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ И МЕДИЦИНСКИЕ ПАРАМЕТРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ОЦЕНКУ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ КАК СОСТАВЛЯЮЩУЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Ключевые слова. Человеческий капитал, здоровье человека, качество жизни, качество жизни при болезни, анкеты по изучению качества жизни, анкетирование больных бронхиальной астмой, зависимость качества жизни от социальных факторов, зависимость

качества жизни от медицинских параметров, возможности воздействия на социальные факторы для повышения качества жизни.

Аннотация. Здоровье и качество жизни являются составляющими человеческого капитала. Качество жизни больного человека отражает не состояния здоровья, а то, как человек переносит свое заболевание. Для оценки качества жизни разработаны специальные опросники. С помощью опросника госпиталя Святого Георгия было проведено изучение качества жизни 196 больных бронхиальной астмой города Самары. Анализ показал, что показатели качества жизни зависят не только от медицинских показателей, но и социальных факторов - наличия работы, детей, инвалидности, уровня образования. Воздействуя на данные факторы, можно повышать качество жизни больных людей.

Термин «человеческий капитал» был предложен в 1961 году Т.Шульцем [17]. Под «человеческим капиталом» понимается имеющийся у человека запас знаний, способностей, навыков, мотиваций, интеллект, здоровье, знания, качественный производительный труд и качество жизни [8]. Человеческий капитал включает интеллект, здоровье, знания, качественный производительный труд и качество жизни [2]. Он является интенсивным фактором экономического развития, развития общества и семьи. Инвестициями в человеческий капитал являются образование, накопление профессионального опыта, поиск информации, географическая мобильность, охрана здоровья [7]. Для того, чтобы получать больше дохода от своего человеческого капитала, необходимо с молодого возраста поддерживать здоровье.

Кроме того, эффективность вложений в человеческий капитал напрямую зависит от продолжительности жизни, которая связана со здоровьем [9].

Качество жизни также является составляющей человеческого капитала [13]. Впервые понятие «качество жизни» было предложено английским экономистом А.С. Pigou в книге «Экономическая теория благосостояния» [6]. Он рассматривал качество жизни как явление социально - экономического порядка, отражающее уровень жизни населения или определенных его слоев в масштабе отдельно взятого государства или сообщества государств. Качество жизни А.С. Pigou считал аналогичным понятию «уровень жизни» отдельного человека, социальной группы и общества в целом, поэтому видел прямую зависимость благосостояния (богатства) и степени социальной защищенности от качества жизни [11]. Это стимулировало исследования социального благополучия, например, показателей, касающихся качества работы, семейной жизни и отдыха [12]. На качество жизни влияют возраст, пол, религиозные убеждения, культурный уровень человека [10].

Таким образом, понятие «качество жизни» отражает состояния собственного благополучия людьми, качество жизни можно определить как степень комфортности человека как внутри себя, так и в рамках своего общества [5]. В НИИ пульмонологии МЗ РФ качество жизни определяют, как степень комфортности человека как соотношение к самому себе, так и в рамках своего общества [12].

Эта комфортность обусловлена удовлетворением ведущих потребностей, начиная от элементарных физиологических и до высших, духовных. Без первичной реализации самых простых потребностей человека невозможна реализация его духовных потребностей. Следовательно, любое хроническое заболевание, будучи хроническим стрессом, препятствует самоактуализации человека .

В последующем были предприняты попытки оценить некоторые составляющие качества жизни у больных и предложены методы нефизиологического исследования характеристик болезни. Медицинский диагноз не дает полной и объективной характеристики состояния больного. Остается неизученным вопрос о влиянии болезни на различные аспекты жизни, в первую очередь, на эмоциональную и социальную сферу, на степень дезадаптации больного человека в целом [15]. Вопрос о качестве жизни пациента стал особенно актуальным в связи с появлением больных, которые, несмотря на прогресс медицины, не могут быть излечены радикально. У этих людей должно быть, по меньшей мере, улучшено качество жизни.

В 1948 году была образована Всемирная Организация Здравоохранения, которая расширила определение здоровья. Здоровье подразумевает «физическое, душевное и социальное благополучие, а не просто отсутствие болезни».

Критерии качества жизни Всемирной организации здравоохранения следующие:

- 1) физические (сила, энергия, усталость, боль, дискомфорт, сон, отдых);
- 2) психологические (положительные эмоции, мышление, изучение, запоминание, концентрация, самооценка, внешний вид, негативные переживания);
- 3) уровень независимости (повседневная активность, работоспособность, зависимость от лекарств и лечения);
- 4) жизнь в обществе (личные взаимоотношения, общественная ценность субъекта, сексуальная активность);
- 5) окружающая среда (благополучие, безопасность, быт, обеспеченность, доступность и качество медицинского и социального обеспечения, доступность информации, возможность обучения и повышения квалификации, досуг, экологические показатели (загрязнители, шум, населенность, климат));
- 6) духовность (религия, личные убеждения) [5].

В настоящее время под качеством жизни, обусловленным состоянием здоровья, понимают интегральную характеристику физического, психологического и социального функционирования человека, основанную на его субъективном восприятии, то есть при оценке качества жизни учитываются психоэмоциональное состояние индивидуума, уровень его независимости и общественного положения, личные убеждения и многие другие аспекты, составляющие полноценную жизнь человека [3]. Таким образом, качество жизни при болезни - это показатель, интегрирующий большое число физических, психологических, эмоциональных и социальных характеристик больного человека, отражающих способность человека адаптироваться к проявлениям болезни. Качество жизни оценивает не тяжесть течения процесса, а то, как пациент переносит свое заболевание.

К нозологической сущности болезни человек добавляет свои склонности, образ жизни, собственный личный опыт, мировоззрение, морально - этические нормы, а также способы познания и преобразования картины мира [12].

Поэтому показатели качества жизни, оцененные самими пациентами и «сторонними наблюдателями» - родственниками и врачом, различались. Родственники и близкие давали гипертрофированную картину общей дезадаптации личности. Врачи, наоборот, отмечали более высокий уровень качества жизни у своих пациентов. Но только сам пациент может

оценить качество собственной жизни. Качество жизни - объективный показатель субъективности.

Поэтому очевидно, что для оценки качества жизни человека при болезни необходимо выявить его оценку различных значимых сторон жизни - физического самочувствия, психологической адаптации, выраженности стресса, зависимость от лекарственных препаратов и других. Для изучения качества жизни были разработаны различные опросники, подразумевающих сбор стандартных ответов на стандартные вопросы [14].

Современные опросники представляют собой тщательно выстроенные связи вопросов и ответов, составленных для подсчета по методу суммирования рейтингов.

К опросникам предъявляются строгие требования. Они должны быть:

- 1) универсальными (охватывать все параметры здоровья);
- 2) надежными (фиксировать индивидуальные уровни здоровья у разных респондентов);
- 3) чувствительными к клинически значимым изменениям состояния здоровья каждого респондента;
- 4) воспроизводимыми (тест = ретест);
- 5) простыми в использовании и краткими;
- 6) стандартизованными (предлагать единый вариант стандартных вопросов и ответов для всех групп респондентов);
- 7) оценочными (давать количественную оценку параметров здоровья) [1].

Существуют общие опросники, направленные на оценку здоровья населения в целом, и специальные - для конкретных заболеваний.

Преимущество общих опросников в том, что их валидность установлена для различных нозологий, это позволяет проводить сравнительную оценку влияния разнообразных медицинских программ на качество жизни как отдельных субъектов, так и всей популяции. Недостатком таких инструментов является неадекватная чувствительность к изменениям состояния здоровья в рамках отдельно взятого заболевания. Специальные опросники сфокусированы на конкретной нозологии и ее лечении. Они позволяют уловить изменения в качестве жизни пациентов, произошедшие за относительно короткий промежуток времени, обычно 2 - 4 недели. Специальные опросники применяются для оценки эффективности конкретного метода ведения данного заболевания, и именно их используют при клинических испытаниях фармакологических препаратов [12].

В России пока не существует национальных методик оценки качества жизни, поэтому вопрос адаптации к русскоязычным пациентам международных опросников актуален. Процесс культурной адаптации опросников сложен и предполагает тесное сотрудничество переводчиков, медицинских работников, психологов, и авторов оригиналов. По завершении перевода и перед началом применения инструмента определяют четыре параметра:

- 1) концептуальную эквивалентность - сходство значений терминов на разных языках;
- 2) операционную эквивалентность - сходство в «работе» параметра в различных версиях;
- 3) эквивалентность шкалы - сходство основных психометрических параметров инструмента;
- 4) метрическую эквивалентность - степень, в которой разные версии помещают индивида в одно и то же место на непрерывной шкале значений [12].

С 1995 года во Франции работает международная некоммерческая организация по изучению качества жизни - Институт MAPI. Одним из направлений его деятельности является координация работ по разработке опросников и их культурной адаптации к различным языковым и экономическим формациям [16].

В настоящее время русскоязычным пациентам могут быть предложены лишь некоторые опросники зарубежных авторов, прошедшие полный цикл культурной адаптации. К ним относится специальный опросник, позволяющий сравнивать качество жизни пациентов с хроническими обструктивными болезнями легких. Это «Респираторный опросник больницы «Святого Георгия»» (Saint George Respiratory Questionnaire hospital - SGRQ), разработанный в 1991 году [12].

Составляющими критериями его являются: «симптомы», «активность», «влияние болезни» и общий показатель. Он позволяет вычислить субъективную оценку степени выраженности заболевания, ограничения активности, степени психологических проблем и общего дистресса. В электронный вариант опросника авторами был введен специальный код. После правильного ввода ответов пациентов автоматически производится подсчет баллов по каждому блоку. Оценка каждого показателя производится по 100 - балльной шкале, чем выше балл, тем более негативное влияние оказывает болезнь на качество жизни респондента.

Для повышения качества жизни актуальным является не только оценка различных параметров качества жизни, но и факторов, влияющих на самооценку качества жизни [4].

Если нельзя напрямую улучшить некоторые показатели качества жизни больного человека, то можно воздействовать на факторы, определяющие оценку качества жизни и тем самым так же повышать качество жизни больного человека.

Как известно, бронхиальная астма является психосоматическим заболеванием. Влияние психологических и социальных факторов на возникновение и течение хронических заболеваний, в том числе хронических заболеваний легких, отметил в клинических лекциях великий русский клиницист С.П. Боткин (1832 - 1889). При изучении особенностей течения заболевания, С. П. Боткин особое внимание обращал на состояние нервной системы и психики, подчеркивал значимость функциональных связей органов и систем в целостном организме. Эти работы послужили предпосылкой для психосоматического направления медицины, изучающей влияние психических факторов на возникновение и течение соматических болезней. Под психосоматикой понимают изучение всего комплекса проблем, связанных с взаимным влиянием психики и физиологических механизмов жизнедеятельности организма человека. В дальнейшем свой вклад в развитие нового направления внес экзистенциализм, акцентирующий роль нарушений социального общения в генезе психосоматической патологии. Авторы, занимающиеся изучением влияния психических факторов на болезнь, пытаются установить связь между привычным способом разрешения конфликта и поведением в болезни, создать обучающие программы, корректирующие саморазрушающее поведение, прививающее навыки безконфликтного общения.

Нельзя забывать и о том, что система отношений в медико – социальной среде, в которой оказался больной, является для него новой.

Широкая распространенность бронхиальной астмы, особенно среди лиц трудоспособного возраста, повышенный риск смерти, не связанный с возрастом

заболевшего нарастающая инвалидизация больных в связи с утяжелением течения заболевания позволяют считать заболевание социальным страданием. Это подтверждается исследованиями многих страховых компаний [4]. Для изучения проблемы бронхиальной астмы необходимо изучение психологических и социальных характеристик заболевшего. Сведения о психо - эмоциональных расстройствах у больных бронхиальной астмой можно найти уже в первых работах, посвященных этой проблеме. По мнению исследователей, вначале развиваются обратимые невротические реакции, а затем - соматические, с повреждением внутренних органов, часто необратимым, и, наконец, - психоорганические [12]. Преходящие психические нарушения, не выходящие за пределы «нормы», сменяются стойким невротоподобным состоянием с различными личностными девиациями [7].

Выраженность эмоциональных расстройств при бронхиальной астме зависит от длительности течения и тяжести бронхиальной астмы [5].

Любое неспецифическое раздражение у больного БА может проявиться специфическим ответом в виде бронхоспазма [9].

В патогенетическую цепь заболевания тесно вплетаются психо - эмоциональные нарушения, вызывая хронизацию вентиляционных нарушений.

Опосредование патофизиологических механизмов бронхиальной астмы социальными факторами также было отмечено исследователями [3]. У больных БА нарушается социальная адаптация.

Привычный способ реакции в конфликтной ситуации путем соматизации этого ответа, закрепляясь, становится паттерном поведения.

При преодолении больным человеком препятствий различного характера, мешающих его самоактуализации, у него возникают защитные психологические реакции, приводящие его к социальной дезадаптации.

Целью проведенного исследования явилось выявление параметров, наиболее значимо влияющих на оценку качества жизни у мужчин и женщин с бронхиальной астмой средне - тяжелого и тяжелого течения.

Объект и методы исследования.

Исследования проводились на базе второго пульмонологического отделения ММУ ГБ № 4 города Самары, а также пульмонологического отделения областной клинической больницы им. М.И.Калинина. Было обследовано 196 больных бронхиальной астмой, средней степени тяжести и тяжелой, в возрасте от 23 до 64 лет, из них – 100 женщин и 96 мужчин. Выборка была тотальной. Обследование и лечение больных бронхиальной астмой было стандартным. Для самооценки качества жизни был использован опросник «Святого Георгия» (SGRQ). Полученные с помощью него показатели качества жизни были сгруппированы следующим образом.

- Субъективная оценка степени выраженности бронхиальной астмы.
- Субъективная оценка ограничения активности вследствие бронхиальной астмы.
- Субъективная оценка степени психологических проблем, вызванных бронхиальной астмой.
- Субъективная оценка степени общего дистресса вследствие бронхиальной астмы.

Затем полученные показатели были подвергнуты статистической обработке. Применялись следующие статистические методы:

1) расчет основных числовых статистических характеристик, а именно – средней арифметической, дисперсии, среднего квадратического отклонения;

- 2) расчет парного коэффициента корреляции Пирсона и проверка его статистической значимости (вычисление корреляции);
- 3) сравнение средних для количественных данных (с помощью парного Т - критерия Стьюдента и критерия ранговых сумм Вилкоксона);
- 4) сравнение долей и выявление взаимосвязи для качественных данных (анализ таблиц сопряженности).

Для изучения психологических особенностей больных бронхиальной астмой был использован тест СМИЛ - стандартизованный многофакторный метод исследования личности, адаптированный вариант теста MMPI.

Полученные результаты.

Мужчин с бронхиальной астмой средне - тяжелого течения было 49. Средний возраст составил $32,55 \pm 18,53$ года, средняя длительность заболевания $7,684 \pm 6,47$ лет. Женщин, страдающих бронхиальной астмой средней степени тяжести, было 57, их средний возраст составил $55,22 \pm 13,35$ лет, средняя длительность заболевания была $9,41 \pm 7,71$ лет. Мужчин, страдающих бронхиальной астмой тяжелого течения, было 40. Возраст был $56,95 \pm 13,76$ лет. Длительность заболевания составила $11,75 \pm 7,81$ лет. Женщин, страдающих бронхиальной астмой тяжелого течения, было 50. Возраст был $62,06 \pm 12,20$ лет, длительность заболевания составила $12,80 \pm 8,62$ лет. Социальный статус пациентов был одинаковым. Все больные находились на стационарном лечении. Анкетирование было проведено на третий – пятый день пребывания в стационаре.

У мужчин, страдающих бронхиальной астмой средней степени тяжести, субъективная оценка степени выраженности заболевания составила $61,64 \pm 7,32$ балла. Субъективная оценка ограничения активности вследствие бронхиальной астмы у них была $31,19 \pm 9,33$ балла. Субъективная оценка степени психологических проблем, вызванных бронхиальной астмой, была $30,98 \pm 5,89$ балла. Субъективная оценка степени общего дистресса вследствие бронхиальной астмы составила $36,14 \pm 4,75$ балла.

У женщин, страдающих бронхиальной астмой средней степени тяжести, субъективная оценка степени выраженности заболевания составила $57,10 \pm 8,15$ балла. Субъективная оценка ограничения активности вследствие бронхиальной астмы была $41,04 \pm 10,03$ балла. Субъективная оценка степени психологических проблем, вызванных бронхиальной астмой, была $34,16 \pm 16,94$ балла. Субъективная оценка степени общего дистресса вследствие бронхиальной астмы составила $40,05 \pm 6,12$ балла.

У мужчин, страдающих тяжелой бронхиальной астмой, субъективная оценка степени выраженности заболевания составила в среднем $54,78 \pm 7,46$ балла. Субъективная оценка ограничения активности вследствие бронхиальной астмы у них была $45,85 \pm 9,02$ балла. Субъективная оценка степени психологических проблем, вызванных бронхиальной астмой, была $37,00 \pm 6,71$ балла. Субъективная оценка степени общего дистресса вследствие бронхиальной астмы составила $42,63 \pm 4,91$ балла.

У женщин, страдающих тяжелой бронхиальной астмой, субъективная оценка степени выраженности заболевания составила в среднем $52,64 \pm 8,22$ балла. Субъективная оценка ограничения активности вследствие бронхиальной астмы была $51,81 \pm 11,13$ балла. Субъективная оценка степени психологических проблем, вызванных бронхиальной астмой, была $40,94 \pm 9,04$ балла. Субъективная оценка степени общего дистресса вследствие бронхиальной астмы составила $46,17 \pm 6,67$ балла.

Сравнение блоков опросника «Святого Георгия» приведено на диаграмме 1.

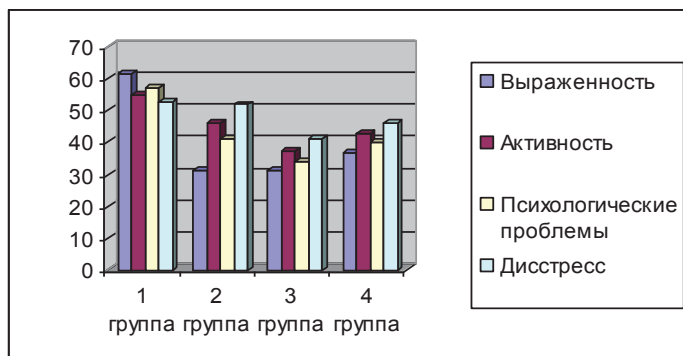


Диаграмма 1. Показатели качества у мужчин и женщин с бронхиальной астмой средне - тяжелого и тяжелого течения. Выраженность - субъективная оценка степени выраженности бронхиальной астмы, активность - субъективная оценка ограничения активности в связи с бронхиальной астмой, психологические проблемы - субъективная оценка степени психологических проблем в связи с бронхиальной астмой, дистресс - субъективная оценка степени общего дистресса вследствие заболевания.

1 - группа мужчины с бронхиальной астмой средней тяжести, 2 группа - женщины с бронхиальной астмой средней тяжести, 3 группа - мужчины с тяжелой бронхиальной астмой, 4 группа - женщины с тяжелой бронхиальной астмой.

Далее был проведен корреляционный анализ для выявления зависимости параметров качества от социальных характеристик, клинических, лабораторных, функциональных показателей. Он выявил наличие как прямой, так и обратной зависимости низкой, средней или высокой степени. Однако, высокая зависимость всех параметров качества жизни имеется лишь от некоторых показателей.

У мужчин, страдающих бронхиальной астмой средне - тяжелого течения, высокая зависимость всех параметров качества жизни выявлена от трех показателей. Коэффициент корреляции приведен в таблице 1.

Таблица 1
Коэффициент высокой корреляции параметров качества у мужчин с бронхиальной астмой средне - тяжелого течения

	субъектив - ная оценка степени выражен - ности заболевания	субъектив - ная оценка ограниче - ния актив - ности	субъектив - ная оценка выражен - ности психологи - ческих проблем	субъектив - ная оценка степени общего дистрес - са
инвалидность	- 0,69	0,78	0,59	0,67
возраст	0,67	- 0,82	- 0,70	- 0,78
наличие детей	- 0,59	0,71	0,60	0,67

Итак, у мужчин, страдающих бронхиальной астмой средне - тяжелого течения, выявлена высокая зависимость, как прямая, так и обратная, всех параметров качества жизни от возраста, наличия инвалидности и детей, т.е. от социальных характеристик.

У мужчин, страдающих бронхиальной астмой тяжелого течения, также была выявлена зависимость всех параметров качества жизни от некоторых показателей, они представлены в таблице 2.

Таблица 2

Коэффициент значимой корреляции параметров качества у мужчин
с бронхиальной астмой тяжелого течения

	субъектив - ная оценка степени выражен - ности заболевания	субъектив - ная оценка ограниче - ния актив - ности	субъектив - ная оценка выражен - ности психологи - ческих проблем	субъектив - ная оценка степени общего дистрес - са
высшее образование	0,53	- 0,62	- 0,44	- 0,54
ОФВ1 (объем форсированного выдоха в первую минуту)	0,61	- 0,62	- 0,40	- 0,49
ФЖЕЛ (форсированная жизненная емкость легких)	0,46	- 0,61	- 0,32	- 0,47

Итак, у мужчин, страдающих бронхиальной астмой тяжелого течения, выявлена значимая зависимость, как прямая, так и обратная, всех параметров качества жизни от образования и функциональных показателей легких.

У женщин, страдающих бронхиальной астмой средне - тяжелого течения, также была выявлена зависимость всех параметров качества жизни выявлена от некоторых показателей, представленных в таблице 3.

Таблица 3

Коэффициент значимой корреляции параметров качества у женщин
с бронхиальной астмой средне - тяжелого течения

	субъектив - ная оценка степени выражен - ности заболевания	субъектив - ная оценка ограниче - ния актив - ности	субъектив - ная оценка выражен - ности психологи - ческих проблем	субъектив - ная оценка степени общего дистрес - са
наличие работы	0,49	- 0,42	- 0,42	- 0,35

инвалидность	- 0,52	0,70	0,73	0,67
общее состояние	- 0,43	0,42	0,41	0,36

У женщин, страдающих бронхиальной астмой средне - тяжелого течения, значимая корреляция выявлена между параметрами качества жизни и наличием работы, инвалидности, общим состоянием.

У женщин, страдающих бронхиальной астмой тяжелого течения, также была выявлена значимая зависимость всех параметров качества жизни от показателей, представленных в таблице 4.

Таблица 4

Коэффициент значимой корреляции параметров качества у женщин
с бронхиальной астмой тяжелого течения

	субъектив - ная оценка степени выражен - ности заболевания	субъектив - ная оценка ограниче - ния актив - ности	субъектив - ная оценка выражен - ности психологи - ческих проблем	субъектив - ная оценка степени общего дистрес - са
возраст	0,61	- 0,51	- 0,37	- 0,40
лекарствен - ная перене - симось	0,43	- 0,52	- 0,54	- 0,56
выражен - ность дыхательной недостаточ - ности	- 0,45	0,59	0,56	0,63

Итак, у женщин, страдающих бронхиальной астмой тяжелого течения, значимая зависимость всех параметров качества жизни выявлена от следующих показателей: возраст, лекарственная переносимость, выраженность дыхательной недостаточности.

Таким образом, как показали результаты проведенного исследования, на качество жизни больных людей оказывают воздействие, помимо медицинских, также социальные факторы.

Анализ результатов тестирования больных бронхиальной астмой тестом СМИЛ позволил выявить психологические особенности мужчин и женщин, страдающих бронхиальной астмой. Приводим данные тестирования мужчин.

Группа мужчин, страдающих БА, была обследована с помощью методики СМЛЛ.

Процентное соотношение типов реагирования в психотравмирующей ситуации представлено в таблице 5. Анализ представленной таблицы показывает, что повышение профиля является общегрупповой тенденцией. 35,7 % респондентов группы имеют

«плавающий» тип профиля, а 64,3 % – «пограничный», что в сочетании с повышением по шкале F до 82,9 Т - баллов говорит о выраженной психологической дезадаптации и стрессе (при этом уровень двух других шкал достоверности L и К соответствует средним нормативам).

Таблица 5

Соотношение типов реагирования по СМИЛ среди мужчин с БА

Тип реагирования	Процент
Стенический (шкалы 4, 6, 9)	50 %
Смешанный	28,6 %
Гипостенический (шкалы 2, 7 и 0)	21,4 %

По типу реагирования половина группы (50 % мужчин) характеризуется как стеничные, стремящиеся к самореализации, экспансивные, активные, склонные в психотравмирующей ситуации давать агрессивные поведенческие реакции. Выявлена склонность к формированию делинквентных реакций, ад - дитивного поведения.

28,6 % мужчин имеют смешанный тип реагирования на психотравмирующую ситуацию, т.е. имеют выраженную predisposition к психосоматическим заболеваниям в виде сужения каналов поведенческого и «невротического» отреагирования, механизм телесного отреагирования остается единственным активным.

Гипостенический механизм реагирования на психотравму характерен для 21,4 % мужчин, им свойственны конформность, социальная податливость, мягкость, нормативность, отказ от самореализации. Они дезадаптированы по невротическому типу, склонны давать «стоп» реакции.

Оценки по трем оценочным и 10 основным клиническим шкалам представлены в таблице 6.

Таблица 6

Данные СМЛ по группе мужчин, страдающих бронхиальной астмой

	L	F	K	Hs	D	Hу	Pd	Mf	Pa	Pt	Sc	Ma	Si
М	44,9	82,9	49,3	52,1	72,4	63,3	73,6	78,9	66,4	67,4	76,9	70,2	53,1
Б	5,9	10,5	6,74	9,29	15,4	10,8	8,1	8,65	8,59	12,6	16,6	10,1	7,8
% BO	0	100	7,1	14,3	78,6	50,1	100	100	85,7	78,6	92,9	85,7	14,3
% CO	64,3	0	85,8	78,6	21,4	50	0	0	14,3	21,4	7,1	14,3	78,6
% HO	35,7	0	7,1	7,1	0	0	0	0	0	0	0	0	7,1

В таблице обозначены: М – среднее арифметическое по группе, Б - среднеквадратичное отклонение, % BO – количество респондентов с высокими оценками, % CO – количество

респондентов со средними оценками, % НО – количество респондентов с низкими оценками. Все оценки по отдельным шкалам в группе имеют характер нормального распределения и графически могут быть представлены в виде кривой Гаусса со смещением максимума вдоль горизонтальной оси в сторону повышения значения по данной шкале, кроме шкалы К, где мода совпадает с математическим ожиданием и шкалы L, где мода смещена в сторону уменьшения абсолютных значений.

Код усредненного профиля по Уэлшу у мужчин с БА следующий - 58429'763 - 01 / F'KL:

Мужчинам, страдающим бронхиальной астмой, свойственны дисгармония личности по типу актуализации разнонаправленных тенденций: женственность в поведении, мягкость, желание сгладить острые углы и стремление доминировать, активность, экспансивность, созерцательная позиция и активно деятельностный подход к действительности. Данный тип личности может быть отнесен к «нарциссическому». Им свойственна самовлюбленность, ориентированность на свою персону, склонность оценивать все через призму своего мнения как единственно правильного, эгоцентризм, нескритичность к собственным поступкам, тенденции самооправдания, эстетствующее резонерство, манерность, свойственная холодным индивидуалистам, питающим слабость лишь к тем, кто перед ними преклоняется.

Мужчины с БА чувствительны к диссонансу своего «Я» с окружающим миром, однако редко рассматривают свои действия как причину неудач. Они декомпенсированы в сфере межличностных отношений, не удовлетворены отношениями с противоположным полом и своей ролью в этих отношениях, склонны фиксироваться на неудачах. Избегание неудач – ведущий мотив достижения. В фрустрирующей ситуации они легко декомпенсируются, склонны к рефлексии и застреванию. Однако, несмотря на негативную оценку и субдепрессивную окраску ситуации, они никогда не стремятся проследить свою ответственность в этой ситуации, не склонны менять что-либо в себе, т.к. признание своей неправоты влечет разрушение нарциссического образа «Я». Они эмоционально незрелы, для них характерны подростковые эмоциональные реакции, экзальтированность, перепады настроения, спровоцированные внешними обстоятельствами. Физически и социально активны, однако их активность не всегда продуктивна из-за недостаточного уровня ответственности и мотивации по типу избегания неуспеха.

Мужчины, страдающие бронхиальной астмой, склонны к сомнениям, тревожному восприятию себя и всего того, что связано с оценкой их личности, хотят лидировать и занять высокое социальное положение, но больше мечтают об этом, чем реально действуют. Состояние нестабильное, переживаемое как эмоциональный дискомфорт, неуверенность в себе, неудовлетворенность.

Группа женщин, страдающих бронхиальной астмой, также, была обследована с помощью методики СМЛ. «Главающий» тип профиля встречается у 47,4 % женщин с БА. «Пограничный» – у 52,6 % . Оценочные шкалы L и K при этом находятся в рамках статистически допустимой нормы. Повышение по шкале F до 84,7 Т - балла в сочетании с общим повышением профиля может трактоваться как личностная декомпенсация, психологический стресс, выраженная напряженность, дезадаптация.

Процентное соотношение типов реагирования в психотравмирующей ситуации представлено в таблице 7.

Таблица 7

Соотношение типов реагирования по СМИЛ среди женщин с бронхиальной астмой

Тип реагирования	% %
Стенический (шкалы 4, 6, 9)	36,8 %
Смешанный	47,4 %
Гипостенический (шкалы 2, 7 и 0)	15,8 %

47,4 % респондентов имеют смешанный тип реагирования на психотравмирующие обстоятельства, данная подгруппа женщин предрасположена к соматизации стресса, т.к. с одной стороны, они стремятся к самореализации, личностной экспансии, активному заявлению собственной позиции, а с другой, при возникновении психотравмирующей ситуации они склонны сдерживать внешние проявления личностных реакций, давая тормозные реакции на стресс. Таким образом, два механизма компенсации – невротический и поведенческий – оказываются взаимно заблокированными. Стенический тип реагирования (шкалы 4,6,9) встречается в 36,8 % обследованных женщин. Для них характерна активная жизненная позиция, стремление проявить себя, добиться желаемого любой ценой., стремление занимать лидерские позиции, отстаивать свое мнение, склонность к внешнему проявлению агрессии.

Гипостенический вариант (шкалы 2,7,0) встречается у 15,8 % обследованных женщин. Им свойственно давать стоп - реакции на стресс, проявляя социальную податливость, сдержанность, уступчивость, стремление сглаживать конфликты.

Оценки по трем оценочным и 10 основным клиническим шкалам представлены в таблице 8.

Таблица 8

Данные СМЛ по группе женщин, страдающих бронхиальной астмой

	L	F	K	Hs	D	Hy	Pd	Mf	Pa	Pt	Sc	Ma	Si
М	48,7	84,7	48,5	69,9	75,4	66,6	71,2	72,8	69,7	67,3	71,1	64,5	57,5
Б	9,76	10,9	9,61	13,3	11	13,2	9,92	10,5	12,8	10,4	12,4	10,2	7,78
% ВО	10,5	100	10,5	84,2	94,7	78,9	94,7	89,5	68,4	78,9	78,9	63,2	52,6
% СО	73,7	0	84,2	15,8	5,3	15,8	5,3	10,5	31,6	21,1	21,1	36,8	47,4
% НО	15,8	0	5,3	0	0	5,3	0	0	0	0	0	0	0

Где М – среднее арифметическое по группе, Б – среднеквадратичное отклонение, отклонение, % ВО – количество респондентов с высокими оценками, % СО – количество респондентов со средними оценками, % НО – количество респондентов с низкими оценками.

Все оценки по отдельным шкалам в группе имеют характер нормального распределения и графически могут быть представлены в виде кривой Гаусса со смещением максимума

вдоль горизонтальной оси в сторону повышения значения по данной шкале, кроме шкалы К, где мода совпадает с математическим ожиданием и шкалы L, где мода смещена в сторону уменьшения абсолютных значений. Общегрупповой тенденций является повышение профиля. С учетом того, что 52,6 % испытуемых имеют «пограничный» тип профиля, а 47,4 % – «плавающий», а средние значения шкалы F равны 84,7 Т - баллов при значении шкал L и К 48,7 и 48,5 Т - баллов соответственно, можно говорить о декомпенсации личности обследуемых женщин и выраженном психологическом стрессе.

Усредненный профиль по Уэлшу может быть представлен в следующем виде: 2548'16739-0 / F'LK:.

Личность женщин, больных бронхиальной астмой, может быть охарактеризована следующим образом: пассивная личностная позиция преобладает над стремлением реализовать свои стремления, несмотря на то, что они имеют довольно высокие притязания на достижения и хотят иметь определенный социальный успех. Они хорошо осознают круг личностных проблем, не удовлетворены реальностью и пессимистически оценивают перспективы. Они склонны к раздумьям, инертны в принятии решений, глубоко переживают травмирующую ситуацию, способны на отказ от реализации сиюминутных потребностей ради отдаленных планов, скептически, неуверенны в себе, однако неуверенность может компенсироваться выражаемой вовне агрессией.

Для женщин, больных бронхиальной астмой, характерна маскулинизация характера. Им свойственны: мужественность, стремление к независимости, эмансипации, самостоятельности. В то же время, они далеко не всегда могут реализовать свои стремления к самостоятельности. Личностная дисгармония усиливается неудовлетворенностью в сфере сексуальных отношений. Претендуя на активную роль в отношениях и не прикладывая к их построению достаточных усилий, они постоянно остаются недовольными тем, что имеют. Аффилиативная потребность (потребность в понимании, признании и любви) ненасыщаема и одновременно самая фрустрируемая, что и определяет ведущую зону психотравмирующего воздействия. В контактах избирательны, с трудом создают близкие теплые отношения. Испытывая потребность в этих отношениях и, будучи ранимыми, они опасаются создавать их. Они склонны рационализировать свои неудачи, избегать повторения негативного опыта, что сильно ограничивает сферу их социальной активности.

И у мужчин, и у женщин, страдающих бронхиальной астмой, имеется экзистенциальный страх и ипохондрическая фиксация на физиологическом неблагополучии. Интеллектуальная активность и продуктивность снижены. Отмечен переход от социально одобряемого удовлетворения к физиологическому гедонизму. Выявлена неспособность к эмоциональному самовыражению. Эмоциональный контроль поведения нарушен, повышены импульсивность, снижено самообладание. Выявлены повышенная тревога за здоровье, внутренняя напряженность, мнительность, беспокойство, неуверенность, боязливость. Самооценка понижена. Отмечена неспособность стойко переносить боль и страдание, снижена выносливость физическая и к интеллектуальному труду. Выявлены конформизм и зависимость с одновременным отчуждением от социума. Имеет место некий эксгибиционизм и тенденция к аморальности, что можно интерпретировать как своеобразный копинг - механизм совладения с фрустрирующей ситуацией путем девиантного поведения. Отмечены эгоистичность побуждений, эгоцентризм, снижение эмпатийного потенциала, слабая заинтересованность нуждами

других людей. Настроение понижено. Личностная позиция пассивна. Отмечена тенденция к перекалыванию ответственности за лечение и исход на врача. Выявлена тенденция к самоизоляции, неспособность бескорыстно прийти на помощь другим, сосредоточенность на собственных проблемах, отсутствие созидательных стремлений. Отмечено снижение чувства общественного долга на фоне повышенного желания жить за счет обществ, нежелания участвовать в общественной жизни. Неспособность следовать своим убеждениям и принципам, неумение адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам, приобретать необходимые навыки. Характерна неуверенность в стабильности своего социального и материального положения, в своей социальной значимости, неуверенность в собственном социальном и материальном благополучии. Оценка перспектив пессимистична. Мужчины, страдающие бронхиальной астмой, в психотравмирующей ситуации склонны давать агрессивные поведенческие реакции.

У женщин, страдающих бронхиальной астмой, выявлены эмоциональная лабильность, разнонаправленность интересов, пассивная личностная позиция. Высокий уровень притязаний сочетается с высокой потребностью в признании. Эмоциональный контроль поведения нарушен, повышены импульсивность, снижено самообладание. Самооценка понижена. Отмечена общее снижение адаптации, и в частности, к заболеванию.

Они имеют высокие притязания на достижения и хотят иметь определенный социальный успех. Их неуверенность в себе может компенсироваться выражаемой вовне агрессией, в том числе и по отношению к медицинскому персоналу. У всех женщин с БА отмечено манипулирование симптоматикой для воздействия на окружающих. Коммуникативный эффект бронхоспазма проявляется в том, что он позволяет манипулировать социальным окружением, в какой – то мере снижая интенсивность стрессогенной ситуации. Имеется собственная, отличная от мнения других оценки происходящего, в том числе и своего заболевания. Позиция к врачу своеобразна.

Обсуждение результатов.

Наличие инвалидности у мужчин, страдающих бронхиальной астмой средне - тяжелого течения, как прямо, так и обратно влияет на оценку ими качества жизни. Так, при наличии инвалидности мужчины более низко оценивают собственную активность, считают, что у болезнь приносит им много психологических проблем и выраженный дистресс, хотя наличие инвалидности снижает оценку степени выраженности заболевания. Т.е. если мужчины не работают, то они меньше обращают внимание на проявления болезни, при этом психологические проблемы и дистресс их волнуют больше. Наличие инвалидности снижает качество их жизни и человеческий капитал. Поэтому продолжение работы имеет благотворный психологический эффект. У молодых мужчин, страдающих хроническим заболеванием, психологических проблем больше и дистресс выражен более сильно, по сравнению с мужчинами, имеющими аналогичные проявления болезни, но более старшего возраста. Чем моложе больной мужчина, тем субъективно ниже он оценивает качество собственной жизни. Наличие детей также влияет на оценку качества собственной жизни - наличие детей усугубляет дистресс в связи с болезнью и увеличивает психологические проблемы. Это понятно, ведь мужчина, даже больной, является главой семьи и несет ответственность за будущее своих детей. Поэтому для повышения стоимости индивидуального человеческого капитала мужчинам следует продолжать работать, особенно это касается мужчин молодого возраста.

Образование является составляющей человеческого капитала. Но оно же влияет на качество жизни больного человека. Чем выше образовательный ценз, тем меньше психологических проблем и дистресса, тем менее значимо ограничение физической активности, ведь человек с высшим образованием занимается умственным, а не физическим трудом. Поэтому получение высшего образования для мужчин имеет также положительный психологический смысл. Скоростные функциональные показатели легочной вентиляции также обуславливают оценку качества жизни. Чем хуже показатели, тем больше у мужчин психологических проблем и сильнее дистресс. Поэтому, для снижения дистресса и уменьшения психологических проблем мужчинам полезно заниматься теми видами спорта, которыми они могут (например, плавание, лыжи). Занятия спортом будут не только снижать психологические проблемы и дистресс, но и повышать качество жизни.

На женщин, страдающих бронхиальной астмой средней степени тяжести, наличие инвалидности оказывает такое же воздействие, как и на мужчин. При наличии инвалидности женщины считают, что у них психологических проблем больше и дистресс более выражен. Для повышения качества жизни и стоимости человеческого капитала женщинам нужно продолжать работать. Ведь, как показали полученные результаты, наличие работы, напротив, снижает психологические проблемы и дистресс у больных женщин, переключает внимание с сосредоточенности на симптомах болезни на рабочие дела и вопросы, имеет положительный психологический смысл. При этом самочувствие также влияет на оценку качества жизни, чем лучше самочувствие, тем выше качество жизни.

С возрастом женщины начинают не так остро реагировать на проявления своего заболевания, его наличие воспринимается менее ярко и болезненно. У молодых женщин в связи с болезнью психологических проблем больше и дистресс сильнее выражен, качество жизни ниже. Лекарственная непереносимость также снижает качество жизни больных женщин, как и выраженность дыхательной недостаточности. Для повышения качества жизни больным женщинам также целесообразно заниматься теми видами спорта, которые улучшают легочную вентиляцию и снижают одышку, и напротив, не заниматься игровыми видами спорта. Это будет способствовать повышению качества их жизни и индивидуального человеческого капитала.

Таким образом, результаты проведенного исследования показали, что качество жизни зависит не только от медицинских показателей, но также от социальных факторов. Воздействуя на них, можно улучшать качество жизни больных людей и повышать стоимость их индивидуального человеческого капитала.

Выводы.

1. Качество жизни больных людей определяется не только медицинскими показателями, но и социальными факторами. Целенаправленное воздействие на конкретные социальные факторы способно повысить качество жизни больных бронхиальной астмой.

2. Продолжение работы мужчинами и женщинами, страдающими бронхиальной астмой средней тяжести, повышает качество их жизни и стоимость человеческого капитала.

3. Наличие высшего образования у мужчин, страдающих тяжелой бронхиальной астмой, повышает качество их жизни и стоимость индивидуального человеческого капитала.

4. Занятие доступными для больных бронхиальной астмой видами спорта также способно повысить качество их жизни и стоимость человеческого капитала.

Библиографический список

1. Авдеев, С.Н. Применение шкал оценки тяжести в интенсивной терапии и пульмонологии. / С.Н. Авдеев, А.Г. Чучалин // Пульмонология. - 2001. - № 1. - С. 77 - 86.

2. Бреслав Л.Б., Лисовик Б.С., Ломова И.Е. Человеческий капитал. Организация и эффективность накопления в условиях формирования рынка труда. — СПб.: ПФП, 2002.

3. Вишневский А. Г. «Снижение смертности от управляемых причин» // доклад РЕЦЭП №14 "Приоритеты демографической и миграционной политики России" / Под ред. А.Г. Вишневого. М., РЕЦЭП 2007, с. 64 - 130.

4. Глобальная стратегия лечения и профилактики бронхиальной астмы. (Пересмотр 2011 г). Под ред А.С.Белевского. - М.:Российское респираторное общество, 2012 г. - 108 с., ил.

5. Доклад о состоянии здравоохранения в мире, 2002. Снижение риска, формирование здорового образа жизни). – Женева: ВОЗ. – 2002. – 248с.

6. Качество жизни пациентов с хронической обструктивной болезнью легких: можем ли мы ожидать большего? (Результаты национального исследования ИКАР - ХОБЛ). / А.Г. Чучалин [и др.] // Пульмонология. - 2006. - № 5. - С. 19 - 27.

7. Корчагин Ю.А. Человеческий капитал и процессы развития на макро - и микроуровнях. – Воронеж, 2010

8. Кендрик Дж. Совокупный капитал США и его функционирование. — М.: Прогресс, 1976

9. Мещерова, Н.Н. Качество жизни - важнейший интегральный показатель состояния здоровья. / Н.Н. Мещерова // Пульмонология и аллергология. - 2005. - № 2. - С. 37 - 39.

10. Сухова Е.В., Фридман И.Л. Взаимосвязь различных аспектов качества жизни больных бронхиальной астмой от социальных клинических лабораторных функциональных показателей. Пульмонология. - Москва - 2010, № 5.

11. Чучалин А.Г. Качество жизни больных хронической обструктивной болезнью легких в России: результаты многоцентрового популяционного исследования «ИКАР - ХОБЛ» / А.Г. Чучалин, А.С.Белевский, Б.А. Черняк и др.. // Пульмонология. - 2005. - №1. - С.93 - 103.

12. Ключков В.В. Человеческий капитал и его развитие. - М., 2008.

13. Хамитов, Р.Ф. Оценка качества жизни при хронической бронхолегочной патологии. / Р.Ф. Хамитов, Л.Ю. Пальмонова, В.Г. Новоженков // Рос. мед. вести. - 2004. - № 3. - С. 13 - 19.

14. Jones, P.W. Quality of life measurement; the value of standartizatoin [Text] / P.W. Jones // Eur. Respir. Rev. - 1997. - Vol. 7, № 42. - P. 46 - 49.

15. Life quality of patients with chronic obstructive pulmonary disease[Text] / A.J. McSweeny [et al.] // Arch. Inten. Med. - 1982. - Vol. 142. - P. 473 - 478.

16. Guell R., Casan P., Sangenis M. et al. Quality of life in patie with chronic respiratory disease: the Spanish version of the Chroj Respiratory Questionnaire // Eur. Respir. J.— 1998.— Vol.: P.55—60.

17. Shultz T. Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences. — N.Y., 1968, vol. 6.

© Е.В. Сухова, В.М. Сухов, 2016

УДК 351

Терзиев В.К.^{1,2} Стоянов Е.Н¹

¹Национальный военный университет им. Васила Левского,
Велико Тырново, Болгария

²Руссенский университет имени Ангела Кънчева,
Руссе, Болгария

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ - СИСТЕМЫ И РАЗВИТИЕ

Содержательное определение стратегии является предметом теории управления. В научной литературе существует множество определений сущности рассматриваемого понятия, причем большая часть из них похожи друг на друга. Определение понятия „стратегия” и его исследования играют ключевую роль в разъяснении рассматриваемого вопроса¹. Системное изучение экономической стратегии началось сравнительно недавно. Большинство корпоративных организаций, полученных в результате успешных слияний, отмечают значительное процветание, реализованное с помощью стратегий, основанных как на опыте и интуиции, так и на углубленном анализе. С усложнением экономической активности возможности для прогресса становятся зависимыми от внедрения стратегий, основанных на реалистичной интерпретации и объективности созданных рыночных позиций.

В современном экономическом смысле стратегия характеризуется как совокупность теорий, которые образуют определенную управленческую доктрину, с разработкой тактико - описательных планов по реализации². Разнообразие адекватных определений рассматриваемого понятия не затрудняет процесс совершенствования его содержания, а одновременно отслеживает эволюционное развитие идеи на основе, на которой оно сформировалось.

Сочетание в процессе ведения и реализации стратегии нескольких характеристик, таких как план действий, модель поведения, средства для достижения и удержания конкурентной позиции, доказывают не только содержательное, а и формальное совершенствование³. Акцент на процессе моделирования и реализации конкретной модели поведения и ввода коррекций в него с целью полной координации между потенциалом поведенческой модели и желаемым стратегическим результатом, доказывают необратимость процесса включения

¹ Daft R. L., Vanderbilt University, "Management", 6th edition, Thomson, US , 2005, p.543.

² Трифонова С., Стратегии развития электронных финансовых услуг в Б - и, УНСС Трудове / 05, стр.78.

³ Mintzberg, H., Strategy - Making in Three Modes , California MR, Winter, 1973, p.44 - 55.

Механизма обратной связи в стратегический процесс. Утверждение роли обратной связи в стратегическом процессе указывает пути возможностей для развития и совершенствования.

Анализируя процессы, характеризующие динамическую экономическую действительность, делая сопоставимость значимости теоретических разработок развития управленческой мысли, подчеркивая растущее влияние их практической применимости, можно считать, что каждая школа, и даже личность, связанная даже с одним мнением в области стратегической тематики переэкспонированная определенным оттенком интерпретирования, отражает новую другую точку зрения⁴. В качестве наиболее значимого вклада этой гильдии „стратегов” могут считаться школы Минцберга, а также важно отметить и мотивационное сокращение цикла реализации стратегий, внедрение и утверждение растущей роли стратегического контроля с обратной связью⁵.

В качестве метода корпоративного управления стратегия сначала появляется в области планирования организационной деятельности. В период 1970 - 1990г. стратегическое планирование утверждается как ведущее направление в теоретической управленческой теории в наиболее развитых экономически странах. В настоящее время стратегическое управление достаточно подробно характеризировано в методологической теории управления. Оно рассматривается как единство сформулированных управленческих решений и предпринятых действий в связи с определением и внедрением стратегий для достижения определенных организационных целей, организованное как процесс, посредством которого реализуется долгосрочное развитие. Определенная группа болгарских авторов связывает содержание корпоративного, стратегического менеджмента с неизбежным включением оперативного (ситуационного) управления, построенного на основе прикрепления организации к конкретной стратегии. Естественно, приоритетным является отношение стратегического управления к процессу разработки стратегических, соответственно, долгосрочных решений.

В качестве элементов стратегического управления определяются: конструирование видения, определение миссии, конкретизация целей, применение стратегий и оценка полученных результатов.

Концептуальное мнение об ожидаемой эволюции организации в связи с реализацией определяемых долгосрочных целей, представляет собой видение. С его помощью организационное руководство определяет сущность своей организации, намечает пути ее будущего развития, с учетом желанных экономических результатов организационной активности и деятельности. В связи с этим можно сказать, что менеджерское видение не идентично организационной цели, оно идет гораздо раньше и дальше, чем стратегия, причем задачей видения является то, чтобы показать направление и определить смысл организационного совершенствования. Кроме того, через видение фиксируется начало следующего этапа в организационном развитии, а именно переход от стабильности миссии и базисных ценностей к развитию стратегии.

В свою очередь, определяемая стратегия выражает способ исполнения формулируемых целей, соответственно, реализации ожидаемых результатов деятельности организации. На самом деле может быть воспринято, что это квинтэссенция процесса реализации видения и, следовательно, она взаимно дополняет стратегию. Определение видения не является

4 Ansoff, I., *Implanting Strategic Management*, Prentice / Hall I.; N.J.1984, p.35.

5 Mintzberg, H., *The Structure of Organizations*. Englewood Cliffs, NJ; Prentice - Hall, 1979, p.34 - 43.

гарантией полного доверия к нему, пока не будет поддержано стратегией, отражающей реализацию данного видения.

Миссия выражает основные приоритеты и ценности, определяющие организационные принципы развития и совершенствования. Интерпретируя понятие миссии, появляется определенное двусмыслие характера этого понятия - как экономическое, так и социальное. Миссия рассматривается как эквивалент предназначения экономической единицы, которая которое осуществляет ее узаконивание перед обществом. Высшее организационное руководство трансформирует видение в конкретные бизнес потребности и определенные цели.

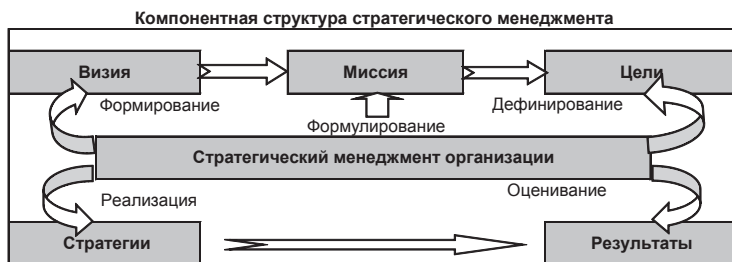


Рис.1.Трехкомпонентная структура стратегического управления

В любой момент организации работают путем целенаправленного осуществления своей деятельности, реализуя конкретную управленческую политику и стратегическую линию. Успешное организационное развитие является реальным результатом реализации планов, сформированных путем консолидации стратегического и оперативного управления. Но в процессе консолидации наблюдается один важный момент - значительный разрыв между плановыми значениями, заданными целями со стороны стратегического и оперативного управления планирования. Этот важный факт, с одной стороны, предопределяет определение и различие понятий “стратегическое планирование” и „стратегический контроль”⁷.

Идея развития концепции стратегического контроля формируется в конце 70 - х XX века⁸. В первоначальном виде она достаточно сильно является зависимой от тенденций в развитии стратегического менеджмента в этот период. Формальные и содержательные преобразования в стратегическом менеджменте и его реализации показывают и изменения в характеристиках его обособленной контрольной функции⁹. В связи с большой динамикой среды осуществления бизнеса, слишком часто необходимы радикальные изменения в развитии стратегии. Для их эффективности высший менеджерский состав может убедиться при их применении в реальных условиях. Именно в таких случаях роль стратегического контроля значительно расширяется и выходит за пределы стратегического планирования,

6 Durkheim E., “Education et sociologie”, Paris., 1966 / 4, p.230.

7 Гулд М., Кэмпбелл Э. “Стратегии и стили: роль центра в управлении корпорациями”, “Питер”, 1995, с.33.

8Lorange, Peter, Morton and Goshal, Strategic Control Systems. St.Paul Minn:West Publishing, 1986, p.44.

9 Минцберг Г. “Расширение границ стратегического контроля”, М., “Питер”, 1994, с.118 - 123.

причем определенные перспективы не всегда являются гарантией высокой эффективности этого типа спонтанных, экстремальных стратегий¹⁰.

С другой стороны, защита отношения стратегического управления с управленческим контролем, наблюдается очень важная его функция - проследить и специфически компенсировать разрыв, который получается между стратегическим и оперативным процессами планирования с точки зрения реализации организационных целей. Этот разрыв может быть экспонирован как явление с обособленной двоинственностью. С одной стороны, из - за зарегистрированной конфликтологичности¹¹ можно объяснить и рассмотреть интервал значений целей, с точки зрения управленческого контроля и его средств и стратегического контроля. Но с другой стороны, единство управленческого и стратегического контроля можно объяснить стратегической идеей, заложенной в совершенствовании наиболее существенных инструментов управленческого контроля, какими являются бюджеты и процесс их актуализации. На основе стратегической направленности и трансформации целей в объективную реальность демонстрируется „идейная преемственность”, компенсирующая этот разрыв. Именно, таким образом, подтверждается мнение, что стратегический контроль - это вид управленческого контроля, который направлен на мониторинг стратегического процесса и путем реализации стратегических решений в конкретные результаты достигаются определенные для организации стратегические цели¹².

В основе стратегического контроля заложена идея, определенная для концептуального толкования экономического понятия стратегии, а также и процесса ее реализации. Конкретизация стратегии и целей подразумевает, что процесс ее осуществления является относительно формальным и детерминантным по природе¹³. В этом смысле стратегию можно рассматривать как процесс, который включает в себя сочетание целей, структур и операций с условиями окружающей среды. Этот процесс протекает в условиях повышенной организационной активности. Именно отсюда вытекает необходимость проводить оценку и контролировать этот процесс, акцентируя внимание на стратегический контроль организации стратегического управления.

Но в этом направлении происходят существенные изменения. Стратегический менеджмент из рационального и четко определенного процесса превращается в „фрагментированную концепцию”, нуждающуюся в „объяснении”,¹⁴ для достижения стратегических целей¹⁵. Процесс разработки стратегии все более сложно может осуществляться в виде систематических и формальных процедур. Именно этот факт увеличивает концептуальную нагрузку на философскую сущность стратегического контроля - содействовать гибкому развитию организаций. Логически он включается как основной созидательный элемент рациональных стратегических моделей. Потенциальные проблемы, вызванные негибкими стратегиями и неадекватными моделями возникающих

10 Минцберг Г., „Школы стратегии”, М., „Питер”, 2001, с.71.

11 Goold J., Quinn J., The paradox of strategic controls. Strategic Management Journal, 1990, XI, p.50.

12 Bungay, S., Goold, M. Creating a strategic control system. 1991 Long Range Planning 42(3), p.32.

13 Mintzberg, H., Crafting strategy, 1987, Harvard Business Review, (VII - VIII), p.78 - 81.

14 Simons, R. Accounting control systems and business strategy: an empirical analysis. 1987 Accounting Organizations and Society; 12(4), p.49.

15 Kim, Y., Campbell, N Strategic control in Korean multi - national corporations; 1995 MIR, 35(1), p.95.

ситуаций, определяют необходимость согласования формальных и неформальных путей для эффективной реализации стратегического управления. Генезис идеи стратегического контроля показывает высокие темпы роста при его совершенствовании в содержательном плане. Каждый следующий образец или каждая модель стратегического контроля, содержащие в себе контроль, смещает свой центр значимости от рационального нормативного начала формообразования к эффективно действующим адекватным при реализации этого процесса.

Смысловой акцент в рассматриваемом процессе стратегического совершенствования ставится на системы стратегического контроля, с целью воплощать и развивать стратегические перспективы, а не полагаться только на четко сформулированную стратегию, потому что в ряде случаев на практике, стратегии в такой степени влияют на привычки организации и корпоративной культуры, что не позволяют самой организации принимать адекватные меры и реагировать на конкурентное давление¹⁶. В идеальном случае внедрение системы стратегического контроля обеспечивает реальные и прямые возможности для достижения долгосрочных целей, путем своевременного игнорирования проблемы информационного характера, как правило, сформированные с использованием традиционных, „точных и объективных“ бухгалтерских критериев для этой задачи¹⁷. Связь систем оценки деятельности и контроля со стратегией и долгосрочными целями, в большинстве случаев на практике, оказывает положительное влияние на устойчивое развитие организации¹⁸.

С конца 80 - х годов ряд ученых анализируют связь между высокой динамической бизнес - средой и стабильным развитием ряда корпоративных организаций, учитывая объективно ряд факторов, таких как барьеры¹⁹ и ограничения²⁰, до сих пор не указали четко сформулированных моделей, связанных с общей реализацией стратегического контроля. Идея реализации стратегического контроля приобретает конкретную завершенность при обособлении определенных моделей. Эволюция в модельной области проходит в несколько этапов. Ранние подходы к стратегическому контролю показывают дефицит теоретического обоснования²¹.

Первый независимый теоретический подход²² стратегического контроля связан с концом 80 - х годов XX века. Ключевые компоненты конструированной модели следующие: контроль предпосылок (мониторинг среды), контроль процесса применения и стратегического мониторинга (сканирование среды). Эта модель стратегического управления, известная как Модель трех шагов, будет уточняться и совершенствоваться,

16 Mintzberg, H., The Strategy Process, Prentice - Hall, Englewood Cliffs, 1993, p.17.

17 Reichmann T., Controlling mit Kennzahlen, 2.aufl. Munchen, 1990, p.31.

18 Bart, C.K., Baetz, M.C. The relationship between mission statements and firm performance: an exploratory study. Journal of Management Studies, 1998, 35 (VI), p.92 - 94.

19 Simons, R., Strategic orientation and top management attention to control systems. SMJournal, 1991, XII, p.49

20 Daniel, S.J., Reitsperger, W.D. Linking quality strategy with management control systems: empirical evidence from Japanese industry. Accounting Organizations and Society, 1991, XVI(7).

21 Horovitz, J., Strategic control: a new task for top management. Long Range Planning, 1979, XII(3), p.7.

22 Schreyogg, G., Steinmann, H. Strategic control: a new perspective. Academy of Management Review, 1987, XII(1), p.93.

путем добавления в его структуру и специального контроля готовности²³ для реализации выбранной стратегии.

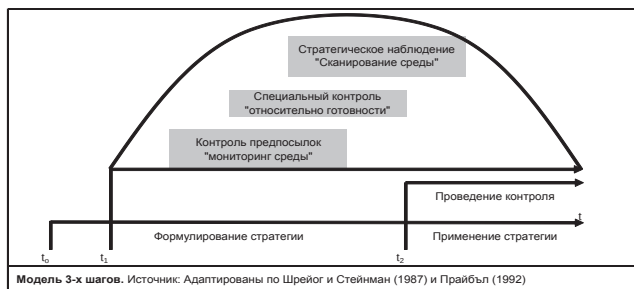


Рис.2. Модель трех шагов

Анализ компонентного содержания и процесса моделирования формируют представление о „косвенном влиянии” школы Ансоф при реализации стратегического контроля, причем основание этого вывода следует из связи между окружающей экономической средой и сформулированной стратегией.

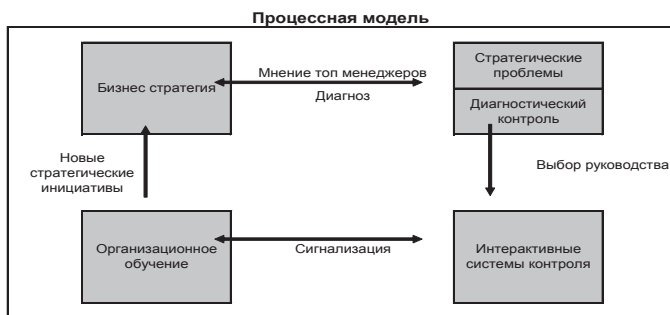
Следующий важный этап развития модельного совершенствования системы стратегического управления знаменует собой появление модели, ориентированной на бизнес - стратегию²⁴, под воздействием обособленной новой разновидности управленческого контроля, с начала 90 - х годов. Ключевым элементом в этой модели, известным как Процессная модель, является реализация мониторинга стратегических целей, в процессе их достижения и реализации. В содержании этой модели обособлены четыре элемента, но внимание с точки зрения развития стратегической альтернативы направлено на регистрацию систем для диагностического и косвенного контроля²⁵. Мотивом для создания этих систем является игнорирование стратегических проблем. Особенно важно отметить, что каждая диагностическая система может быть трансформирована в интерактивную систему при повышенном интересе со стороны высшего руководства. Этот ловкий механизм является выражением высокой адаптивности к зарегистрированным, стратегическим проблемам для утверждения организационного, стратегического позиционирования²⁶. Консолидация упомянутых форм системы стратегического управления и их связь с управленческим контролем являются ярким свидетельством растущей необходимости уделять более важное значение, с точки зрения системного контролю - управленческого механизма, на системы стратегического контроля.

²³ Preble, J.F. Towards a comprehensive framework of strategic control, .Journal of Management Studies, 1992, XXIX (4), p. 87.

²⁴ Simons, R. Levers of Control. Harvard Business School Press, Cambridge, MA, 1995, p.85.

²⁵ Simons R., Levers of Control: How Managers Use Innovative Control Systems to Drive Strategic Renewal, Boston: HBS Press, 1995, p.179.

²⁶ Simons, R., Performance Measurement and Control Systems for Implementing Strategy. PH: N.J. 2000, p.77



Источник: Simons, R. Strategic Orientation and top management attention to control systems, Strategic Management Journal, 1995, 12, p.51

Рис.3.Процессная модель

Внедрение в практику Модели стратегии, деятельности и стратегического контроля²⁷ определяет важный шаг в разработке концепции совершенствования стратегического контроля в конце 90 - х годов. Модель, известная как „Концептуальная” сконструирована из трех фундаментов: применяемая стратегия, внутренний и внешний мониторинг. Осуществление запланированной стратегии должно прослеживаться с помощью внутренних критериев и целей, с учетом факторов внешней экономической среды. На основании анализа зарегистрированных результатов мониторинга могут быть приняты поправки в переформулировке существующей стратегии, путем обогащения ее содержания.

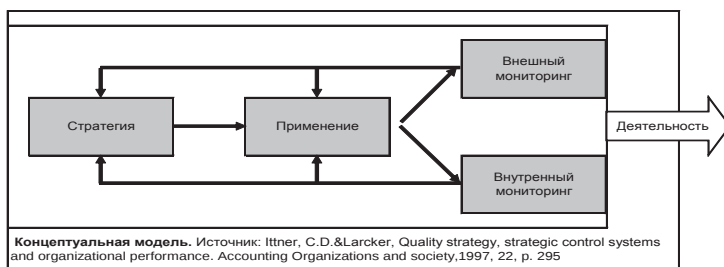


Рис.4.Концептуальная модель

Из сделанной ретроспекции определенных образцов модельной области, применяемых в стратегическом контроле, можно предположить, что, несмотря на различные точки зрения, не хватает полной, основной структуры, которая может полностью охватить и организовать различные свойства и элементы стратегического управления. В качестве основных причин такого вывода можно отметить зарегистрированные функциональные барьеры и содержательные ограничения при реализации рассмотренных моделей и процесса согласования различных видов контроля в этих моделях.

²⁷ Ittner C., Larcker, D., Quality strategy, strategic control systems , and organizational performance, Accounting Organizations and society, 1997, XXII (3 / 4), p. 293.

В практическом применении просмотренных моделей были указаны проблемы, решения которых находятся в прямой зависимости от преодоления препятствий. Проблемы могут быть структурированы в три группы²⁸ - стоимость систем контроля, критерии, формирующие системы контроля и поведенческие вопросы при реализации систем контроля. Первые ограничения связаны с расходами по созданию и развитию системы стратегического контроля, как совокупности инструментов и критериев эффективности²⁹. Потенциальная сложность стратегического контроля и его значение в процессе задания критериев, которые являются устойчивыми и широко применяемыми, являются вторым существенным препятствием. Необходим стратегический контроль, который обеспечивает и применяет своевременные и соответствующие коррективы при реализации стратегии в отношении риска и неопределенности, гибкости и универсальности. Третье препятствие связано с процессом разработки новой, стратегической, контрольной системы в условиях мотивационных, поведенческих и политических ограничений. Политическая и культурная адаптация любой системы стратегического контроля может быть конкретной причиной успеха применения.

В процессе развития и модельного совершенствования концепция стратегического контроля развивается при условии доминирующей роли обратного контроля³⁰. С этой позиции в конце 70 - х годов утверждается мнение, что стратегический контроль - это контроль в процессе плановой реализации стратегии, при максимальном приближении полученных и ожидаемых значений результатов, при строгом обратном контроле, на основе сформированных критериев в процессе внедрения выбранной стратегии, с учетом целенаправленной деятельности, которую данная стратегия должна осуществить³¹. Во всех трех моделях важное место занимает обратный контроль.

В Модели трех шагов, обратный контроль с названием “контроль применения” отвечает за наблюдение последствий деятельности, в то время как она влияет на стратегию и постоянно подвергается анализу и прилагаемой стратегии. Этот контроль оценивает существующую реальность установленной стратегии на основании информации, поставляемой обратным контролем. В модели критерии принимаются за стандарт, и при этом отождествляются с успехом, а отклонения независимо от величины и направления, как неуспех.

В Процессной модели диагностические контрольные системы по своей природе и содержанию представляют собой определенную форму обратного контроля. Диагностический контроль является ретроспективным контролем и предоставляет архивные данные о реализованной деятельности и ее связи с предварительно определенными стратегическими целями.

В Концептуальной модели существуют определенные формы обратного контроля такие, как применение стратегии и внутренний мониторинг. Именно на них был сделан

28 Durden C., The Development of a Strategic Control Framework and its Relationship with Management Accounting, Massey University, Palmerston North, New Zealand, 2001, p.13 - 17.

29 Стоянов Е., Системы за управленски контрол, Бургас, Либра скорп, 2009, стр.115.

30 Daft, R.L., MacIntosh, N.B. The nature and use of formal control systems for management control and strategy implementation. Journal of management, 1984, X(1), p.46.

31 Schendal, D.E., Hofer, C.W. Strategic Management. 1979, Little, Brown, Boston, p.97.

логический акцент из всей модели. Реализация обратного контроля является медленным процессом, потому что осуществляется в конце производственного процесса.

Этот факт определяет обязательный ввод непосредственного прямого контроля. Необходимость того, чтобы установленные стратегические планы и фокусированные цели были подвергнуты ревизии и чтобы деятельность была подвергнута наблюдению, является самой сутью непосредственного прямого контроля, который связан с конкретной целесообразностью и стратегической направленностью. Если изменения в среде являются слишком динамическими, то можно сказать, что трудно возможно оценить воздействие, основываясь на качество и направление отклонения, путем соотношения предварительных стратегических планов в отношении достигнутых и заданных значений, ограничиваясь использованием обратного контроля. Это может быть связано с тем, что объем обратной информации является намного большим, чем объем информации, необходимой для реформирования действующей стратегии. В связи с этим, определенные стратегические цели могут быть не актуальными, что, как правило, требует ревизии деятельности в связи с зарегистрированными проблемами при осуществлении стратегических целей. Этот аспект рассматривается как контроль предпосылок, стратегического наблюдения, специализированный контроль над организационной готовностью, интерактивный контроль или внешний мониторинг анализируемых трех моделей стратегического контроля.

В Модели трех шагов контроль предпосылок, стратегическое наблюдение и специальный контроль организационной готовности реализуют функции прямого контроля. Контроль предпосылок реализует часть прямого контроля на основе постоянного мониторинга среды, учитывая факторы типа прогнозов оценки инфляции, законодательных изменений и изменений в конкурентных средах. Стратегическое наблюдение является селективной деятельностью, связанной с постоянным сканированием среды, в виду реальной возможности обнаружения по возможности раньше рискованных событий, которые могут дестабилизировать состояние и стратегическую направленность.

Специальный контроль организационной готовности создан, чтобы справиться с неожиданными событиями, вероятность наступления которых является незначительной, но которые имеют огромный потенциал поставить под угрозу не только реализацию стратегии, но и существование всей организации. Релевантность этого вида контроля в структуре стратегического управления не конкретизирована по двум причинам:

Первая причина является следствием постоянно варьирующей степени нестабильности и риска в экономической среде, в которой действуют организации.

Вторая причина заключается в том, что на определенных этапах такой контроль может эффективно заменить целостную деятельность всех других видов стратегического контроля в связи с тем, что при экстремальных условиях стратегическая направленность может оказаться ошибочной и стратегия безвозвратно устаревшей³².

Интерактивный контроль Процессной модели имеет доказанную стратегическую целеустремленность и идейную связь с прямым, непосредственным контролем³³. Концептуальная модель деятельности, стратегии и стратегического контроля несмотря на

32 Bromwich, M. The case for strategic management accounting: the role of accounting information for strategy in competitive markets. *Accounting Organizations and Society*, 1990, XV, p.27.

33 Simons, R., Strategic orientation and top management attention to control systems. *SMJournal*, 1991, XII, p.51.

то, что включает в себя прямой контроль не сосредотачивается только на нем. Внешний мониторинг - это форма такого контроля, которая обеспечивает оценку состояния стратегических целей в контексте рыночной динамики (реакция конкурентов и клиентов). Важным компонентом, поясняющим совершенствование внешнего мониторинга является объективная оценка внешних условий и их влияния на организационную деятельность в целом, с целью обеспечения постоянной ревизии и актуализации существующей действующей стратегии.

Анализ сделанного ретроспективного обзора моделей стратегического контроля подтверждает тезис о потенциале, который он имеет для структурного и функционального совершенствования .

В более широком аспекте рассмотренные модели показывают определенное сходство в структурном отношении. Акцент сходства в формальном отношении движется в направлении сходства и дополнения по применению. Их анализ свидетельствует, что при каждой конкретной, стратегической ситуации контроль реализуется как индивидуальная, эклектичная форма между предварительным и обратным контролем.

В более конкретном и узком смысле, обратный контроль реализует и решает вопросы, связанные с применением стратегии и достижением ее целей. Второй вид контроля - предварительный, игнорирует проблемы, представляющие угрозу существованию разработанной предварительно стратегии.

Подробное уточнение двух ключевых элементов консолидирует концепцию стратегического контроля путем подробной конкретизации их природы и возможности дополнять реализацию процесса, как однородного и единого с точки зрения его целесообразности. Обзор обсуждаемых моделей, независимо, что показывает определенное сходство в формирующих их структуру компонентов, проявляет и существенные тенденции совершенствования стратегического контроля.

Механизм развития концепции стратегического управления совмещает приоритеты упомянутых моделей и увеличивает концептуальную нагрузку на растущую необходимость в стратегическом управлении в современной, бурной бизнес среде многозначным образом. В последних моделях применения стратегического контроля наблюдается идейное совершенствования и повышение функциональности.

Реализация все более гибких и обоснованных стратегий, отвечающих возможным угрозам и вызовам в глобальном экономическом мире, провоцируют идейное развитие системы стратегического контроля. Повышение адаптивности стратегии вызывает перемещение структурных слоев актуальных моделей стратегического управления. Акцент из обратного переходит к предварительному контролю. Независимо, что обратный контроль является основным компонентом, его эффективность все в большей степени формируется и определяется в процессе предварительного контроля, под влиянием экономической ситуации. Высокая нестабильность среды активизирует действие предварительного контроля. Его влияние оказывает воздействие как на стратегию и процесс ее применения, так и на эффективность обратного контроля. В процессе совершенствования предварительного контроля находит применение новый элемент - быстрый предварительный контроль, введенный с середины 90 - х годов. Высокая степень адаптации, в сочетании с точной привязанностью к динамике окружающей среды, приводят к необходимости быстрого контроля.

Утверждение его в общей системе контроля приводит к трем существенным последствиям.

Во - первых. Его постоянное действие и роль в отношении среда - стратегия доказывают конструирование динамической модели с высокой стратегической целеустремленностью.

Во - вторых. Быстрый, предварительный контроль обеспечивает единство при его взаимодействии с обратным контролем путем определения эффективности всего процесса стратегического управления.

В - третьих. Существует возможность пересмотреть через него проблему определения уровня нестабильности среды за определенный будущий период, таким образом, компенсировать созданный информационный дефицит для функций планирования и контроля, в процессе стратегического менеджмента.

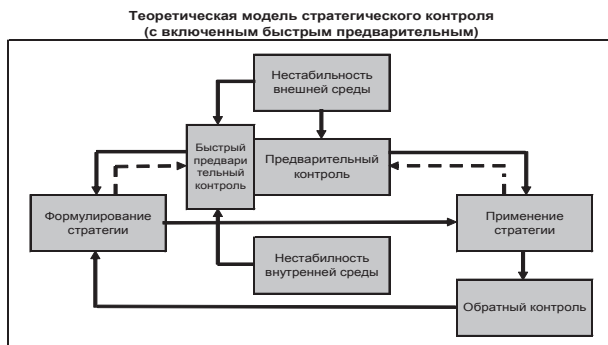


Рис.5. Теоретическая модель стратегического управления

Сегодня менеджеры всех отраслей экономики в глобальном масштабе, учитывая изменения в рейтинге по значимости факторов успеха, сталкиваются с двойной проблемой: как мобилизовать человеческий капитал и информационный ресурс, и как трансформировать свои организации в направлении новых стратегий, соответствующих высоким требованиям их требовательных клиентов. Организации, как правило, отвечают на этот вызов, формулируя новые стратегии и изменяют направление - путем декларирования новых миссий и концепций - к предоставлению увеличенной стоимости для своих клиентов и партнеров. Но серьезной проблемой, которая стоит перед ними, является неспособность реализовать новые стратегии³⁴.

Рассматриваемые модели показывают релевантность и полезность от применения стратегического контроля. При этом они являются основным доказательством объективно существующей неопределенности в отношении способов и формы его реализации³⁵. Очевидно, что низкие уровни эффективности, возможно, просто отражают тот факт, что практика отстает от теории и что существуют значительные неразрешенные проблемы в

34 Стоянов Е., Концептуално развитие и моделно усъвършенстване в стратегическия контрол, сп. Социология и икономика бр.5 / 2012, стр.34 - 52.

35 Zahra S. A., The changing rules of global competitiveness in the 21st century. Academy of Management Executive, 1999,(XIII), p.41 - 48.

связи со структурой стратегического контроля, какой является установленное отсутствие полной совместимости между различными компонентами системы стратегического контроля.

Реально если социальное программирование можно рассматривать в качестве одного из ключевых для развития общества механизмов для осуществления большей части осознанных социальных потребностей, то тогда может быть добавлена еще одна концепция к развитию этого процесса, а именно, концепция стратегического позиционирования. В этом контексте любая осуществляемая социальная политика может быть интерпретирована, как конкретно заявленное общественное намерение для развития, которое на базе своей перспективности и присущего потенциала, было реализовано или реализуется, вызывая необходимость совершенствования общества и среды в которой оно функционирует.

Как правило, „стратегическое позиционирование рассматривается как совокупность мер для диагностики существующих и потенциальных рынков организации и конкурентных возможностей предприятия на этих рынках”³⁶. Адаптация идеи стратегического позиционирования к происходящему процессу социального программирования могла бы подразумеваться, как разработка и применение стратегических матриц, способствующих проведению анализа и достижению максимально высокой эффективности социальной политики за счет достижения максимальной плотности при удовлетворении социальных потребностей конкретных групп бенефициаров. В качестве специфического результата анализа может быть воспринято повышение роли контроля адекватности социальных политик в развитии общества, интерпретируемого как специфический рынок или политико - экономическая среда, определяющая реализацию важных идей.

Само применение стратегического инструментария, проявляющегося в виде различных матриц, определяет возможность того, чтобы контроль оказывал влияние и на состояние и развитие среды, и реально, чтобы максимизировал процесс настоящей и будущей адаптации между обществом, интерпретируемым как окружающая среда, и социальными политиками, интерпретируемым, как организация и структурирование в реализации конкретной идеи.

Принципиально в структуре матрицы, воспринимаемой в качестве инструмента стратегического управления на базе критического анализа между ключевыми показателями среды и организации / программа создает возможность для выбора стратегии.

Эволюция концепции стратегического позиционирования протекает активно с середины 60 - х годов. В качестве ведущих образцов могут быть указаны матрица BCG³⁷, матрица GE / McKinsey³⁸, матрица Shell / DPM³⁹, матрица Ansoff⁴⁰, матрица Hofer / Schendel⁴¹, матрица Bain\$Company⁴² и др. Их разнообразие обусловлено ключевой проблемой, из - за

36 Симеонов О., М. Ламбовска, Системы за управленски контрол, Екс - прис, Г., 2011, стр.205.

37 17 моделей построения стратегии, ж - л Маркетолог, 5 / 2007 www.cfin.ru, 2007.

38 пак там, 2007.

39 Ефремов В., Классические модели стратегического анализа и планирования: модель Shell / DPM, www.cfin.ru, 2002.

40 Ансофф И., Стратегическое управление, / пер. С англ. / , М., 1989, с.89.

41 Ефремов В., Классические модели стратегического анализа и планирования: модель Hofer / Schendel, www.cfin.ru, 2002.

42 Koch R., Guide to Strategy, L., KPPress, 2000, p.242.

которые были созданы и в ряду этих проблем могут быть указаны: рост, конкурентоспособность, привлекательность на рынке, рентабельность, нестабильность и др..

В наши дни проблемы становятся все более разнородными, а также принимая во внимание растущую роль социального планирования в современном стратегическом позиционировании, можно сказать, что его задача состоит в конфигурировании такой ценностной цепочки, которая приведет к долгосрочной максимизации финансового и нематериального результата при существующих динамично меняющихся условиях⁴³.

Если необходимо сделать полный анализ развития идеи стратегического управления и содержания данного социально - значимого процесса, то необходимо правильно и естественно также прокомментировать последние тенденции и связанные с ними инновации.

Любым явлением и процессом можно управлять и контролировать, когда они представлены в содержательном и стоимостном аспекте и отвечают определенным стандартам и измерениям. В основе концепции Сбалансированных карт оценки лежит идея формирования инновационной системы для измерения организационной деятельности. В настоящее время все социально - экономические субъекты работают в экономической среде нового типа, основанной на знаниях, где необходимо управлять, практически, неизмеримыми деятельностями такими, как инновации и человеческий капитал. Сами субъекты, независимо от их статуса и структуры, понимают, что при новом типе экономики существуют новые явления, имеющие стоимость в виде знаний людей, новых технологий и программных продуктов, корпоративной культуры, поддержки инноваций.

Идея модели, бизнес должен рассматриваться с точки зрения „карты”, вызвала значительный интерес еще в 1992г.⁴⁴ Причина в том, что все больше и больше менеджеров обнаруживают, что им требуется нечто большее, чем массово применяемые краткосрочные доклады, опираясь на развитие способностей, которые будут необходимы для успешной организации и в будущем, хотя возможно, что эти изменения могут лишить их прибыли в текущем году и привести к росту расходов. Именно это является фундаментальной причиной тому, что компании нуждаются в сбалансированной карте. Эта потребность является еще более очевидной для тех организаций, целью которых не является прибыль, как публичные учреждения и некоммерческие структуры, и выделяются веские причины, согласно которым сбалансированная балльная схема вторгается штурмом в мир бизнеса и консалтинговых услуг:

Во - первых, это совсем своевременная идея. Устаревшие традиционные системы измерения, а также все больше усилий для существования в постоянно усложняющихся условиях, предоставляют большие возможностей для БКО.

Во - вторых, система БКО - очень хорошо сформулирована и презентирована очень внимательно ее создателями путем серии статей в Гарвардском бизнес - обзоре, а также и рядом ведущих консультантов.

⁴³ The IEBM Handbook of Management Thinking, ANPress, NY, 1998, p.639.

⁴⁴ KPMG реализует проект на тему "Измерение деятельности организации в будущем" в 1990г. разработаны как проектный продукт Сбалансированные карты. Руководитель проекта Д. Каплан, а консультант Д. Нортон, считаются создателями модели, известной как Сбалансированная карта оценки.

В - третьих, БКО выглядит простой, но содержит скрытую многослойность. Преимуществом этого является то, что все, кто ее читает, понимает ее. При более глубоком изучении этой концепции, однако, выясняется, что видимой простотой кроется огромный потенциал полифоничного идейного развития.

Предпосылки для внедрения управленческой модели Сбалансированной карты оценки результатов могут быть рассмотрены в нескольких аспектах:

1. Низкая эффективность и односторонняя направленность управленческого контроля в направлении финансов, а следовательно, деформация базы данных при создании стратегии.

2. Необходимость внедрения в практику полифункциональной модели, измеряющей эффективность, анализирующей отношения и регистрирующей тенденции и направления стратегического развития.

3. Сочетание финансовых и нефинансовых измерителей деятельности - их роль в реализации эффективного контроля на всех уровнях - от операционного до стратегического.

Раскрытие большого потенциала модели предполагает довольно широкое применение как на организационном, так и над организационном уровне. В этом смысле в центре внимания ставится стратегическая карта, которая может быть определена как совокупность ключевых перспектив, факторов успеха и показателей, а также связей и зависимостей между ними, которые в синтезированном и сбалансированном виде представляют стратегию организации, и в то же время, являются эффективным механизмом для контроля его разработки. Классическая модель стратегической карты имеет потенциал и возможность представить характеристики всех существенных факторов, от которых зависит организационный успех, причем одновременно с этим компенсировать дефицит в измерении, созданный приоритетным присутствием до этого момента финансовых измерителей⁴⁵.

Актуальная и эффективная модель управления и контроля БКО имеет определенные недостатки и проблемы, решение которых показывает путь к ее совершенствованию и обогащению в содержательном и функциональном аспекте. Возможно ли сформулировать и смоделировать стратегические цели организации, проконтролировать стратегическое развитие с участием всего личного состава и чтобы все это привело к успеху и стабильному развитию?

БКО - это современная модель управления и контроля, с помощью которой можно реализовать эту задачу. Вместе со Сбалансированной картой можно проводить гибкое и эффективное управление и стратегический контроль, используя не много, но подходящие показатели. В качестве отправной точки для осуществления эффективного управления и контроля служит сбалансированное сочетание различных по характеру необходимых показателей, отражающих деятельность организации и конструирование логической системы, какой является БКО, основанная на доказанной причинности.

Реализации этого процесса и его специфика являются сопутствующими конкретной проблематикой, анализ и решения которой являются альтернативой для совершенствования БКО, как модели реального контроля. „Каждый, кто знаком с жизнью организации знает, что существует множество контролирующих систем, которые воздействуют на ее

45 Симеонов О., М. Ламбовска, Системы управленческого контроля, Г., Эке - пресс, 2011, стр.235.

повседневную деятельность. Однако, отсутствует систематическое понимание, зачем и как используются эти системы в качестве средства для достижения определенных программ”⁴⁶. Организовывая свою систему управления на основе структуры БКО, менеджеры могут добиться своей главной цели - приведение стратегии в действие и контроль над этим процессом. Когда организации осуществляют решающий переход преобразования своего стратегического видения в реальную систему конкретных действий, тогда видят действительный подъем и приобретают реальную выгоду от разработки и применения БКО.

Результаты первоначально разработанной БКО всегда приводят к серии управленческих процессов, которые мобилизуют и переориентируют все усилия. Разработка первоначальной БКО достигается на основе систематических процессов, создающих консенсус и дающих ясность о том, как миссия и стратегия бизнес - единицы могут быть приведены в систему действующих целей и показателей. Проблемы, которые могут гарантировать реализацию измерения и контроля эффективности через БКО и ее применение в качестве актуального инструмента управления, связаны со спецификой самой рассматриваемой структуры, сферой (отраслью), в которой она реализуется и характеристиками потенциала человеческих ресурсов.

Исходя из накопленной информации по этим характеристикам оформляется проблемы на нескольких различных структурных уровнях: на уровне показателей, перспективы и организации (проекта, программы).

1. По вопросу моделирования содержания показателей формируется набор необходимых характеристик для каждого показателя⁴⁷, приближающегося к содержанию идеального для любой сбалансированной карты показателя:

а) минимальность - в создании каждой перспективы и сбалансированной карты было необходимо не большое количество показателей, а конкретные, которые охватывают поданную исходную информацию и могут гарантировать реализацию проекта. При большом количестве показателей расплывается информационная конкретика.

б) полезность прогнозирования и планирования - нефинансовые показатели лучше, чтобы предсказывали будущие финансовые результаты.

в) всеобъемлющий характер - идеальный показатель охватывает деятельность всей рассматриваемой организации и имеет применение на всех ее иерархических уровнях.

г) стабильность - насколько это возможно, показатели лучше, чтобы измениться постепенно, чтобы они могли отвечать долгосрочным целям и индигировать продолжительное совершенствование и развитие конкретной перспективы и сбалансированной карты, как процесс.

д) применимость к вознаграждениям и компенсациям - идеальный показатель стоит в основе системы стимулирования путем вознаграждений, получаемых персоналом за выполненную работу (на основе финансовых результатов или на базе финансовых результатов показателей с нефинансовым характером).

Осознавая опыт мировой практики с точки зрения применения модели в качестве инструмента управления и контроля могут быть приведены следующие проблемы,

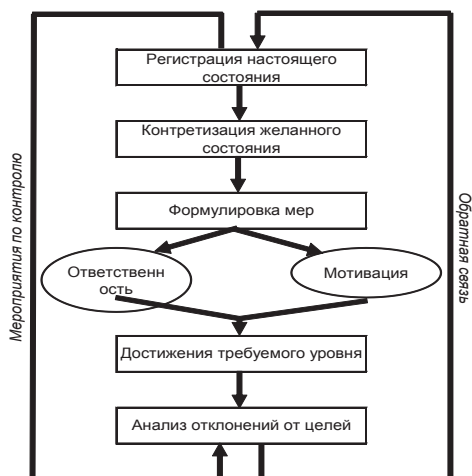
46 Robert Simons, “Levers of Control: How Managers Use Innovative Control Systems to Drive Strategic Renewal” (Boston: Harvard Business School Press, 1995): p.11;

47 Meyer M., Rethinking Performance Measurement, Beyond the BS, Pennsylvania, Wharton, 2002, p. 20.

связанные с формированием содержания наиболее часто используемых показателей перспективы, связанных с классической моделью Каплан и Нортон⁴⁸, а также и обособленные после них⁴⁹ в соответствии с конкретной деятельностью новые показатели для новых перспектив:

- а) Деформация исходных данных;
- б) Краткосрочный характер показателя (короткий жизненный цикл);
- в) Показатель без зарегистрированных тенденций, в контексте формулировки прогнозных и плановых стоимостей;
- г) Показатель, который не учитывает эффективность;
- д) Показатель с фиктивным характером;
- е), „Поведенческий” показатель (учитывает поведение и настроение коллектива, а не реальный рост параметров);
- ж), „Конкурентный” показатель (стимулирует конкуренцию в организации, без учета эффективности деятельности и проводит контроль).

Введение каждого показателя в процесс БКО связано с конкретной целесообразностью и системой действий, контролируемых делегированным, ответственной командой. Вместе с этим в содержание данного показателя включается и зависимость с системой стимулирования и вознаграждения, что формирует высокую ответственность и серьезную мотивацию. Именно на основе этой логики было возложено формирование контрольных мероприятий, отраженных на Рис.6 ниже.



Источник: H. Friedag, W. Schmidt, Balanced Scorecard, Mehr als ein Kennzahlensystem, Freiburg, 2002, p. 75

Рис.6. Функциональность и действия показателей

⁴⁸ Kaplan R., D. Norton, The BS: Translating Strategy into Action, 1996, HBC, p.60 - 72.

⁴⁹ M. Brown, Keeping Score, "Using The Right Metrics to Drive World - Class Performance", PP. NY 2003, p. 32.

При проведении постоянного мониторинга работы с БКО акцент ставится на регистрацию отклонений от принятых стандартов и заданных норм. Именно ранняя диагностика этих отклонений сигнализирует о появлении новых тенденций, генерирующих новые идеи для совершенствования значений данного показателя, а следовательно и перспектив и БКО. По тяжести отклонения в результате различной степени чувствительности могут быть классифицированы часть показателей, как опережающие и, соответственно, остальные как отстающие показатели (обобщающего, результативного характера). В частности, баланс между различными типами информации обеспечивает развитие БКО, как процесса.

2.С точки зрения перспектив и их промежуточной роли, как конструктивного элемента системы контроля в стратегической карте, можно сказать, что является важной функциональностью связей между составными показателями и взаимоотношения с другими перспективами. Функциональность связей между показателями в самой перспективе определяет место данной перспективы в процессе моделирования самой карты. Взаимосвязь между перспективами (основанная на важных корреляционных связях между показателями) формирует сбалансированный характер карты и открывает возможности для контроля эффективности. Иногда это слишком трудно из-за того, что специфические и уникальные по своему содержанию перспективы (окружающая среда, поставщики и др.) можно очень трудно проанализировать, как взаимозависимость, и согласовать из-за разнородного по своей сути характера их структурообразующих показателей.

3.Сбалансированные карты являются особенной формой контроля, осуществляемой путем проведения серии контрольных мероприятий. Эта индивидуальность и уникальность определяется двумя компонентами:

- уникальность каждой организации и ее стратегии;
- конкретные, специфические решения для проведения контроля конкретных инициатив и мероприятий.

Каждая организация определяет перспективы, условия и показатели в соответствии с этими характеристиками при вводе БКО, как инструмента контроля 50:

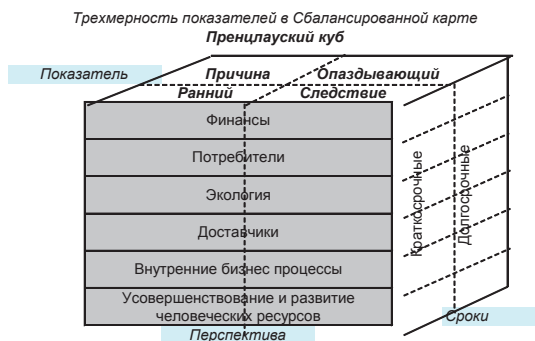
1.Перспективы - из-за возможности охвата различных точек зрения, проанализировать и фиксировать их вес относительно стратегических целей, причем в процессе анализа акцент делается на стратегические факторы успеха.

2.Сроки - из-за возможности выстроить стратегические действия в конкретную последовательность, путем своевременного расположения в реализации процесса стратегических факторов.

3.Показатели - из-за возможности индикации и охвата логических и временных взаимосвязей между стратегическими факторами, причем эти взаимосвязи одновременно реконструируют и подразумевают как комплекс зон особого внимания и контроля.

Решение этой трехмерной задачи (Рис.7) и достижение высокой эффективности реализуются через загрузку модели БКО с управленческими и контрольными функциями одновременно. С точки зрения существенного результата можно представить БКО, как инструмент с большим потенциалом, позволяющим проведение эффективного контроля с помощью подходящего комплекса показателей.

50 Friedtag H., W. Schmidt, Balanced Scorecard, Mehr als ein Kennzahlensystem, Freiburg, 2002, p. 106 - 108.



Источник: H. Friedag, W. Schmidt, Balanced Scorecard, Mehr als ein Kennzahlensystem, Freiburg, 2002, p. 45

Рис.7. Трехмерность показателей в сбалансированной карте

Существенным моментом в реализации контроля через БКО является и направление, в котором вводятся карты в деятельности любой организации. В соответствии с спецификой организации и особенностями данной отрасли БКО можно вводить как по всей организации, так и в конкретном организационном подразделении, а следовательно в отношении отдельного индивида, так и в обратном направлении.

В связи с этим, Рамперсад⁵¹ предлагает новое, различное параллельное внедрение Организационной сбалансированной системы контроля и Личной системы сбалансированных показателей, причем их согласованность и координация являются основной задачей, стоящей перед высшим менеджерским составом. С помощью выравнивания и сочетания целей и стимулов на индивидуальном уровне в этих организациях достигается максимальная результативность эффективного контроля.

Выбор способа и направления введения системы БКО для контроля зависит от логики деятельности организации и значимости проводимых инициатив и мероприятий. Здесь можно сказать, что создание и внедрение в практику БКО, как формы индивидуального контроля, имеет смысл в основном для ключевых отдельных позиций таких, как консультанты и торговые представители, на которых резонанс их деятельности оказывает существенное влияние на организационную эффективность и создание БКО является логически и финансово, реально, необходимо и обеспечено⁵².

Особую актуальность среди круга анализируемых проблем приобретает также и использование стратегических карт контроля при создании программных продуктов. Здесь модернизация может протекать в максимально адаптированных к конкретному продукту и его версии к индивидуальной специфике любой организации, проекте или программе.

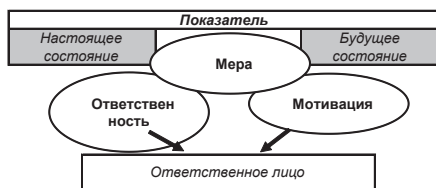
Как существенный недостаток программного ассортимента можно отметить игнорирование субъективного фактора при внедрении контроля и коррективов в деятельность, из - за того, что кроме заданных параметров любого индивидуального решения необходимо согласование управленческого чутья и субъективизма.

⁵¹ Рамперсад Х., Универсальная система показателей деятельности / пер. с англ. / М., АББ, 2005, стр.352.

⁵² Olve, Roy, Wetter, Performance Drivers, A practical Guide to Using the balanced Scorecard, Wiley&Sons, Ltd., 2003, New York, p.131 - 138.

Другим важным моментом, связанным с функционированием карты, в качестве инструмента управления, является возможность, кроме настоящего продолжать и пересмотреть контрольные инициативы и мероприятия с потенциалом коригирования и в будущем развитии рассматриваемой организации. В основу успеха здесь заложено перерассмотрение будущего, используя конкретные цифры, или путем задания реально достижимых значений для каждого показателя.

Моделирование и контроль запланированного содержания стратегической карты связано с конкретными факторами и их структурированием в определенную факторную систему. Сочетание различных по характеру и жизнеспособности показателей.



Источник: H. Friedag, W. Schmidt, *Balanced Scorecard, Mehr als ein Kennzahlensystem*, Freiburg, 2002, p. 73

Рис.8.Факторы, определяющие жизнеспособность показателя

Нагрузка на модель БКО с контролем стратегического развития каждой организации является особенно важным и существенным моментом. На практике его реализация значительно зависит от состояния определенных факторов, и часть проблем стратегического управления связаны с ними⁵³:

Барьер конкретики - стратегические цели должны быть достигаемыми, а пути для их реализации - проходимыми, т.е. каждая деталь стратегического процесса и его контроль должны быть привязаны к конкретному выражению.

Инструментальный барьер - массовой практикой является система отчетности в большинстве организаций связана с квартальными отчетами (не больше годовых). Нет обязательств и отчетности результатов по стратегическим периодам (3 - 10 лет). Именно по этой причине отсутствуют стратегические успехи.

Коммуникационный барьер - очень важный фактор для контроля - отсутствие связи между всеми ответственными лицами приводит к деформации содержания и формы инициатив и мероприятий по контролю, а следовательно и результатов.

Барьер обязательств - организациям, осуществляющим контроль через БКО известно, что стратегические цели будут реализованы, когда в этот процесс будут включены и персональные стратегические цели, связанные и оцененные в системе для вознаграждений и премий. Постигание стратегических целей является маловероятным, если результаты деятельности оцениваются с учета только и исключительно от реализации оперативных целей.

Операционный барьер - даже если организации имеют стратегический план реализации, их связи с операционными бюджетами и краткосрочными инвестиционными программами

⁵³ Botta V., *Balanced Controlling* // IS - Report 3 / 2001.S. 16 - 22.

являются достаточно редким явлением. Разработка бюджетов должна быть обдумана, как часть процесса стратегического планирования.

Критическое накопление разнообразных по характеру проблем, формирует определенное направление развития в области контрольных стратегических карт, как контролировать несогласованность между разработанными ключевыми показателями эффективности деятельности и системы мотивации достижений, результата самой эффективности. Рассматриваемый широкий диапазон современных инструментов для измерения эффективности от классических финансовых показателей до новых концепций экономически обоснованной добавленной стоимости (EVA), и Сбалансированной карты, оказалась, что стоит дилемма влияния на процессы и продукты, влияющие на саму эффективность, а также и влияние мотивационной системы для достижения конкретных, необходимых для организации, результатов. „Как их согласовать и контролировать?“

В основе обсуждаемых и дискуссионных проблем и необходимых контрольных действий формируется мнение, что нужен еще более новый по содержанию инструмент для эффективного контроля, который необходимо сочетать с возникшими необходимыми решениями - контроль эффективности на всех организационных уровнях, бизнес - процессов, отдельных видов предлагаемых продуктов и услуг, в частности, при этом изменять показатели, связывая их с правильной мотивацией и достигнутыми результатами. Другими словами, разработать новые по содержанию показатели и связанные с ними формы контроля, создать сбалансированную систему, которая будет контролировать мотивационный процесс по достижению целей.

После широкого обсуждения, ряда симпозиумов, по вопросу будущего развития в модельной области Майер⁵⁴ предложил усложнить и нагрузить содержание сбалансированной карты путем введения новой методики эффективного контроля ABPA (Activity - based profitability analysis) и процессно - организованного анализа рентабельности. Предложение для этой трансформации основывается на том, что ABPA моделирована на основе сбалансированных карт (нефинансовые показатели определяют финансовые результаты), и определения затрат в разрез бизнес - процессам (методика процессно - ориентированного отчета по расходам ABC), причем эта форма, созданная Мейером, использует приоритеты упомянутых методов и игнорирует их недостатки. Рациональное совершенствование БКО и утверждение на практике ABPA дают реальное основание полагать, что периметр и эффективности контроля регистрирует серьезные результаты и их потенциал становится все более значимым. В этом контексте, реально можно считать, что и на уровне мега - проектов и на уровне социального программирования можно ожидать хорошие результаты эффективного контроля.

Реально, для методологии сбалансированной карты и, в частности, ее стратегической разновидности, можно привести еще довольно существенные факты. Если посмотреть объективно, концептуальное совершенствование определено практически обоснованным модельным развитием.

Критический анализ и модели, и вытекающие из его применения проблемы, создают основание рассуждать и по другим аспектам. Широкий периметр возможностей основан на концептуальной консолидации с идеей развития управленческого контроля и его систем.

54 Meyer M., Rethinking Performance Measurement, Beyond the BS, Pennsylvania, Wharton, 2002, p. 27.

Одной из серьезных тенденций связанных с фактом, что до конца 90 - х годов XX - го века стратегический процесс принципиально связан в первую очередь с инвестиционным или стратегическим планированием. В нем заложены три возможных сценария развития. В каждом из них составляется оценка критериев эффективности и в соответствии с принципом целесообразности распределяется капитал.

Самый большой недостаток всего этого механизма заключается в его „проектности”, т.е. в процессе планирования накладываются ограничения на объем работ, результаты и срок отчетного периода, игнорируя идейное или организационное развитие. Не случайным является тот факт, что все чаще реализация каждой конкретной программы основывается на проекте или портфеле проектов. Но все - таки, если на этот так называемый условный „недостаток” смотреть с другой стороны, то могут быть найдены и положительные эффекты.

Первый эффект связан с еще одним применением модели сбалансированной карты, а именно с созданием условий в течение всего процесса социального программирования, политики чтобы работали в контролируемом балансе и по этому случаю, следить и управлять логическим и временным характером и значимостью взаимосвязей между ними.

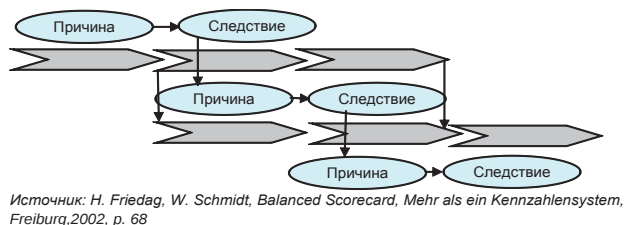


Рис.9.Согласование логических связей

По второму эффекту, связанному с оценкой, можно сказать, что в качестве приложения к социально - программной деятельности, рассматривается и, как подобная проектной, деятельная модель, направленная на оценку как целостного жизненного цикла отдельных программ, так и комплекса программ т.е. на это специфическое портфолио.

Хорошие практики дают информацию о том, что при проектно - ориентированной функциональности сбалансированная карта может содержать четыре перспективы - финансовую, бенефициаров, внутренне - программных процессов и инноваций, и развития.

По случаю этого приложения, т.е. оценки портфеля программ проектно - ориентированной организации, в качестве которой может быть и государство, доказывается, что:

- 1.Программа со своими проектами (портфелями) повышает стоимость результатов, проводимых социальных политик государства.
- 2.Портфель приносит выгоды государству.
- 3.Портфель предполагает уточнение ряда социальных мероприятий.
- 4.Создаются модели лучших практик управления процессом социального программирования и связанными с ним политиками, программами и проектами.

Цели сбалансированной карты оценки социальных программ сводятся к:

- 1)обеспечению ситуации, при которой показатели олицетворяют ключевые ценности и практики государства, воспринимаемой как проектно - ориентированная организация.
- 2)разработка надежных индикаторов деятельности для оценки успеха политик, программ и проектов во время общего их жизненного цикла.



Рис.10. Структура сбалансированной карты оценки программы

Как правило, проект содержания программного портфеля оценивается с точки зрения целей на определенное время или в рамках указанного бюджета (финансовой программы). Большинство из показателей являются качественными, а не количественными, что провоцирует трудное создание общей оценки результативности организации. Для решения этой проблемы прибегают к методам, с унифицированными измерителями такими, как Ликертова шкала.

Из написанного о применении стратегических карт, применяемых в качестве метода оценки, можно сказать, что они предназначены для:

- 1.Создания оценки степени, в которой отдельные проекты отвечают конкретной программе и общему стратегическому видению государства.
- 2.Формирования оценки уровня полезности отдельных проектов в программном портфеле, а следовательно и для общества.
- 3.Проведения тщательной оценки проектов с точки зрения их вклада, как в части общих результатов, способствующих удовлетворению социальных ожиданий и предполагаемых общественных интересов.
- 4.Осуществления оценки качества и компетентности в управлении отдельными проектами и социально - программным портфелем и инициирования альтернатив для его совершенствования.

5. На основе тщательного анализа уточнить стратегическое позиционирование максимально удачным образом для экономического состояния и текущих условий позиций определенной социальной политики и включенных в нее программ и проектов.

В качестве третьего эффекта можно рассматривать связанный с проявляющейся „проектностью” и инновационным проектным мышлением специфический контроль, определяемый как „проектный” контроль.

Развитие социального программирования, представляющие его социальные программы и связанные с ними проекты, создают условия, интерпретируемые как социально - интеллектуальная среда, которая провоцирует новое переосмысление и совершенствование проектного контроля. Для того, чтобы создать полное представление о нем, необходимо рассмотреть идейные источники, инициирующие его обособление и деятельность, содержание которой его представляет⁵⁵. Принятая в качестве формального эпицентра активности конкретная программа или проектная реализация, условно - контроль, по форме проявления, может рассматриваться как внешний и внутренний. Объективной причиной этой относительной дифференциации является характерное для социального программирования, его политик и конкретной проектной деятельности участие большего количества заинтересованных сторон, а отсюда и формирование сложной структуры субъектной стороны этого контроля.

Независимо от упомянутой существенной особенности принимается тезис, что при реализации проектов контрольная деятельность не связана с двумя взаимодействующими между собой системами, соответственно, для внешнего и внутреннего контроля⁵⁶.

Внешний контроль имеет приоритетную социально - административную направленность. В соответствии с жизненным циклом политики (программы или проекта) проявляются три основные формы контроля, причем их содержание целесообразно трансформировано.

Предварительный тип отвечает за формальности проведения конкурсных мероприятий по выбору подрядчика и процедуры заказа проекта, что придает ему, безусловно, административный характер.

При втором - протекающем формально ревизируются проводимые деятельности и способы проведения проектных процедур.

Третий тип - заключительный контроль, экспонирует социальную значимость контроля на основании достигнутых результатов при реализации проектных целей.

Объективно для внешнего контроля можно утверждать, что трудно можно определить, что является ведущим началом контроля, как критическое отношение или аудит, как возможность выражения независимого мнения.

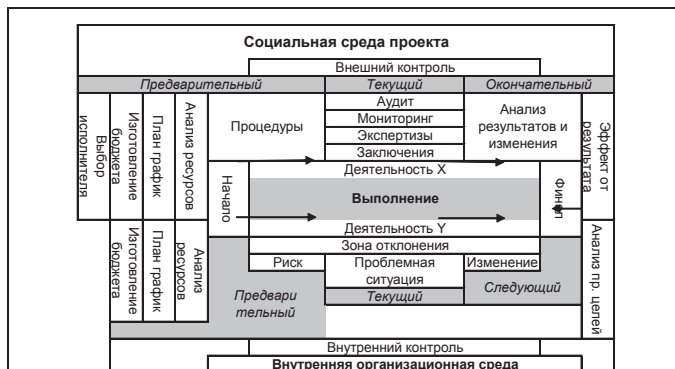
Но тем не менее, для повышения эффективности в процессе управления программой и ее проектом, решающая роль определена внутреннему контролю. Хотя функционирует относительно согласованно с внешним контролем, основное внимание в контрольной деятельности уделяется внутреннему контролю.

Понятие „внутренний контроль” можно определить как совокупность деятельностей, непосредственно связанных с информацией об объекте контроля. Этот тип контроля

⁵⁵ Стоянов Е., Контроль и проблемы при реализиранието на проекти, Бургас, 2008, Годишник на БСУ, стр.272.

⁵⁶ Стоянов Е., Системи за управленски контрол, Бургас, Либра скорп, 2009, стр.91.

используют все менеджеры в пределах своих прямых обязанностей. В этом смысле внутренний контроль в области социально - программного и проектного управления может быть определен как непрерывный процесс, включающий накопление и анализ информации в ходе всего программного (проектного) периода, с целью принятия управленческих решений, сосредоточенных на успешной реализации поставленных целей. Учитывая эту формулировку, можно сделать вывод, что внутренний контроль - это сложный и динамический процесс⁵⁷.



В самых общих штрихах формирование объективной оценки проектного управления является деликатной задачей. Трудности происходят от динамики и неопределенности среды, состояния программы и взаимозависимостей между состоянием проекта, зарегистрированными отклонениями и вытекающими из этого последствиями. Более значительные из них инициируют принятие решений о радикальных изменениях, проведенных путем содержательно обновленных процедур, зарегистрированных в официальной проектной документации. В этой ситуации в качестве объекта проектного оперативного контроля рассматривается качество реализации. Контрольная деятельность является целенаправленной, спланированной с определенным системным характером и реализуется в форме аудита, мониторинга и экспертизы.

Аудит проводится в определенные ключевые моменты реализации программы / проекта с целью контроля над исполнением процедур по управлению проектами, фиксированными стандартами и корректно отраженными в документообороте. Необходимо отметить, что предметом аудита, не являются технические решения и содержание документации. Указанные технические решения являются на самом деле предметом процессов, полученных из других подсистем, участвующих в управлении качеством организации в целом⁵⁸.

Мониторинг представляет собой периодически проводимое контрольное мероприятие для определения текущего состояния проекта, отчитывающее различные деятельности в

57 Стоянов Е., Финансовый контроль, Бургас, Либра скорп, 2010, стр.78.

58 Стоянов Е., Финансовых проблем в проектной реализации, Ежегодная конференция, к - ра Управление - УНСС, С., сборник, стр430.

его рамках. Его цель состоит в том, чтобы обеспечить руководству организации на территории, на которой реализуется проект, оперативную агрегированную информацию о реализации проекта, необходимую для принятия ключевых проектных решений. Максимальная корректность и оперативность информации, как правило, реализуется управленческими информационными системами типа ERP, представленными как программно / проектно ориентированные компиляции, или путем предоставления специализированных отчетов о проектном статусе, дающих возможность определить зоны повышенного риска.

Проектные экспертизы осуществляют тщательный анализ конкретных областей с целью составления общей картины о состоянии программы / проекта для повышения качества конкретной реализации, рассматриваемого проекта, а также и остальных проектов, реализованных в структуре всей программы за весь программный период. На основании подготовленной экспертизы создается обобщающий результаты документ - заключение.

При условии, что в контрольных мероприятиях, связанных с внутренним контролем, в качестве объектов были обособлены уровень риска, зарегистрированные отклонения и качество исполнения, то вполне естественно говорить о работе системы внутреннего контроля и аудита. В этом контексте стоит отметить, что по этой причине этот специфический вид проектного контроля, вполне естественно, должен быть включен в структуру системы управленческого контроля.

Анализируя постижения управленческой мысли в стратегической области, реальные результаты ее практической применимости в отношении контроля и связанных с ним проблем, можно подчеркнуть концептуальные акценты, определяющие следующие обобщающие выводы:

Во - первых. В последние 30 лет XX века научные взгляды на стратегическое управление организации являются предметом активного развития и к концу века характеризуются высокой степенью целостности. При этом наблюдаются существенные различия между применяемыми концептуальными подходами основных научных и научно - прикладных школ. Это приводит к использованию различных исходных предпосылок и направлений при разработке проблематики стратегического управления. Определяются важные различия в понимании назначения и форм проявления стратегического контроля. При этом большая часть мнений о нем продолжают быть в основном на концептуальном уровне, существует дефицит применимого и общепринятого целостного инструментария.

Во - вторых. Ключевую роль в развитии пониманий о стратегическом управлении и контроле играют школы, которые рассматривают стратегию как „большую модель” и как „план”, развившиеся под влиянием разработок Ансоф. Предназначение стратегического контроля в них рассматривается в основном в двух аспектах. Первый аспект связан с ролью стратегического контроля, как контроля предпосылок для разработки стратегии. В этом аспекте предлагаются не только основные направления развития, но и в значительной степени тщательно разработанный и широко развернутый инструментарий для измерения, мониторинга и контроля параметров окружающей среды и потенциала организаций. В отличие от оперативно - тактических систем контроля, здесь было достигнуто значительное присутствие нематериальных контролируемых параметров. В измерении параметров среды широко используются достижения школы стратегии „позиционирования”, на которую оказали сильное влияние современные Бостонской консультационной группы и ее

последователей. Как особо значимой должна быть оценена концепция управления по слабым сигналам, предложенная Ансоф, которая придает ему основную роль в мониторинге развития окружающей среды, как средства для своевременного формирования стратегии и изменения потенциала организации. Второй аспект, на который школы стратегии „большой модели” и „плана” просматривают стратегический контроль, заключается в его роли обратной связи и средства для реализации уже отработанных стратегий. В концептуальном плане, однако, этот аспект стратегического управления разрабатывается в основном в рамках традиционных представлений об управлении, разбирая в качестве отрицательной обратной связи. Не предлагаемых новых форм и методов контроля, инструментальные особенности этого аспекта стратегического управления почти полностью совпадают с особенностями оперативно - тактического контроля.

В - третьих. Среди новых школ стратегического управления выделяется школа „возникающей стратегии” Минцберг. Основное концептуальное изменение, по сравнению с предыдущими школами, заключается в двух направлениях. Первая связана со скептическим отношением к строгому обособлению этапов формирования и реализации стратегии и необходимостью их объединения в единый цикл одновременного осуществления. Вторая связана с новой ролью стратегического контроля, преимущественно в его качестве быстросуществующей положительной обратной связи, обеспечивающей процесс разработки стратегии в процессе ее начатой реализации.

В - четвертых. В первые годы нового века раскол между стратегическими и оперативно - тактическими аспектами управления и контроля до сих пор не решен. Применяемые теоретические и практические подходы и инструментарии, как в направлении расширения оперативно - тактических систем к стратегическим, так и стратегических систем к оперативно - тактическим, не привело к достижению необходимого единства. Это становится серьезной проблемой современной теории и практики управления. Существует все больше признаков того, что для достижения необходимого единства определяется центральная роль решению проблем стратегического контроля в т.ч. все больше на инструментальном уровне. В качестве основного направления развития инструментария рассматривается его выход из финансово - бухгалтерской сферы, и все более активное его проникновение в область знаний, информации и интеллектуальной модели. Другим особенно важным акцентом в этом отношении является повышение роли стратегического контроля, как положительной обратной связи, обеспечивающей процесс разработки и актуализации стратегии, а не только их реализации.

Можно сделать следующие выводы и заключения:

Во - первых. Анализ окружающей нас действительности, динамика работы социальной системы и заявленных потребностей в социуме являются достаточно значимой проблемой, ускоряющей развитие и совершенствование разнородных проявлений контроля. Принципиальное начало и возможность проявления критического отношения с одновременной регулировкой и результата социальной активности представляют собой все варианты из - за которых и на научном, и на практическом уровне контроль претерпевает относительно ускоренное совершенствование. И тем не менее, и множество формальных мероприятий, и наличие разнообразных контрольных субъектов не компенсируют полностью появляющиеся дефициты социального управления. Укрепление этой тенденции

предопределяет существенные изменения в отношении к контролю в нескольких направлениях - с одной стороны, контроль увеличивает свой периметр действия, охватывая все направления развития, с другой стороны - научная мысль диктует новые конвергентные формы, причем управленческий контроль консолидирует преимущественные характеристики более успешных контрольных форм, а с третьей стороны - развитие социальных моделей поведения и пользующихся ими социальных структур доказывают, что новые условия, определенные усилившимся присутствием нематериальных факторов успеха становятся средой, в которой именно контроль может быть профилактикой против проявляющихся отклонений, но и гарантией для социального процветания.

Во - вторых. Критический обзор развития идеи контроля и трансформации в основные контрольные формы и концептуальные модели показывает, что контроль как неотъемлемый атрибут социальных управленческих процессов, претерпевает соответствующие социальной среде изменения. Материальное выражение принципа обратной связи проявляется в углубленной свойственно переменной в направлении различного поведения и более эффективной структуры всех элементов своей системы. Если для объектов и субъектов контроля изменение проявляется в основном в модели поведения, в инструментарии и стандартах регистрирование трансформации связано со структурой. Реально этот процесс может быть интерпретирован, как ответ на новый смысл, заложен и в современном контроле, и как вызов его концептуальному совершенствованию. В этом контексте, объективная реализация социальных изменений, может быть учтена и как ожидаемый результат эволюции концептуальных моделей в направлении оптимизации контрольной функции, причем в конкретная социальная сфера это контроллинговая концепция. Сближение в логической зависимости между основными управленческими функциями планирования и контроля определяет возможность быстрой трансформации итераций решений и максимально плотной контролируемой реализации большей части рациональных идей в эффективные результаты.

В - третьих. Сама специфика и значимость социального программирования и связанной с ним социальной политики определяют структуру контрольной системы, и доказанная ее концептуальная рамка сочетается с идеей аудита. Реально и вполне объективно, ее применение может быть воспринято и как удовлетворение возможностей социального программирования еще в своем зародыше, должно быть полностью прозрачным и понятным, с одной стороны, а с другой - результаты, которые он генерирует, должны быть полностью критически проанализированы и публично восприняты, если они совпадают с социальными потребностями и нуждами. В этом контексте аудит в его формальном выражении, создает возможность для минимизации отклонений и информационного риска, и в этом смысле для оптимального полного удовлетворения заявленных интересов заинтересованных сторон. Другой важный момент, связанный с аудитом, выражается его активной ролью в процессе институционализации социального программирования. С помощью аудита происходит накопление той критической массы, на основе которой наблюдается повышение эффективности социального программирования, и связанные с ним политики консолидируются соответствующими государственными учреждениями, которые материализуют закономерную и логическую связь: интересы - власть - государство - деньги - контроль - результаты.

В - четвертых. Возможность контроля для презентации своей достаточно развитой функциональности, доказывает его связь с процессом метрификации. В этом смысле финансовый контроль и его различные официальные проявления подтверждают, что заявление и развитие значимых интересов совершенствует социальную систему. Объективно, с одной стороны, финансово - контрольные формы реализации информационной функции контроля - измеряют и анализируют значение интересов, а с другой стороны - гарантируют их правильное и законное существование. Конкретно, бюджетный контроль рассматривается как наиболее универсальная финансово - контрольная форма, связанная с созданием оптимальных условий для эффективного управления процессом социального программирования. Возможности контроля и, в частности, финансового и его проявления, как бюджета, формируются, и еще одним дополнительным условием для того, чтобы обеспечить развитие социального программирования, а именно, чтобы установить связь между бюджетной рамкой, как утвержденной финансовой стратегии, и социальным программированием, интерпретированным, как создание сбалансированной совокупности значимых социальных доктрин.

В - пятых. Если одним из немногих возможных путей социального развития и совершенствования является изменение, то ключевой альтернативой этому общественному процессу является стратегия. Именно поэтому контроль и, преимущественно, его стратегические формы и модели, считается наиболее близким и рекомендуемым для процесса социального программирования. Реальная консолидация общественно значимых интересов и связанных с ними социальных политик структурируют рамку социального программирования. Открытие и баланс между интересами и между конкретными социальными программами является сложной задачей, и одним обособленным контрольным объектом, неоднородности структуры и существенной высокой конфликтности, благодаря которой стратегический контроль приобретает новое содержание, а связанная с ним научная мысль - новые вызовы. Реально перед ним возникает перспектива создания баланса на процессном уровне и повышения эффективности социального управления. Другой и более важный вызов состоит в том, что именно через этот контроль и его формы можно рационализировать и развивать наличие нематериальных факторов, гарантирующих высокую стоимость и достойный успех любого начинания, как материально - производственной деятельности, как и другого проявления сознательного и активного умственного труда.

В - шестых. Стратегическое бремя социального программирования провоцирует каждое его проявление доктринальной значимости, какой является и социальная политика, воспринимать его, как объект, к которому можно адаптировать и применить, как стратегическое позиционирование, так и одну из ведущих моделей в современном управлении – стратегическую карту. Если в этот процесс добавить и специфику проктоного мышления, то можно сказать, что для реального достижения высоко эффективного социального программирования можно использовать потенциал комплекса различных по своим характеристикам систем управленческого контроля. Динамика, социального развития и сохранение заявленных интересов вызывают и определяют возникновение и создание единной системы управленческого контроля, которая должна обеспечить

максимальную реализацию социальной политики и вдохнуть уверенность в рациональное начало и успех социального программирования.

Развивать вопросы социальной политики, представленной как социальное программирование, социальная активность и социальная адаптация, в частности социальная адаптация военнослужащих, уволенных из военной службы, и членов их семей в годы перехода от планово - централизованной к рыночной экономике, в условиях глобализации, изменений в геополитике и геостатутстве, непредсказуемости, риска и угрозы, негативных последствий мирового финансово - экономического кризиса, ресурсного дефицита, „абдикации“ государства из социально - экономических процессов, является сложной задачей, в области которой незначительная часть представителей научной мысли в нашей стране, занимающихся социальным управлением, может похвастаться успехом.

Тем более, что сейчас, когда наша страна является равноправным членом ЕС и европейская социальная политика играет важную роль в создании экономической силы ЕС путем развития уникальной социальной модели, модернизация европейской социальной модели и инвестирование в людей является важным моментом для сохранения европейских социальных ценностей солидарности и справедливости при одновременном улучшении экономических достижений. Начавшая свое развитие, как продолжение и дополнение экономической политики, социальная политика ЕС постепенно приобретает все большее значение для функционирования общества и занимает свое место в одной из самых важных сфер деятельности Союза. После завершения создания общего рынка и оживления экономической и социальной сплоченности на повестку дня все больше и больше ставится социальное измерение внутреннего рынка. Путем подписания Единого европейского акта в 1987 году, рассмотрение социально - политических вопросов на европейском уровне, приобретает динамику. Ключевыми моментами в создании общей социальной политики ЕС являются Маастрихтский и Амстердамский договоры, которые определяют рамки единой социальной политики. Важным моментом в развитии социальной политики ЕС является Программа социальной политики 2000 года, путем которой Союз намерен реализовать амбициозные цели из Лиссабона. Она направлена на создание политической основы, которая не только будет связывать и обязывать многочисленных участников, но и будет служить для взаимного укрепления экономических и социально - политических ситуаций. В этом смысле социальная политика понимается как продуктивный фактор, который создает социальную, политическую и экономическую стабильность. Для достижения „полной“ занятости мужчин и женщин, путем адекватного реагирования на изменения в социальных и семейных структурах и перехода к научно основанной экономике, программа делает ставку на инвестиции в человеческий капитал. Важно, поощрять включение всех в экономику и социальную жизнь, и вести борьбу с бедностью и изоляцией. Сделанный среднесрочный обзор Программы социальной политики дополняет и поддерживает среднесрочный обзор Лиссабонской стратегии, которая направлена на рост рабочих мест. После того, как ЕС осознал роль социальной политики, как производительного фактора и как часть динамического развития экономики, деятельности в течение многих лет применения социальной программы направлены на такие области, как: инвестиции в научные исследования, образование и обучение, которые повышают человеческий капитал и увеличивают производительность основанной на

знаниях экономики; инвестиции в активную политику в сфере интеграции и равных возможностей для всех, с тем, чтобы включить социально слабые группы населения в экономическую жизнь; инвестирование в социальную гармонию. Можно сделать вывод, что программа играет ключевую роль в увеличении социального измерения экономического роста.

„Социальная Европа в глобальной экономике: рабочие места и возможности для всех“, это лозунг второго этапа Социальной программы, охватывающего период до 2010 г. Обзор постижений в первой фазе применения Социальной программы определяет и будущие направления действий в социальной сфере в ближайшие годы, а именно - достижения полной занятости, равные возможности и социальная интеграция.

До начала 90 - х годов 20 - го века и политики занятости в странах Европейского союза осуществляются в рамках традиционного кооперирования между странами и отдельно для каждой страны с учетом ее национальной политики, проблем и традиций. Над национальным уровнем усилия сосредоточены на развитие общего рынка, экономического и монетарния союза. В первой половине 90 - х годов стало ясно, что Сообщество испытывает значительные трудности для поддержания устойчивого экономического роста и создания достаточной занятости. В этих условиях необходимы единые действия стран в области политики занятости. В 1997 году объективные процессы в развитии Сообщества, накопленный опыт и экономические и социальные условия приводят к включению новой главы „Занятость“ в Договор Амстердама. С вступлением в силу Договора Амстердама поощрение занятости становится одной из целей Сообщества, превращаясь в вопрос, представляющий общий интерес. Эта новая цель выражается в достижении высокого уровня занятости, не затрагивая конкурентоспособности. Для достижения этой цели, Сообщество получает новую сферу ответственностей, дополняющие деятельности государств - членов, которые включают в себя развитие „скоординированной стратегии“ в области занятости. Ключевым документом, который задает рамки и цели политики в области занятости, является Европейская стратегия занятости (ЕСЗ), ведущая свое начало из Люксембургской встречи. Глобальной целью является достижение значительного прогресса в сфере занятости в течение ближайших 5 лет. ЕСЗ определяет общие цели, связанные с политикой в области занятости и подробные руководящие принципы для разработки политики в странах - членах ЕС.

Благодаря своему уникальному „открытому методу координации“ ЕСЗ в последние годы уделяет все большую значимость вопросам занятости и трудоустройства. В 2002г. была сделана оценка применения ЕСЗ за прошедший период, которая определяет основные проблемы, стоящие перед стратегией в будущем. Акцент делается на необходимость обновления стратегии, чтобы быть ближе к лиссабонской цели устойчивого экономического роста, увеличения качественных рабочих мест и большей социальной сплоченности. Таким образом постигнута обновленная ЕСЗ, которая призвана справиться с новыми проблемами такими, как глобализация, старение населения и расширение ЕС, и путем новых упрощенных направлений способствовать достижению трех основных целей - полной занятости, качества и производительности труда, социальной сплоченности и интеграции. В декабре 2006 года. Европейская комиссия рассмотрела постижения в осуществлении основных целей ЕСЗ. Сделаны выводы, что в целом уровень занятости увеличивается, а безработица уменьшается. Качество и производительность труда, однако,

остаются неудовлетворительными. Существенное значение имеет европейский рынок труда, чтобы справиться с вызовами глобализации и старения населения.

Наиболее важным инструментом для достижения целей ЕСЗ, который обеспечивает и финансовые средства для этого, является Европейский социальный фонд. ЕСФ содействует достижению целей экономического и социального сближения, заложенных в ДЕО, поддерживая политику и приоритеты, направленные на достижение прогресса в направлении полной занятости, повышения качества и производительности труда, содействия социальной интеграции и сплоченности, согласно направлениям и рекомендациям ЕСЗ. Для достижения этой цели необходимо, чтобы ЕСФ справилась с тремя основными проблемами: преодоление существенных различий в уровне занятости, социальное неравенство, различия в квалификации и нехватка рабочей силы в расширяющемся Союзе; увеличение темпов экономической и социальной реструктуризации в результате глобализации и развития экономики, основанной на знаниях; и демографических изменениях, ведущих к сокращению и старению рабочей силы.

Целесообразно отметить важность и Объединенного доклада по занятости, Европейской обсерватории по занятости, Комитета по занятости и других инструментов ЕСЗ для развития политики ЕС в области социальной сферы и занятости. Одним из элементов процедуры мониторинга политики занятости и результатами, достигнутые в рамках ее применения, является Ежегодный доклад о занятости в Европе. Последний такой ежегодный доклад, опубликованный в ноябре 2006г., подчеркивает необходимость инвестировать в высококвалифицированную и адаптируемую рабочую силу и поощрять свободное передвижение работающих в расширенном ЕС. Вот некоторые из действий, которые необходимы, чтобы добиться прогресса в реализации целей ЕСЗ в более широкой рамки оновленной Лиссабонской программы.

ЕС постиг много в своем развитии за последнее десятилетие, но меняющийся мир, глобализация, новая экономика знаний, безработица и социальные проблемы заставляют Союз переосмыслить и переориентировать свою политику, чтобы справиться с этими проблемами, и в то же время воспользоваться благоприятной экономической перспективой и преимуществом нового общества знаний. Европейский совет в Лиссабоне в 2000 году создает Лиссабонскую стратегию, которая описывает новую роль в мире расширенного Европейского союза в 21 веке. Лиссабонская стратегия является наиболее амбициозной программой реформ в Европе за последние годы. Ее цели роста и занятости, направлены на то, чтобы превратить ЕС в наиболее конкурентоспособную экономику в мире. А эта экономика, которая должна иметь постоянный потенциал для экономического роста и для создания большего количества и лучших рабочих мест для своих граждан, не позволяет никакой социальной изоляции. Лиссабонская стратегия ставит в качестве конкретной цели повышение общего уровня занятости в ЕС до 70 % к 2010 г. Европейский совет в Лиссабоне предоставляет уникальную возможность Союзу сформулировать свои долгосрочные цели - установить приоритеты, ввести показатели и механизмы для наблюдения и контроля, распределить конкретную работу. Несмотря на существующие вызовы и проблемы, необходимо опираться на достигнутое до сих пор, на экономическую стабильность и продолжать проводить изменения. Это правильный путь, который приведет нас к достижению целей социальной политики и занятости.

В течение нескольких лет Европейский союз осуществляет Стратегию Лиссабона, и это приводит к неоспоримому прогрессу, делая необходимый переход к конкурентоспособной, создающей рабочие места и основанной на знаниях экономике, которая характеризуется ростом, социальной сплоченностью и разумным отношением к окружающей среде. В 2004 году Европейской комиссией проведен среднесрочный обзор достижений от реализации Лиссабонской стратегии и сделан отчет об оставшихся нереализованными стратегиях и недостаточного продвижения к цели. В феврале 2005г. дан „новый старт для Лиссабонской стратегии”, стимулирующий экономический рост и создание новых рабочих мест. При этом, сделан еще более неотложный вызов в виду конкуренции в глобальном масштабе и старения населения. Таким образом, необходимо положить больше усилий для восстановления доверия в способности Европы в создании надлежащих условий для достижения собственных целей. Эта стратегия включает тщательную ревизию управления ЕСЗ. Процесс, на котором построен ЕСЗ, был пересмотрен в 2005г., с целью улучшить сотрудничество между государствами - членами и европейскими институтами, с одной стороны, и с другой - добиться более эффективной координации политики занятости с макро - и микроэкономическими политиками ЕС. Компонентами новой ЕСЗ за период 2005г. - 2008г. являются Комплексные руководящие принципы в области занятости, Национальные программы реформ, Объединенный доклад о занятости, рекомендации Совета и годовой отчет Союза о достижениях. Представленный в декабре 2006 года второй Лиссабонский доклад отмечает прогресс, достигнутый на общинном уровне и странами - членами, путем представленных ими отчетов о реализации Национальных программ реформ. Однако, необходимо, чтобы четыре приоритета, упомянутых в первом докладе о достижениях, были отражены в этих программах и в этих приоритетных областях должны быть приняты дополнительные меры, которые приведут к достижению целей высокого уровня занятости и социальной интеграции.

В последние годы были предприняты значительные усилия для выполнения задач, вытекающих из обязательств Болгарии в процессе интеграции в Европейский союз. В ряде сфер труда, занятости и страховых обязательств были сделаны существенные шаги к гармонизации болгарского с европейским законодательством и социальной практикой. Осуществлено полное изменение нормативной и институциональной структуры, связанное с социальной защитой наиболее низко доходных и рискованных групп населения. Введен дифференцированный подход при оказании помощи уязвимым группам населения с целью чувствительного увеличения доходов физических лиц, находящихся в наиболее тяжелом положении. Усовершенствована правовая основа государственной политики защиты детей в соответствии с требованиями и стандартами ЕС. Разработана и реализуется Национальная стратегия равных возможностей для людей с ограниченными возможностями. В области занятости и борьбы с безработицей постоянно проводится совершенствование законодательства и практики в этой области с целью их гармонизации с директивами и правилами ЕС, а также для успешного достижения целей Лиссабонской стратегии. Разработана и приняты меры для последовательного осуществления Национальной стратегии в области занятости. С 2000 года разрабатываются и реализуются Национальные планы действий в области занятости, в полном соответствии с Европейской стратегией в области занятости. Постепенно усиливаются эффект от проведения активных мер на рынке труда и улучшается институциональный его потенциал. Однако накопленные проблемы в

сфере занятости и борьба с безработицей трудно преодолеваются. Экономическая активность населения и коэффициент занятости рабочей силы в стране значительно отстают по сравнению со средним уровнем в ЕС. Трудности социальной политики в Болгарии были связаны с несколькими обстоятельствами: во - первых, за относительно короткий период, в который проводится радикальное изменение социальной модели в стране; во - вторых, низкий социально - экономический уровень, из которого Болгария начинает адаптацию к более высоким целям, задачам и социальным стандартам ЕС; в - третьих, сама Европейская социальная политика находится в процессе непрерывного расширения и обогащения, внедрения новых принципов, подходов и конкретных рекомендаций для стран - членов ЕС. Некоторые из основных задач, стоящих перед социальной политикой Болгарии заключаются в следующем: принятие как ведущего начала в социально политической практике триединства „образование - занятость - уровень жизни”; создать условия для более высокого качества жизни болгарских граждан при наличии ограниченных финансовых ресурсов для здравоохранения, образования и безопасности; превратить социальную политику в фактор производительности труда, что означает новые инвестиции в человеческий капитал. Эти проблемы требуют качественного изменения самой системы социальной защиты. В ней должны присутствовать меры мотивации и поощрения граждан к большей активности и самостоятельности. Принимая в целом эти принципы и дух европейской социальной политики, Болгария должна соблюдать свои национальные особенности и традиции.

Наша страна сталкивается с серьезными проблемами при совершенствовании болгарской социальной модели и необходимостью приведения ее в соответствие с достижениями европейского законодательства. В этом смысле можно сформулировать следующие приоритеты в социальной политике и политике занятости Болгарии в ближайшие несколько лет:

- рост доходов и приведение качества жизни за счет проведения активной социальной политики, в соответствии с критериями, стандартами и достижениями ЕС;

- рост доходов от труда;

- продолжения реформ в пенсионной системе;

- проведения активной социальной политики для преодоления негативных демографических тенденций, целенаправленное инвестирование в социальное развитие детей и молодежи, и создание равных возможностей для социального воспроизводства;

- обеспечения равных возможностей, предотвращение и ликвидация дискриминации по признаку пола, возраста, инвалидности, этнической принадлежности и др.;

- проведение активной политики повышения квалификации и содействия занятости для находящихся в неблагоприятном положении на рынке труда;

- обеспечение социальной защиты и интеграции уязвимых групп населения;

- стимулирование связей между учебными заведениями и предприятиями и продолжающегося в течение всей жизни обучения;

- уменьшение региональных диспропорций.

Следовательно, в ответ на указанные приоритеты социальной политики нашей страны, служит и эта наша научная разработка, которая логически выводит на первый план действия для эффективного управления социальными процессами, отвечающими динамичной социальной среде. Ключевыми словами для такого управления являются:

приоритезация, социальное программирование, социальная активность, социальная адаптация на основе экономического, эффективного, результативного трансформирования крайне ограниченных бюджетных ресурсов в социальные возможности для активной социальной политики. И чтобы ответить на вызовы среды „нового мирового порядка“ - интеграция науки и практики, экспертов и научных кругов в социальной сфере необходима больше, чем когда - либо. Мы хотим верить, что этот наш труд, вместе со многими другими в области теории и практики социального управления, поможет построить мост такой интеграции в опровержение теории Бенджамина Хоффа, что „знания и опыт не говорят непременно на одном языке“. Тем более, что цели активной социальной политики в динамической социальной среде уже поставлены, остается добиться их достижения путем адекватных действий и деятельности. И „когда очевидно, что цели не могут быть достигнуты, не корректировать цели, а корректировать действия“ (Конфуций), в поддержку чему является и наш научный труд, как основа двух взаимосвязанных областей - теория и на практика, которые проявляются, когда знания и опыт разговаривают на одном языке.

© Терзиев В.К., Стоянов Е.Н., 2016

УДК 33

Е.В. Шкарупета

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления на предприятии машиностроения
Воронежский государственный технический университет

Р.Е. Золоторев

старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии
машиностроения

Воронежский государственный технический университет
г. Воронеж, Российская Федерация

СУЩНОСТЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИОННО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СТРУКТУР В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В современных условиях создание и производство промышленной продукции выходит за рамки одного предприятия. Сложность выпускаемой предприятием продукции, разнообразие требований к ней, ограниченные производственно - технологические возможности предприятий обуславливают необходимость привлечения для решения сложных задач разработки, освоения и производства новой продукции комплекса различных предприятий. В этих условиях процессы создания промышленной продукции, как правило, рассредоточены между различными предприятиями. Вместе с тем, успешная реализация задачи создания и производства промышленной продукции обуславливает необходимость тесной интеграции научных, инженерных и производственных возможностей, всех участников этой работы. Возникает задача интеграции всех видов деятельности для создания и организации производства конкретных изделий.

В настоящем исследовании необходимо провести разработку и совершенствование научных, методологических и системотехнических принципов управления

интегрированными организационно - производственными структурами (ИОПС), создать и применить методы и средства мониторинга, провести исследование и анализ различных организационных, технологических и технических решений на всех уровнях организации процессов создания конкурентоспособной промышленной продукции и производственных услуг на основе широкого использования новых информационных технологий. Решение указанных проблем должно качественно повысить уровень организации производственной деятельности предприятий - участников ИОПС различных отраслей и способствовать ускорению их научно - технического прогресса.

Формы интеграции научно - технических и производственных подразделений весьма разнообразны, они обусловлены характером продукции, специализацией предприятий, их научным и производственным потенциалом, территориальной расположенностью будущих участников, предполагаемых к исполнению работ, финансовым возможностям и т.п.

Важной характеристикой инновационной экономики в современных условиях становится высокий уровень связанности производственных, инновационных и экономических процессов предприятий, функционирующих в определенных отраслях производства. Эффективная деятельность предприятий в этих условиях обуславливает возникновение интеграционных тенденций.

В экономической науке интеграцию структур рассматривают с различных позиций, вследствие чего выделяют различные аспекты этого понятия. В таблице 1 представлены некоторые определения интеграции.

Основой для концептуального представления свойства интегративности может стать методология исследований по общей теории систем, тектологии А. Богданова и теории хозяйственных систем, которые выступают методологической основой настоящего исследования [6], [7], [8], [9], [10]. В известном труде "Тектология. Всеобщая организационная наука" А. Богданов под "интегратором" понимал процесс, который организует части сложной системы, способствуя ее сохранению и приумножению, ее стабильности и жизнеспособности [7].

Если в сжатом виде раскрыть современную трактовку хозяйственной системы как целостного интегративного комплекса, обусловленного некоторой органической общностью этого целого, то можно указать два основных направления проявления этой общности.

Таблица 1 - Определения понятия «интеграция»

Автор	Определение
Экономическая энциклопедия [11]	Интеграция (от лат. Integer – целый) – объединение экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними. Экономическая интеграция происходит и на уровне национальных хозяйств страны, и между предприятиями, фирмами, компаниями, корпорациями.
Е.В. Ленский [12]	Интеграция означает углубление сотрудничества субъектов, управление их объединением, укрепление взаимодействия и взаимосвязей между компонентами системы управления. Автор подчеркивает, что интеграционный подход к стратегическому менеджменту нацелен на три стороны феномена интеграции:

Автор	Определение
	- между подсистемами и компонентами стратегического менеджмента; - между стадиями жизненного цикла объекта управления; - между уровнями управления по вертикали; - между субъектами управления по горизонтали
В.Ж. Дубровский [13]	Понятие интеграции отражает либо результат формирования особой системы взаимоотношений и связей между экономическим субъектами (это могут быть люди, фирмы, государства), либо процесс, ведущий к созданию новой организации с неформальной функциональной и управленческой структурой.
Экономический и юридический словарь [14]	Объединение в целое каких либо частей, элементов
Экономика и право: Энциклопедический словарь Гоблера [15]	Интеграция – хозяйственное или правовое объединение нескольких предприятий (часто – синоним концентрации). В организации самого предприятия – создание специфических отношений между элементами системы с целью их координации в процессе решения общих проблем.
А.Б. Барихин [16]	Процесс взаимного приспособления и объединение в единое целое организаций, отраслей, регионов, стран и т.д.; объединение экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними.
Словарь иностранных слов [17]	Объединение в целое каких - либо частей, элементов; процесс взаимного приспособления и объединения национальных хозяйств двух и более государств с однотипным общественным строем
СЭС [18]	Состояние связанности отдельных дифференцированных частей и функций системы, организма в целое, а также процесс, ведущий к такому состоянию.

Первый путь проявления интегративности заключается в том, что исходная целостность системы воспринимается как нерасчлененное единство, в то время как присущая ей структура (организация) позволяет выделить в ней естественные компоненты, которые сами могут рассматриваться как подсистемы. Эти подсистемы могут находиться в сложных отношениях между собой, образуя тем самым пространственно - временное единство. Системы, в том числе и хозяйственные системы, в которых свойство интегративности проявляется таким путем, получили названия внутренних систем. Второй путь проявления интегративности характеризует системы с точки зрения внешнего их представления. В этом случае целостность системы проявляется как возможность естественного объединения в классы заранее имеющих объектов. Органическая общность этих объектов состоит в наличии у них единой природы, позволяющей естественным образом сопоставлять между собой эти объекты и образовывать из них те или иные классы. В этом случае объекты могут

не образовывать пространственно - временное (компактное) единство, а органическая общность рассматривается как проявление у них общей природы. Системы образующие такие классы получили название внешних систем.

Проведенное в диссертации исследование теоретических основ и анализ методологических принципов интеграции в экономике позволяет назвать следующие характеристики интеграции:

- интеграция есть процесс развития, связанный с объединением в целое некогда разрозненных частей. Она является своеобразной реакцией на процессы дифференциации, происходящие во всех сферах производственной деятельности. Восстановление единства происходит путем преобразования составляющих элементов, наделения их новыми качествами. Степень и интенсивность этих преобразований во многом определяются внутренними возможностями элементов интеграции, а также целевыми установками, определяющими границы ее функционирования и развития;

- методологические принципы, совокупность которых образует систему концептуального подхода к политико - экономическому исследованию проблемы: универсальность и полиморфичность интеграции; неразрывная связь процесса и результата; диалектическая взаимообусловленность интеграции и дифференциации; органическое единство целого и его частей;

- интеграция имеет двуединую природу и представляется, с одной стороны, как процесс, а с другой — как результат; интеграция как процесс — это слияние в единое целое ранее дифференцированных элементов, приводящее к новым качественным и потенциальным возможностям этой целостности, а также изменениям свойств самих элементов; интеграция как результат — состояние целостности, упорядоченного функционирования частей целого, свойство социально - экономической системы, пронизывающее все стороны экономических отношений на всех стадиях воспроизводственного цикла и всех уровнях иерархии следовательно, интеграция представляет собой систему отношений и связей между целым и его частями.

Такое определение, верно раскрывающее сущность интеграции, все же не позволяет выявить достаточное количество признаков, которые можно было бы использовать для того, чтобы выделить из всех видов предусмотренных законодательством объединений — интеграционные. Тем не менее, из этого определения можно выявить следующие признаки: интеграция — это объединение и это объединение двух и более субъектов.

Взаимодействие, совместная деятельность двух и более субъектов предусматривает определение вещных и обязательственных прав взаимодействующих сторон, что порождает необходимость установления гражданско - правовых отношений. Поэтому необходимо выделить следующие характеристики: интеграция — это объединение на основе установления гражданско - правовых отношений; интеграция — это объединение экономических субъектов, т.е. объединение не только субъектов как лиц, но и объединение хозяйственных, экономических свойств, определенных признаков этих субъектов (имущество, интеллект, идеи и т.д.), того, что является составляющими предпринимательской деятельности.

На основе проведенного анализа можно сформировать признаки, по которым из всех объединений можно выделить интеграционные, а из способов создания объединений — интеграционный.

Среди признаков интеграции организационно - производственных структур выделяется высокая степень сотрудничества, когда достигается органическая согласованность в осуществлении воспроизводственных процессов отдельных сторон. К признакам интеграции следует отнести:

- 1) целью создания интеграционного объединения должна быть интеграция (объединение);
- 2) интеграция – это объединение юридических лиц (экономических субъектов);
- 3) интеграция – это объединение двух и более субъектов;
- 4) интеграция – это объединение путем установления гражданско - правовых отношений;
- 5) участниками интеграционного процесса могут быть субъекты собственники (т.е. субъекты, находящиеся в отношении хозяйственного (экономического) господства) обособленного имущества;
- 6) при интеграции количество участников не сокращается;
- 7) участники не изменяют юридический статус своего лица.

В рамках настоящего исследования считаем необходимым сделать акцент на производственной интеграции, так как в отраслях промышленности основой стратегического направления развития является опора на применение производственной интеграции. Так, производственная интеграция проявляется в расширении и углублении производственно - технологических связей, аккумулировании и совместном использовании ресурсов, создании хозяйствующим субъектом условий для повышения эффективности деятельности каждого участника интеграционного объединения. В процессе интеграции реализуется объединение усилий всех подразделений - участников интеграционной организации - для достижения их общих целей и задач.

В производственной интеграции отмечают два основных направления:

- 1) повышение интегрированности основного звена, сопровождаемое увеличением его размеров, концентрацией, часто диверсификацией и налаживанием новых более разнообразных, менее жестких связей в крупных производственно - хозяйственных комплексах, где связи из внешних становятся внутренними и более активно регулируемые;
- 2) установление новых связей между производственно - хозяйственными единицами, между ними и мелкими, средними предприятиями, последних между собой.

Целью производственной интеграции является объединение ресурсов (финансовых, производственных, сырьевых, интеллектуальных) промышленных организаций для повышения эффективности производственной деятельности.

Таким образом, *под производственной интеграцией*, при реализации которой имеет место объединение экономических субъектов, на наш взгляд, следует понимать объединение путем установления гражданско - правовых отношений с целью углубления взаимодействия и развития связей, участниками которого являются не менее двух экономических субъектов (юридических или юридических и физических лиц), которые имеют имущество в собственности, причем в результате объединения количество участников не сокращается и их юридический статус не меняется.

Организационной формой такого объединения является структура, образованная путем установления гражданско - правовых отношений в целях получения прибыли, координации

деятельности по ее получению или в иных целях, состоящая из двух и более экономических субъектов (имевших и сохранивших статус юридических лиц), которые имеют имущество в собственности, с установлением организационных отношений между ними, определением управляющего органа (в качестве которого может выступать учрежденный ими орган или один из участников) и наделением его правом оказывать влияние на принятие решений в силу преобладающего участия, на основе договора или в силу других оснований.

Производственная интеграция хозяйствующих субъектов - объединение, образующее целостную систему экономически взаимосвязанных хозяйствующих субъектов, путем аккумулярования материально - вещественных, энергетических и информационных ресурсов, обеспечивающее достижение общей цели и повышение эффективности функционирования каждого ее участника и всей системы в целом вследствие действия синергетического эффекта.

Под эффектом синергии в данной работе будем понимать обусловленный взаимодействиями элементов ИОПС между собой и с внешней (по отношению к рассматриваемой ИОПС) средой эффект, который отличается от простой суммы результатов деятельности каждого из данных элементов в отдельности.

Как свидетельствует исторический опыт, поиск оптимальных путей взаимодействия хозяйствующих субъектов в условиях индустриального общества привел к интеграции как обобщающему процессу формирования наиболее эффективной организационно - функциональной и управленческой структуры хозяйствующего субъекта. Речь идет не о централизации или децентрализации управления, а о новой форме производственных отношений между интегрированными экономическими субъектами, работниками и государственными институтами (органами).

В современных условиях проявляются тенденции развития новых организационных форм взаимодействий предприятий и организаций, в основе которых лежат комплексные формы взаимоотношений между участниками производственного процесса. Важной формой проявления этих тенденций является интеграция производственных процессов, научных исследований и проектно - конструкторский работ.

Результатом является формирование новых форм организации производства, обеспечивающих совместную деятельность предприятий и организаций, реализующих производственный процесс. Интегрированные научно - производственные процессы позволяют с большей отдачей использовать возможности партнеров, создают длительные и устойчивые связи между ними. Позволяют решать на новой основе региональные процессы производственной интеграции, с соблюдением экономических интересов всех участников объединения.

В процессе проектирования, построения обеспечения функционирования научно - производственных процессов, возникает необходимость решения проблем формирования особых научно - производственных структур, которые должны обеспечивать эффективное решение задач, стоящих перед объединением предприятий и организаций. Эти задачи могут быть решены путем создания организационно - производственных структур.

Представляется важным обеспечить необходимую определенность терминологического и понятийного аппарата исследования касательно понятия «ИОПС».

Под определением "структура" в литературе представлен целый спектр понятий, что объясняется наличием специфических особенностей объектов исследования, а также конкретным выбором аспекта исследования - организационного, информационного, производственно - технологического и др. В широком смысле под структурой понимается способ деления целого на части или способ организации частей в систему, таким образом,

структурой обладают абсолютно все объекты, процессы, явления, которые тем или иным способом поддаются членению на взаимодействующие части. Анализ показывает, что, несмотря на внешнее разнообразие, все множество трактовок понятия структура хозяйственной системы можно достаточно четко разделить на две группы в соответствии с двумя содержательными интерпретациями.

К первой группе относятся определения структуры через связи или отношения элементов в системе, таким образом, в определение структуры не включаются сами элементы. Ко второй группе можно отнести определение структуры, при котором при сохранении характеристик отношений между элементами, содержательный акцент перемещается на сами элементы системы. Эта конкретизация направлена на привязку понятия структуры к определенным типам систем (в том числе хозяйственных систем). В аспекте исследования процессов структурообразования важным представляется то, что элементы структуры отличаются друг от друга хозяйственными решениями и ресурсами.

Большинство определений структуры хозяйственной организации, встречающихся в литературе, относится ко второй группе понятий. Отличаясь степенью конкретизации и детализации, они сводятся в основном к следующему. Под структурой будем понимать состав элементов (подразделений предприятия) и их взаимосвязи.

В этих условиях под *ИОПС* следует понимать «совокупность интегрированных в сложную производственную систему самостоятельных предприятия и(или) производственных подразделений предприятия, реализующих единый производственный процесс изготовления конкретных видов продукции, включая в себя также систему управления интегрированной производственной структурой» [19].

Рассматривая правовой аспект употребления термина «интегрированная структура», следует заметить, что в современных нормативных актах он употребляется только в Методических рекомендациях по созданию интегрированных структур в оборонно - промышленном комплексе, утвержденных Приказом Минпромэнерго России от 11.10.2007 № 426. В соответствии с данными Методическими рекомендациями под *интегрированной структурой* понимается «объединение юридических лиц, ведущих совместную деятельность, в которых одно лицо имеет возможность определять решения, принимаемые остальными лицами, либо объединений, состоящих из одного юридического лица и его филиалов» [20].

Применительно к крупному российскому бизнесу понятие ИОПС было введено и рассматривалось в целом ряде исследований, в работах Паппэ Я.Ш. [1], Авдашевой СВ. [1], Клейнера Б.Г. [2], [3], [4]. Так, компания как интегрированная хозяйственная структура рассматривается как "совокупность предприятий реального или финансового сектора, сформированная вокруг некоторой технологической цепочки либо вокруг продукта или группы продуктов (и при этом выступающую как единый экономический агент" [1].

При этом особо подчеркивается, что необходимым требованием, определяющим свойство целостности такого рода хозяйственных структур выступает, прежде всего, устойчивость связей, при этом сами понятия интеграции и целостности рассматриваются, фактически как синонимы, поскольку определяющим выступает прежде всего устойчивость связей " ... связи могут быть мягкими или жесткими, формальными или неформальными, прозрачными или непрозрачными для внешнего наблюдателя. Важно лишь, чтобы они были устойчивыми и обязывающими" [1]. Такой подход делает акцент на активы соответствующей хозяйственной структуры и существование "механизмов интеграции" как базовых детерминат ее результатов.

Я.Ш. Паппэ [21] считает целесообразным использовать понятия интегрированная бизнес - группа и центральный элемент в качестве обобщающих для описании всех типов интеграции предприятий, сохраняющих юридическую самостоятельность.

При анализе интегрированных структур, с точки зрения диалектической взаимосвязи формы и содержания, весьма важным является рассмотрение не только их экономической сущности, но и формы, которая сильно дифференцируется. Любопытной при этом представляется общепринятая в немецкой экономической науке концепция, в соответствии с которой форма любого предприятия (или объединения предприятий)

- Unternehmensform - рассматривается с точки зрения двух элементов [22]:

- Rechtsform - соответствует российской "организационно - правовой форме";

- Organisationsform - организации предприятия, его структуры и принципов управления, нередко именуемой "бизнес - структурой".

В реальности оба этих компонента тесно взаимосвязаны - управленческая структура учитывает существующее законодательство, а законодательство должно четко контролировать возможные управленческие структуры, предоставляя, однако, достаточную самостоятельность в выборе систем управления. Аналогичным образом возможно рассмотреть и организацию любой интегрированной структуры.

В связи с этим, по мнению А.Б. Фельдмана, «методологически правильно выделить экономические механизмы объединения предприятий, выражающие определенные производственные отношения, и организационно - правовые формы, в которых осуществляется действие этих механизмов" [23]. Другими словами, классификацию предпринимательских объединений по правовым формам следует отличать от классификации по критерию экономического содержания, основанного на цели создания объединения, принципах централизации тех или иных производственно - хозяйственных, коммерческих функций, распределении полномочий между участниками объединения.

С точки зрения экономического содержания выделяют: концерны, картели, синдикаты, пулы, консорциумы и пр. [24] (рисунок 1).

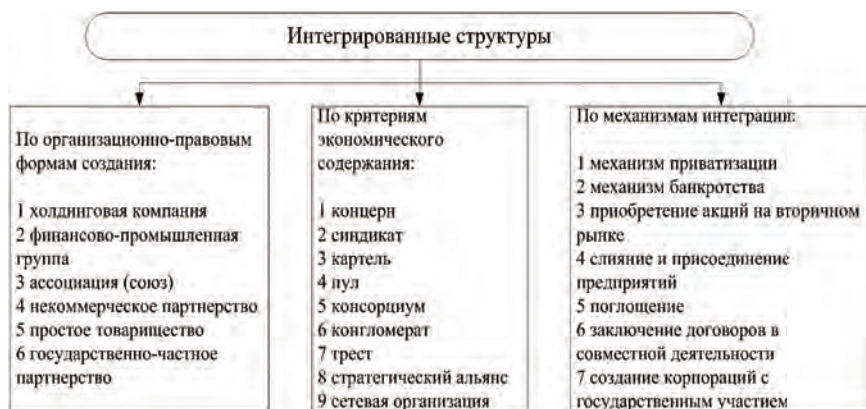


Рисунок 1. Виды интегрированных структур по правовым формам и экономическому содержанию

Основными условиями, при которых состав интегрированной производственной структуры можно считать оптимальным, а саму структуру устойчивой, являются:

1 диверсифицированность деятельности промышленных участников как фактора повышения устойчивости за счет освоения новых и сопряженных рынков сбыта;

2 высокая степень связанности активов участников как фактора формирования долговременных и устойчивых кооперационных связей;

3 обеспечение полного технологического цикла производства и реализации продукции – маркетинг, разработка, НИОКР, производство, серия, сбыт и обслуживание промышленной продукции;

4 оптимальный уровень концентрации и загрузки производственных мощностей;

5 сохранение научно - технического потенциала, повышение эффективности использования технологий, обеспечивающих баланс в области конструирования и серийного производства продукции;

6 получение дополнительного эффекта от повышения инфраструктурной обеспеченности деятельности участников – маркетинговая, торгово - снабженческая и финансово - кредитная инфраструктура;

7 увеличение доли корпорации в отраслевом объеме продаж по сравнению с совокупной долей участников на рынке на момент, предшествовавший интеграции;

8 рост объемов и увеличение количества заключаемых контрактов, экспортных заказов и кредитов;

9 улучшение финансового состояния участников.

К числу механизмов, реально формировавших подавляющую часть российских управленческих интегрированных структур, на взгляд Я.Ш. Паппэ [21], относятся:

а) выполнение центральным элементом интегрированной структуры функций исполнительного органа для других ее членов (иначе говоря, предоставление полного комплекса управленческих услуг);

б) предоставление комплекса финансово - инвестиционных услуг;

в) управление снабжением и сбытом;

г) лоббирование и обеспечение мер государственной поддержки.

В российской экономике распространены управленческие структуры всех четырех типов. Интегрированные структуры типа (а) чаще всего возникали на основе либо договора о передаче функций исполнительного органа одного юридического лица другому, либо судебного решения о введении внешнего управления. Интегрированные структуры типа (б) обычно формировались ведущими банками, а (в) крупнейшими трейдерами. Интегрированные структуры типа (г) почти всегда результат симбиоза коммерческих структур с политическими и лоббистскими группировками или с отдельными влиятельными лоббистами.

Как отмечают Л.Г. Попович и П.А. Дроговоз, российская модель интеграции промышленности характеризуется доминирующим участием государства в капитале и в управлении этими организациями.

Многие ученые – практики и теоретики, например, И.Л. Борисенко и И.В. Логунова [25] – наряду с кластерными образованиями в качестве ИОПС рассматривают технологические парки и технополисы.

На наш взгляд, одно из удачных определений ОИПС принадлежит Панфиловой Е.Е. [5], которая под интегрированными структурами промышленных организаций понимает любое объединение организаций, основанное на экономическом интересе при осуществлении совместной деятельности посредством предоставления взаимного доступа к различного рода:

- совместным ресурсам (финансовым, производственным, информационным, трудовым);
- активам (материальным и нематериальным);
- технологиям (производства продукции, обслуживания клиентов, обработки, хранения и передачи информации);
- правам (управления: владения лицензиями, пользования недрами, распоряжения имуществом) для укрепления своих стратегических позиций и развития потенциала на основе заключения соглашений, договоров или нормативно - правовых документах, сопровождающих процесс реорганизации (слияние, присоединение, разделение, выделение и преобразование).

Дадим базовую характеристику введенной в анализ категории интегрированная организационно - производственная хозяйственная структура:

- во - первых, основным качеством ИОПС признается включение предприятий в управляемую хозяйственную систему, а не просто их объединение "для сложения ресурсов" и механического объединения потенциалов;
- во - вторых, центральным элементом такой хозяйственной структуры является интегратор (головное предприятие), который представляет группу на рынке и координирует деятельность предприятий группы;
- в третьих, существование ИОПС сопровождается имманентным синергетическим потенциалом. Действительно, внутренний синергический потенциал в данном случае может возникнуть благодаря экономии, которая обусловлена масштабами деятельности, комбинированием взаимодополняющих ресурсов, минимизацией транзакционных расходов, ростом конкурентоспособности за счет большего контроля рыночной конъюнктуры, расширением и сочетанием деятельности в сфере инновационных разработок, научно - исследовательских и конструкторских работ [26].

Организационно - производственная структура интегрированного научно - производственного объединения представляет собой сочетание научных и проектных организаций, производственных подразделений и аппарат управления, которое обеспечивает организацию и управление научно - производственным процессом в целях реализации задач и проектов, которые невозможно или нецелесообразно осуществить на базе отдельного предприятия или научно - проектной организации.

При создании ИОПС необходимо исходить из положения о том, что объединение различных, обладающих определенной степенью самостоятельности подразделений, осуществляется на добровольной основе.

В связи с этим, такое объединение возможно только в том случае, если каждое из этих подразделений будет заинтересованно в осуществлении процесса интеграции. Такая заинтересованность может возникать в том случае, если объединение самостоятельных производственных или научно - производственных структур позволяет получить

участникам этого объединения реальный экономический, технический или социальный эффект.

В современных условиях в отраслях промышленного производства реализуются разнообразные формы производственной интеграции, которые выражаются в различных производственных структурах. При построении и обеспечении функционирования интегрированных структур важно учесть организационные и экономические особенности этих образований. На основе анализа практического опыта автор предлагает классификацию ИОПС, в которых будут учитываться следующие признаки:

- количество и характеристика подразделений, вошедших в интегрированную структуру;
- особенности системы управления;
- признаки экономических отношений подразделений;
- система координации производственной деятельности подразделений;
- степень экономической самостоятельности;
- организационные формы объединений.

Таким образом, в зависимости от тех или иных причин и факторов можно выделить пять видов интегрированных структур (рисунок 2).

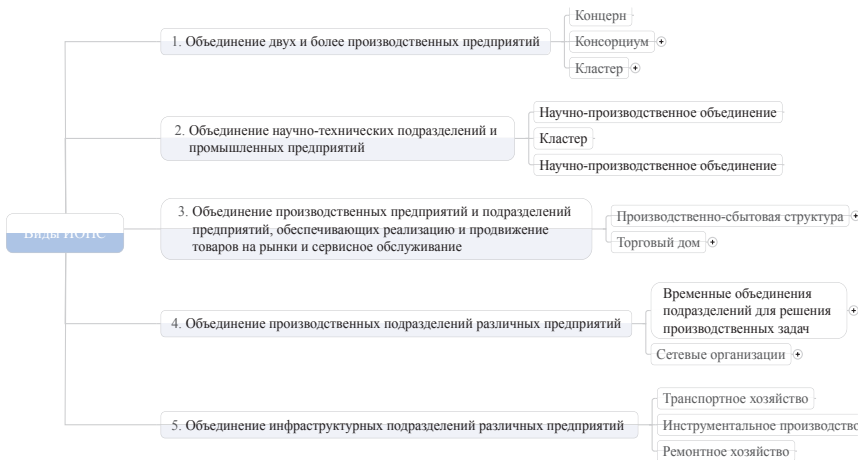


Рисунок 2. Классификация видов ИОПС

Рассмотрим каждый вид ИОПС подробнее.

Объединение двух и более производственных предприятий является одной из наиболее распространенной формой интеграции. Это обуславливается тем, что создание высокотехнологичного продукта требует привлечения большого разнообразия ресурсов, которые сконцентрировать в рамках одного предприятия, зачастую является нецелесообразным. Распределение между предприятиями необходимых стадий производства позволяет значительно сократить затраты на производство, оптимально задействовать имеющиеся ресурсы. Возникает возможность параллельного выполнения операций обработки и сборки изделий.

Научно - производственное объединение позволяет обеспечить выпуск новой продукции от стадии разработки и подготовки производства до серийного выпуска и реализации. В рамках данной структуры научная составляющая концентрирует в себе научно - технические разработки и подготовку документации, обеспечивающих проектирования модели продукта и разработку принципиальных схем технологического процесса. Производственная составляющая реализует организацию производства, выявляя недостатки в конструкции и осуществляет коррекцию технологических процессов изготовления продукции. В объединении протекает и совместная адаптация научно - технических достижений.

Объединение производственных предприятий и подразделений предприятий, обеспечивающих реализацию продукции и сервисное обслуживание, позволяет с наименьшими затратами выходить на рынок и осваивать новые и уже имеющиеся рынки. Данная форма обеспечивает возможность промышленным предприятиям концентрировать свое внимание на производственных процессах, а реализацией продукции занимаются специализированные подразделения других предприятий. Благодаря тому, что возрастает скорость реализации продукции промышленные предприятия могут закупать сырье и материалы более крупными партиями, повышать производительность труда за счет роста опыта производства. Сервисное обслуживание позволяет совершенствовать модель продукта и технологических процессов его производства, и в то же время уточнять потребности клиента для дальнейшей модернизации.

Объединение производственных подразделений различных предприятий позволяет мобильно реагировать на изменения рынка, активизировать и применять свободные ресурсы, которые могут представлять собой: незагруженные производственные мощности; наличие избытка складских и административных площадей; возможность более полного использования трудовых ресурсов высокой квалификации; чрезмерное накопление инвестиционных, финансовых и материальных и иных ресурсов. Это обстоятельство, в свою очередь, позволяет оптимально задействовать подразделения различных производственных предприятий и научно - проектных организаций. Становится нецелесообразно производить заготовки собственными силами, в случае возможности объединить схожие технологические процессы.

Объединение инфраструктурных подразделений различных предприятий осуществляется для целей создания условий эффективной организации транспортных, ремонтных, инструментальных хозяйств. В ряде случаев экономически выгоднее объединять транспортные потребности различных предприятий, что и служит основой для интеграции. Ремонтное хозяйство, как и инструментальное, в состоянии обслуживать одновременно несколько предприятий, значительно сокращая затраты на производство.

Таким образом, рассмотрев сущность, понятие и классификацию ИОПС, необходимо и становится возможным описать содержание процесса управления ИОПС, а также дать теоретическую характеристику механизму управления ИОПС, что будет являться задачей дальнейших исследований авторов.

Список использованной литературы:

1 Авдашева, С.В. Анализ роли интегрированных структур на российских товарных рынках [Текст] / С.В. Авдашева. - 2000.

- 2 Клейнер, Г.Б. Производственные функции: теория, методы, применение [Текст] / Г. Б. Клейнер. – Москва: Финансы и статистика, 1986.
- 3 Клейнер, Г.Б. Системная парадигма и теория предприятия [Текст] / Г.Б. Клейнер. - 2002.
- 4 Клейнер, Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность [Текст] / Г.Б. Клейнер. – 1997.
- 5 Панфилова, Е.Е. Механизм управления интегрированными структурами промышленных организаций [Текст] / Е.Е. Панфилова // Российское предпринимательство – 2013. – Т. 17 – 65–71с.
- 6 Бир, Ст. Кибернетика и управление производством [Текст] / Ст. Бир. - 2 - е изд. - М.: Наука, 1965.
- 7 Богданов, А.А. Тектология. Всеобщая организационная наука [Текст] / А.А. Богданов. - М.: Экономика, 1989.
- 8 Волкова, В.Н. Основы теории систем и системного анализа [Текст] / В.Н. Волкова, А.А. Денисов. - СПб.: Изд. - во СПбГТУ, 2001.
- 9 Сыроеждин, И.М. Плановность, планирование, план [Текст] / И.М. Сыроеждин. М.: - Экономика, 1986.
- 10 Сыроеждин, И.М. Основные системные признаки общественного хозяйства [Текст] / И.М. Сыроеждин. Л.: Изд. - во ЛФЭИ, 1989.
- 11 Экономическая энциклопедия. Науч. - ред. совет изд. - ва Экономика; Ин - т экономики РАН, гл.ред. Л.И. Абалкин [Текст]. М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. С. 239.
- 12 Ленский, Е.В. Корпоративный бизнес [Текст] / Е.В. Ленский; под ред. О.Н. Сосковца. Минск: Изд. - во «Армита – Маркетинг, Менеджмент», 2001. С. 9.
- 13 Дубровский, В.Ж. Эффективность организационной реструктуризации [Текст] / В.Ж. Дубровский. Екатеринбург: Изд. - во Уральского гос.экон.ун - та, 2000. С. 48.
- 14 Экономический и юридический словарь [Текст] / Под ред. А.Н. Азрилияна. М.: Институт новой экономики, 2004. 1088 с. С. 289.
- 15 Экономика и право: Энциклопедический словарь Гоблера: Пер.с нем. [Текст] / Под общ.ред. А.П. Горкина, Н.Л. Тумановой, Н.Н. Шаповаловой и др. М.: Большая российская энциклопедия, 1998. 432 с. С. 69.
- 16 Барихин, А.Б. Экономика и право. Энциклопедический словарь [Текст] / А.Б. Барихин. М.: Книжный мир, 2000. 928 с. С. 275.
- 17 Словарь иностранных слов [Текст]. 18 - е изд. М.: Рус.яз., 1989. С. 201.
- 18 Советский энциклопедический словарь [Текст] / Гл.ред. А.М. Прохоров. 4 - е изд. М.: Сов.Энциклопедия, 1989. С. 500.
- 19 Туровец, О.Г. Формирование организационных структур в наукоемких предприятиях / О.Г. Туровец, В.Н. Родионова // Организатор производства, №2, 2011. С. 24 – 27.
- 20 Методические рекомендации по созданию интегрированных структур в оборонно - промышленном комплексе, утвержденные Приказом Минпромэнерго России от 11.10.2007 № 426.
- 21 Паппэ, Я.Ш. Олигархи: Экономическая хроника 1992 - 2000 [Текст] / Я.Ш. Паппэ. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. / .

22 Драчева, Е.Л. Проблемы определения и классификации интегрированных корпоративных структур [Текст] / Е.Л. Драчева, А.М. Либман // Менеджмент в России и за рубежом. №4. 2001.

23 Фельдман, А.Б. Управление корпоративным капиталом [Текст] / А.Б. Фельдман. - М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 1999. С. 107.

24 Шиткина, И.С. Холдинги: правовой и управленческий аспекты / И.С. Шиткина. Электрон.дан. – Режим доступа: <http://www.lexgroup.ru/rus/holdings/>.

25 Борисенко, И.Л. Анализ тенденций развития интегрированных структур / И.Л. Борисенко, И.В. Логунова, С.А. Помитов // В сб.науч.тр. «Проблемы формирования и развития интегрированных организационно - производственных структур». Воронеж: ГОУВПО ВГТУ, 2009.

26 Скопенко, Н. С. Преимущества и недостатки функционирования интегрированных структур в пищевой промышленности Украины [Текст] / Н. С. Скопенко // Молодой ученый. — 2010. — №11. Т.1. — С. 162 - 166.

© Е.В. Шкарупета, Р.Е. Золоторев, 2016

УДК 33

З.Н. Шуклина,

доктор экономических наук,

профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского,

город Брянск, Российская Федерация

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

Аннотация

Динамичное изменение рыночной ситуации, острые задачи повышения конкурентоспособности бизнеса усиливают роль и значение маркетинга в управлении предприятием. Это изменяет роль маркетинга персонала, который обеспечивает баланс спроса и предложения трудовых ресурсов, оптимизирует обеспечение кадрами в соответствии с нуждами предприятия, гармонизирует качество труда, уровень профессионального и карьерного роста. Развитие маркетинга персонала требует активного взаимодействия менеджмента и маркетинга, разработки новых концепций, стратегий, технологий и методов работы с кадрами.

Ключевые слова

Маркетинг персонала, маркетинг - менеджмент, виды, принципы и стратегии маркетинга персонала

Введение

Развитие экономических отношений и турбулентность рыночной экономики, геополитические условия, усиление конкуренции обостряют многие социально - экономические проблемы, определяют подходы, инструменты и механизмы решения

задач, связанных с человеческими (трудовыми) ресурсами. Особое положение трудовых ресурсов в системе ресурсного потенциала, экономики знаний, бизнеса и каждого предприятия требует от науки и практики новых концепций и стратегий управления, механизмов обеспечения и использования персонала.

Значение, роль и виды маркетинга усиливаются и трансформируются под воздействием факторов мировой экономики, конкуренции, роста потребностей покупателей. Понимание маркетинга изменилось в процессе развития рынка, становления маркетинговой среды, повышения уровня жизни и спроса потребителей. Глубокое изучение содержания и проникновение в сущность маркетинга необходимо всем специалистам в рыночной экономике. В основе знаний о конкурентной рыночной деятельности должны лежать главные положения современного маркетинга, который предстает как доктрина управления, идеология рыночного поведения и концепция управления, целостная система стратегического поведения и деятельности предприятия (фирмы) на рынке, оказывающая все большее влияние на развитие предпринимательской философии и методологии. В этой связи актуально применение концепции и технологии маркетинга персонала, позволяющих вместе с менеджментом предприятия решать вопросы оптимизации кадрового состава, качества труда и повышения производительности и квалификации кадров. Взаимодействие маркетинга и менеджмента персонала вместе с инвестициями в развитие человека, личности, специалиста повышают степень капитализации предприятия, его ценность, репутацию и устойчивость на рынке. Маркетинг выступает как нематериальный ресурс, а инвестиции в кадры, менеджмент и управление приобретают значение прямого капитала, инноваций и динамично внедряемых стратегий конкурентоспособного бизнеса.

1. Место и роль маркетинга персонала в системе экономических наук

Рациональное отношение человека к миру, любознательность, познавательный интерес, осознание ограниченности и оценка ресурсов, рост и многообразие потребностей, способностей, типов поведения, дифференциация знаний сформировали систему экономических наук, в которой каждая наука получила специфический предмет исследования, цели, методологию и направления развития. В системе современных наук маркетинг занимает одно из основных мест, обеспечивая стратегическое регулирование отношений субъектов на рынке. В общем виде маркетинг является емким, широким, рыночным, многофункциональным понятием, включающим философию бизнеса, этику делового общения, методологию и концепцию управления поведением на рынке, особую деятельность по поиску и удовлетворению потребностей покупателей или клиентов.

В своем развитии маркетинг определяется и характеризуется учеными как научно - прикладная дисциплина; вид профессиональной деятельности; система и инструмент управления; образ мышления и мировоззрения; стиль поведения, идеология и доктрина рыночного поведения; комплекс конкретных функций и мер, направленных на клиента. [4, с.43 - 44, 13 с.53 - 55, 45 с.24 - 27] Маркетинг тесно связан с менеджментом, является инструментом управления, использует методы социологии, психологии, статистики и экономики.

В системе экономической деятельности маркетинг персонала трактуется достаточно емко на основе научно - образовательного, профессионального, философского, методологического, прикладного и идеологического подхода. С одной стороны, в маркетинге персонала выделяется всестороннее изучение рынка труда и спроса на профессии,

адаптация образования и компетенций специалистов к потребностям работодателей, адресность обучения и занятости для отраслей и сфер деятельности. С другой стороны, маркетинг персонала оказывает активное воздействие на конъюнктуру и существующий спрос на рынке, на формирование и видоизменение кадровых потребностей, на квалификацию и профессионализм. Основу маркетинговой деятельности внутри фирмы составляет реализация функций и принципов маркетинга, разработка требований к персоналу, исследование рынка труда, налаживание коммуникаций, организация обучения и переподготовки, установление планов, графиков и методик оценки качества, развертывание службы сервиса и социальной поддержки работников.

Маркетинг персонала является внутренним маркетингом предприятия, особым видом управленческой деятельности, направленным на привлечение, удержание, обучение и мотивацию высокопрофессиональных специалистов, умеющих и желающих оказывать качественные услуги клиентам организации. В маркетинге персонала ценно прогнозирование и планирование кадрового обеспечения не только по составу и структуре, но в сочетании с качеством и мотивацией труда, индивидуальной заинтересованностью каждого специалиста, перспективами карьерного, профессионального и интеллектуального развития работника с миссией, целями и задачами организации. Формирование команды профессионалов, высокий уровень знаний, опыт, компетенции, лояльность и увлеченность профессией, создают внутреннюю среду, в которой маркетинг организует, обеспечивает постоянное повышение квалификации и самообразования в составе служебных обязанностей каждого работника организации. Для этого в компаниях создаются внутренние университеты, группы наставников, курсы повышения квалификации, способствующие повышению уровня профессионального образования, статуса и оплаты труда. [12 с. 42 - 46]

Маркетинговые стратегии, ситуационный анализ и прогнозы направлены также на сохранение и удержание уникальных, квалифицированных специалистов, составляющих ядро любой организации, что не исключает, а подчеркивает знание и влияние маркетингового управления для продвижения кадров по служебной лестнице, на оптимизацию рыночного поведения и поиск новых предприятий и организаций. Квалифицированные кадры с переходом в другие организации не только решают вопросы повышения статуса, зарплаты, самореализации, но и опосредованно укрепляют репутацию предыдущей организации, подготовившей таких хороших специалистов. [13с.67 - 68]

В некоторых научных публикациях указывается, что в Европе оптимальным вариантом считается продолжительность работы на одном месте в течение 3 - 4 лет, потому, что за это время сотрудник имеет возможность полностью проявить себя и подняться до максимально возможной оплаты труда. В США отрезок времени, необходимый для максимального продвижения по карьерной лестнице, сокращен до 2 - 3 лет. В России работодатели, как правило, настороженно относятся к работникам, меняющим работу чаще одного раза в 4 - 5 лет. [12 с.66 - 68] Однако и у нас в крупных компаниях, корпорациях у специалистов выстраивается динамичная карьера, основанная на самоуправлении, самореализации при замене сферы деятельности или переходе в команды конкурентов с помощью маркетинга. Например, в ретейле начальная ступенька –это стажировка на вакансии консультант, продавец - кассир, мерчендайзер, сотрудник склада. Затем можно пройти обучение на одну из офисных должностей и работать в офисе на постоянной работе. В зависимости от того,

какой график и интенсивность работы требуется, можно выбрать себе подходящий вариант, либо попробовать свои силы в разном качестве.

Для понимания сущности и точного определения маркетинга персонала сравним мнения ученых, указывающих, что это вид управленческой деятельности, направленный на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами, это философия и стратегия управления человеческими ресурсами, инструменты и особый тип стратегического управления для долговременного обеспечения организации трудовыми ресурсами, персоналом, кадрами, специалистами.[4,17,29] Многообразие определений свидетельствует о емком содержании маркетинга персонала и многофункциональном влиянии на конкурентоспособность и эффективность работы предприятий.

Маркетинг персонала включает методологию, стратегии, инструменты и программы по стратегическому прогнозированию и формированию качественных профессионалов, трудового потенциала и управлению карьерой специалистов на уровне фирмы. Трудовой, маркетинговый, информационный, интеллектуальный, творческий и научный потенциалы образуют стратегический потенциал, с помощью которого возможно решение конкретных целевых задач развития, повышения конкурентоспособности и позиционирования на рынке.[12]

В маркетинге персонала на уровне предприятия персонал (работающий и потенциальный) рассматриваются в качестве клиентов фирмы, что позволяет определить персонал - маркетинг в узком смысле, то есть как особую функцию службы управления персоналом. Маркетинг персонала тесно связан с менеджментом и предполагает выделение специфической деятельности - службы управления персоналом, нацеленной на удовлетворение потребностей предприятия в кадрах. Современный маркетинг - менеджмент регулирует отношения с персоналом внутри фирмы и обеспечивает связи с внешней средой, рынком труда, сферой образования и наукой.

Маркетинговая деятельность на уровне фирмы относительно обособлена от других задач кадровой работы и включает в себя анализ внешних и внутренних факторов, определяющих направления маркетинговой деятельности; разработку и реализацию мероприятий по направлению персонал - маркетинга, разработку профессиональных требований к персоналу; определение качественной и количественной потребности в персонале; расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор источников и путей покрытия потребности в персонале.[14 с. 75 - 77]

Важно подчеркнуть, что маркетинг персонала не замыкается на уровне предприятия или фирмы, действуя в направлении рынка труда, он решает задачи оптимизации движения кадров по вертикали и горизонтали и вовлечения трудовых ресурсов в процесс создания материальных и нематериальных ценностей. **Маркетинговая деятельность только тогда становится важной, незаменимой и актуальной для предприятий, когда рынок вакансий на этой территории начинает превращаться в рынок квалифицированных трудовых ресурсов, ориентированных на потребителя - работодателя, когда предложение начинает превышать спрос и на рынке и растет предложение качественного труда.**

В современных научных подходах к определению состава, содержания и задач маркетинга персонала выделяют два основных аспекта:

1. Персонал оценивается и анализируется в качестве внешних и внутренних клиентов организации. Целью такого маркетинга является оптимальное использование кадровых ресурсов путем создания максимально благоприятных условий труда, содействующих повышению его эффективности, развитию в каждом сотруднике партнерского и лояльного отношения к организации. На практике это является презентацией, предоставлением вакансий на предприятии своим собственным сотрудникам.

2. Персонал предприятия находится под влиянием функционального регулирования службы управления персоналом, направленной на выявление и покрытие потребности предприятия в кадровых ресурсах. В этой связи маркетинг выступает инструментом управления персоналом.[34 с.34 - 36]

Процесс маркетингового влияния приобретает турбулентную и дискорданционную направленность: на трудовые ресурсы, на персонал, на рынок трудовых ресурсов, на кадровые службы, на внутренние структуры и на внешнюю среду. Разнонаправленность и взаимозависимость элементов маркетинга в структуре управления кадрами не только усложняет работу, но объясняет важность и ценность маркетинговых подходов и стратегий. Упорядоченная структура, систематизированные инструменты и логичность влияния строятся на основе классических знаний, опыта и интуитивной прозорливости.

В маркетинге персонала, по мнению Р. Бюннера, рабочее место определяется как продукт, который продается на рынке труда, а сам труд выступает товаром с определенными качественными и количественными характеристиками. С этой позиции в понятие маркетинга персонала можно включать направление стратегического и оперативного планирования персонала; управление информационной базой для работы с персоналом, механизм повышения лояльности с помощью методов исследования внешнего и внутреннего рынка труда;□ инструменты формирования имиджа фирмы, привлекательности работодателя через коммуникации с целевыми сегментами рынка. [2 с.78 - 88]

В качестве основных направлений маркетинга персонала принято выделять разработку требований к персоналу; определение потребности и расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор путей покрытия потребности в персонале и т.д. [4, 15, 22]. Однако этот подход не исключает требований к самому работодателю, к качеству отношений и условиям работы, стимулам и рычагам управления, гарантиям и статусу рабочего места и фирмы.

В соответствии с таким подходом маркетинговое управление регулирует связи и активизирует вовлечение кадрового потенциала в рыночные отношения. В структуре кадрового потенциала выделяются элементы, способности, навыки и основы: био - физиологические, интеллектуальные, социальные, технологические, экономические, профессиональные и синергетические. Био - физиологические особенности изначально сформированы в результате генетики, биологии, физиологии, темперамента и личности работника, использование их ограничено временем, возрастом, здоровьем, мотивацией и целями самого человека. *Интеллектуальные* способности не имеют ограничений и границ, используются частично в соответствии с динамикой реализации потенциала. *Социальные отношения и связи, формирующиеся под влиянием внешнего окружения и при включении личности* в коллективную деятельность, отличаются по активности, социализации, личностным характеристикам каждого сотрудника, развиваются и видоизменяются в соответствии с целями, интересами и задачами предприятия и личности. Научно - технологические, организационно - экономические и профессиональные способности зависят от степени вовлечения личности в экономические связи, от поведения специалиста на рынке труда, от образования, обучения, научно - технического и информационного обеспечения, карьерных устремлений, интересов и компетентности. В совокупности потенциальные способности могут и должны при позитивных условиях и высокой заинтересованности порождать синергетический эффект, усиливающий потенциал использования кадров организации. Даже отдельные ограничения в формировании и развитии потенциала могут быть заменены, компенсированы и усилены терпением, настойчивостью и трудолюбием работников.

При оценке кадрового потенциала на предприятии выделяется и уточняется степень влияния на личность социальных условия и взаимоотношений работников, образующих команду. Если поведение и эффективность труда специалистов зависит от морально - этических качеств, квалификации, степени вовлечения в совместный труд, отличается целостностью, едиными или согласованными целями, задачами, технологиями, потребностями и мотивами, то маркетинговое управление оптимизирует вовлечение в процесс труда с помощью коммуникаций, корпоративной культуры, миссии, стратегий.

Социальный потенциал способствует развитию коммуникативных способностей и проявляется во взаимоотношениях персонала и команды. Значительным фактором формирования потенциала является заинтересованность в работе и профессиональный опыт, получаемый в период трудовой деятельности. При разработке программы управления реализацией трудового потенциала маркетинг задействует механизм компенсации отсутствующих или недостаточно развитых способностей. [22 с.58 - 59] Для этого необходим мониторинг, бенчмаркинг, экспертная и ситуационная оценка состава и качества кадрового потенциала на каждой стадии жизненного цикла фирмы и персонала, на всех этапах построения карьеры, от обучения, переподготовки, повышения квалификации,

самообразования, накопления профессионального опыта до завершения своей деятельности.

Таблица 1 – Содержание и особенности маркетинга персонала

Признак	Маркетинг персонала
Сущность определения	Вид управленческой деятельности, направленный на выявление, определение и удовлетворение потребности организации в персонале
Зарождение понятия	70 - е гг. XXв. в рамках концепции управления человеческими ресурсами
Идея	Поиск качественного персонала, профессионалов и специалистов для достижения стратегических целей и решения задач организации
Цель	Формирование и рациональное использование кадрового потенциала для полного обеспечения специалистами и повышения эффективности труда
Субъект деятельности	Высшее руководство, служба управления персоналом, кадровая служба
Объект деятельности	Рабочая сила, рабочее место, качество труда, компетенции, карьера, трудовые ресурсы, персонал, работники
Стратегическая роль	Инструмент долгосрочной кадровой политики организации
Управленческий подход	Внедрение концепции, стратегий и функций маркетинга в управление трудовыми ресурсами
Основная сфера применения	Крупные организации, корпорации, фирмы, компании

Повышение ценности и качества обучения основано на стандартизации в сфере образования, для чего применяются государственные образовательные стандарты; технологии и средства контроля соблюдения требований действующих стандартов и оценки их достижения; организационные структуры, реализующие контроль и оценку.[14 с.87 - 88] При этом стандартизация компетентности и профессионализма должна быть сопряжена с качественными параметрами оценки: уровнем интереса, целевыми характеристиками, мировоззрением, творческой активностью, интуитивной прозорливостью, способностью к обучению и саморазвитию.

Маркетинг персонала на уровне самого специалиста, находящегося в поиске работы, формируется, изменяется и проявляется с учётом многообразия нужд и потребности людей в самореализации. При поиске вакансий для каждого незанятого работника необходимо самостоятельно выявить и определить, что в большей степени интересует его как

профессионала: большое, среднее или малое предприятие; частный или государственный сектор; какая отрасль экономики и вид деятельности; работа с техникой или людьми; режим и напряженность труда, спокойный, размеренный режим или импульсивный ритм работы; характер отношений с руководством и коллективом; индивидуальная работа, в небольшой группе или в большом коллективе, творческая или рутинная; удаленность работы от места жительства, переезд на новое место жительства, выезды в длительные командировки, зарплата и системы мотивации труда; работа на одном или в разных местах; в помещении или на открытом воздухе и многое другое. [43с.78] Поиск работы начинается не с оценки информации о вакансиях, а с самоанализа, ситуационного анализа сильных, слабых сторон личности, возможностей и угроз внешней среды и конкурентных преимуществ специалиста. Затем возможно консультация эксперта, который поможет разобраться с желаниями, целями и рисками на пути становления специалиста или выбора работы.

Таким образом, маркетинг персонала является концепцией, методологией и инструментом управления кадрами, направленным на достижение целей организации по обеспечению специалистами. Маркетинг персонала позволяет выявить спрос на работников и предложение рынка труда, обосновать требования к персоналу, выявить социальные потребности в процессе профессиональной деятельности и обеспечить удовлетворения этих требований и потребностей более эффективными, чем у конкурентов, способами.

2. Особенности маркетингового управления трудовыми ресурсами

Трудовые ресурсы представляют собой часть населения страны, которая по физическому развитию, приобретенному образованию, профессионально - квалификационному уровню способна заниматься результативной, положительной, общественно - полезной деятельностью. Такие граждане, личности, индивидуумы обладают физическим развитием, интеллектуальными (умственными) способностями, заинтересованностью и мотивацией, необходимыми для трудовой деятельности. В трудовые ресурсы входят как занятые активные, так и потенциальные работники.[24 с.56 - 66]

Маркетинговое управление трудовыми ресурсами сформировалось на основе исторического развития кадровых служб, тесно связанных со становлением служб организованного трудоустройства населения. Возникновение таких служб в странах Западной Европы было обусловлено массовой безработицей, а функциональным содержанием являлось трудовое посредничество, осуществляемое профессиональными союзами и союзами предпринимателей. Позднее возникли государственные органы трудоустройства - биржи труда, агентства, конторы по трудоустройству. Во Франции, например, первая государственная биржа труда была создана в 1897г., в Англии закон об организации правительственных бирж труда в городах с числом жителей 25 тыс. и более был принят в 1909 г., в России - в августе 1917года. [44] Организация государственного распределения рабочей силы при советской власти началась с создания службы трудоустройства, основными звеньями которой по декрету Совнаркома являлись биржи труда, регистрировавшие всех граждан, ищущих работу, и все свободные рабочие места; занимавшиеся социальным страхованием и выплатами пособий по безработице с оказанием посреднических услуг по найму; статистикой трудовой конъюнктуры; изданием бюллетеней о состоянии местного рынка труда.[10 с. 34 - 36]

Развитие рыночных отношений и глобальный характер проблем становления рынка оказывают влияние на функционирование любой организации, включая систему

управления человеческими ресурсами, структуру организации, способы передачи информации, организационную культуру, имидж, репутация и конкурентоспособность. По мере развития рыночных отношений и становления бизнеса повышается значение взаимодействия рынка труда и профессионалов, управления и кадрового обеспечения организаций. Основными причинами низкой результативности управления человеческими ресурсами является слабая адаптация менеджмента к рыночным условиям, недостаточное качество и организация маркетинг - менеджмента на предприятии, невысокий уровень кадрового обеспечения и новаторской работа кадровых служб.

В 2012 г. в Трудовом Кодексе РФ появилось понятие профессионального стандарта, в статье 195.1 «Понятия квалификации работника, профессионального стандарта» дается определение терминам «квалификация работника» и «профессиональный стандарт». Это характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности. С учетом профессиональных стандартов будут устанавливаться тарифные системы оплаты труда, а также системы оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений. Профильные профессиональные HR - сообщества – Ассоциация консультантов по подбору персонала (АКПП) и Национальная конфедерация «Развитие человеческого капитала» (НК РЧК) – сформировали рабочую группу по разработке межотраслевого и отраслевого профстандартов «Специалист по подбору персонала (рекрутер)». В Канаде аналогичный стандарт для специалистов HR - менеджмента был разработан еще в 1998 г. [34 с.87 - 80]

В зависимости от темпов формирования рыночной инфраструктуры и самого рынка труда менялось восприятие и значимость трудовых ресурсов. После кризиса на рынке труда в ходе шоковой терапии 1990 - х годов, возобновившийся рост экономики позволил снизить уровень безработицы и увеличить занятость населения. В 2013 году Россия занимала первое место в СНГ по общему количеству безработных (более 4 миллионов человек)[1]. Официальный уровень безработицы в России, по состоянию на апрель 2015 года, по данным «Росстата», составил 5,8 % экономически активного населения или 4,4 миллиона человек.[45 с.55 - 57]

Получение информации об изменениях на рынке труда позволяет бизнесу выстраивать свою стратегию развития. Численность экономически активного населения в возрасте 15 - 72 лет (занятые + безработные) в феврале 2015г. составила 75,8 млн.человек, или 52 % от общей численности населения страны. [34] Минимальный потенциал трудовой активности имеют регионы с большой численностью в структуре населения детей (Северный Кавказ, юг Сибири). Высокий консерватизм социальной структуры на Северном Кавказе не обеспечивает активному населению достаточного применения местях постоянного проживания. Поэтому они вынуждены искать приложение своей активности в других регионах России, возвращаясь, однако, на историческую родину после самореализации.[35]

С учетом особенностей распределения трудовых ресурсов по регионам страны, различного спроса на профессии и предоставления вакансий в различных секторах и отраслях национальной экономики вырисовывается общая картина, отражающая динамику и структуру рынка. Возрастает доля занятых в отраслях нематериального производства с 29,4 до 31,3 % , снижается доля занятого населения в промышленности (с 29,6 до 25,7 %), строительстве (с 11 до 9,7 %), науке и научном обслуживании (с 3,2 до 2,5 %). Отмечается увеличение удельного веса занятого населения в торговле, общественном питании,

материально - техническом снабжении, сбыте и заготовках (с 7,9 до 9,7 %), кредитовании, финансах и страховании (с 0,7 до 1,3 %), аппарате органов управления (с 2,1 до 2,5 %) [10 с.65 - 66].

Изменение структуры занятости по отраслям народного хозяйства и сферам приложения труда свидетельствует о развитии рыночных структур в экономике. Однако сокращение численности профессионалов, занятых в науке, научном обслуживании, образовании отражает негативные процессы в РФ. Если в мировой практике рост расходов на науку с 2007 по 2013 г. составил 30,7 % , обогнав рост глобального ВВП (20 %), то в России пока доля расходов составила только 1,3 % ВВП. На 2016 год бюджетная поддержка научных исследований гражданского назначения будет сокращена на 13,8 % , а расходы на образование станут ниже на 9,4 % по сравнению с уровнем 2015 года. Фактическое же сокращение государственной поддержки науки и образования будет еще более значительным, поскольку эти цифры не учитывают инфляции и резкого падения курса рубля. В январе 2016г. курс рубля к доллару достиг 77 , а инфляция составила 12,9 % . Правительству приходится начинать год с бюджетного секвестра, сокращая расходы на 10 % . В этих условиях бизнесу все - таки самостоятельно придется искать пути преодоления негативных тенденций и формировать систему занятости и обеспечения трудовыми ресурсами.[25 с. 55 - 56]

На электронном портале «Деловая жизнь» приведены результаты исследования самых востребованных профессий в 2015году, среди которых коллектор, аудитор, веб - мастер, все профессии требующие специальных знаний и навыков. В зависимости от внешней среды, государственной политики и степени влияния рыночных факторов происходит трансформация спроса на специалистов. В соответствии с развитием науки появляются новые профессии. Так в сфере нанотехнологий, которые охватят практически все отрасли и сферы деятельности: **машиностроение, космические объекты, медицину, пищевую промышленность**, востребованной новой профессией становится нанотехнолог - это высококвалифицированный специалист в области фундаментальной науки, изучающей возможность создавать и модифицировать объекты, включающие компоненты с размерами менее 100 нанометров. [45 с.24 - 27]

Таблица 2 - Ранжирование самых востребованных профессий, 2015г.

Профессии	Причина роста спроса	Оплата труда, тыс. руб.
1. Коллектор	Растут долги населения перед банками, требуются люди, способные возвращать деньги кредиторам	30 - 200
2. Аудиторы	В условиях рисков, банкротства, изменения реструктуризации внешних заимствований нужны специалисты по оценке и контролю	60 - 150
3. Веб мастер	Растет компьютерная грамотность населения, усиливается обмен информацией, развивается интернет - торговля, влияния интернета на клиентскую базу, качество связи с клиентами и подача информации в сети	50 - 90

4. Личный телохранитель	В условиях высоких рисков требуется обеспечение безопасности складов, офисов, стоянок, супермаркетов, жилых комплексов, квартир, банков и физических лиц	50 - 120
5. Пропагандист	Распространение идеологических и политических воззрений на аудиторию с целью формирования взглядов, ценностей, представлений, эмоций, идеологии, оказания влияния на поведение человека или общества	70 - 100
6. Интернет – организатор	Организацией интернет - дискуссий и комментирование политических тем в соцсетях, на форумах и информационных порталах.	80 - 150
7. IT – специалист	Растет спрос на системы защиты для конкретных предприятий, требуется защита локальных компьютерных сетей от вирусных атак или взлома хакеров. Необходимо предотвращать утечку важной информации, изменение данных, некомпетентность (незнание) и злой умысел собственных сотрудников, разрабатывать системы защиты важной информации об обороноспособности страны, формируют секретные базы данных.	60 - 90
8. Личный водитель	Отмечено желание работодателя снять с себя все обязанности, связанные с вождением и содержанием автомобиля, поскольку движение на дорогах крупных мегаполисов в последнее время стало чрезвычайно напряжённым. Рост спроса на осуществление транспортных пассажирских перевозок самого нанимателя и членов его семьи	60 - 80
9. Шеф – повар	Развитие ресторанного бизнеса активизирует спрос на профессию, специалист не просто готовит, а придумывает, выискивает и совершенствует рецепты редких блюд. В именитых заведениях начинающий повар получает немного (до \$800), но работа считается престижной. В остальных заведениях новичок может зарабатывать от 700\$ до 2000\$. Однако профи советуют молодым шеф - поварам не смотреть на зарплату, а ориентироваться на место в проверенном, престижном ресторане.	40 - 80
10. Врач стоматолог	Уровень жизни, мировые тенденции в уходе за зубами, необходимость изменения прикуса у детей и взрослых, влияют на частоту обращений в частные клиники, медицинские центры. Спрос на лечение кариеса, пульпита, периодонтита, эндодонтии, протезирование, проведение комплексных консультаций, стремление иметь красивые зубы.	50 - 80

Основная деятельность нанотехнолога связана с работой со знаковыми системами различного уровня, условными символами, цифрами и кодами, что позволяет отнести профессию по предмету труда к типу «Человек – Знаковая система». Профессию можно отнести к типу «Человек – Техника», так как работа нанотехнолога связана с техническими устройствами, их свойствами. Представители специальности могут работать в научно - исследовательских институтах, производственных компаниях, специализирующихся на изготовлении оборудования для наноисследований, производящих наноматериалы и изделия из них, в организациях высшего образования. [45с.55 - 57]

На 2016г. прогнозируется сокращения среди работников образования, финансовой сферы, здравоохранения. Хотя, по данным Минздрава, в стране катастрофически не хватает врачей в регионах. Массовые сокращения планируются в сфере железнодорожного обслуживания, но компании по авиаперевозкам отмечают дефицит пилотов и технических специалистов. Большим спросом пользуются инженеры высокой квалификации, менеджеры по продажам, квалифицированные управляющие кадры, специалисты по ИТ - технологиям. На ближайшую перспективу предприятия России не планируют увеличивать количество рабочих мест, не хотят рисковать расширением производства, но спрос на квалифицированных работников остается растущим. Параллельно с линейным процессом формирования спроса и заполнения вакансий идет процесс перераспределения специалистов по качеству и компетенциям, перехода из разных отраслей и сфер деятельности, развития смежных специальностей.

Проведенный анализ фактического изменения уровня гарантированного вознаграждения за 2014—2015 гг. показал, что, несмотря на заявленное компаниями в начале 2015 года намерение пересмотреть уровень заработных плат на 7 % , чтобы компенсировать рост инфляции и девальвацию рубля, все - таки повышение за год едва достигло 5,4 % , что на 2,2 процентных пункта ниже, чем показатель прошлого года, а в динамике за 2013—2015 гг. по темпам заработная плата уменьшилась вдвое (11 % в 2013 г.). Следует отметить, что все компенсационные меры значительно меньше инфляции и не отвечают задачам стимулирования занятости. **Средняя зарплата в России на 2015 год составила 31325 руб., а после уплаты налогов — 27250 руб.** [32 с.50 - 53] Однако этот уровень отражает весьма широкую дифференциацию доходов по отраслям и регионам. Например, в Брянской области средняя зарплата за 2015 год составила 18тыс.руб. По состоянию на 16.01.16, по профессии рабочий в Брянске открыто 29 вакансий. Для 31 % открытых вакансий, работодатели указали заработную плату в размере 8 — 16, 4 тыс. руб., по 27 % объявлений с зарплатой 16 400 - 24 800 руб, и 21 % с зарплатой 24, 8 — 33, 2 тыс. руб. По профессии Учитель в Брянске открыто всего 2 вакансий, для них работодатели указали заработную плату в размере 15, 2тыс. Руб. Почти четверть брянских учителей – пенсионеры, более 20 лет стажа имеют 63 процента учителей, а количество молодых педагогов всего 5,2 процента.

Данные статистики свидетельствуют что, что по итогам первого квартала 2015 года количество россиян с доходами ниже прожиточного минимума достигло 22,9 млн. человек, что по сравнению с аналогичным периодом 2014 года больше на 3,1 млн. человек (19,8 млн.).[33]

Таблица 3 — Направления и принципы формирования кадровой службы

Направления	Принципы	Функции
Оценка рынка трудовых ресурсов, вакансий	Научность, системность, реальность и комплексность	Удовлетворение спроса на специалистов на основе планирования , прогнозирования и моделирования
Решение задач предприятия по набору и отбору персонала	использование достижений научных дисциплин, имеющих своим объектом человека,	Систематическая оценка рынка труда, вакансий на предприятиях и предложения образовательными учреждениями
Организация и управление процессом введения персонала на предприятие	социальные общности, организации, компетенции, организация труда	Заклучение и расторжение трудовых договоров, определение компенсационного пакета
Обоснование системы профессиональной ориентации и адаптации	системность в восприятии объектов исследования, управления и факторов, влияющих на их поведение;	Выработка технологий и стратегий повышения квалификации. Разработка программ повышения квалификации и карьерного роста
Управление индивидуальной работой с персоналом	гуманизм, основывающийся на индивидуальном подходе, восприятии персонала как главного достояния организации, а каждого работника - как уникальной личности с большим потенциалом	Разработка индивидуальных программ профессионального развития на уровне предприятия. Мотивация и стимулирование персонала
Развитие карьеры сотрудников,	Профессионализм, предполагающий у работников образования, опыта и контекстуальных навыков, позволяющих эффективно управлять персоналом организации.	Оценка возможности и эффективности перехода на другую работу, повышения степени активности и оптимальности рыночного поведения. Гармонизация роста производительности и оплаты труда
Управление коммуникациями	Программа карьерного роста, динамика и	Гарантирование коммуникационного и информационного обеспечения и

на предприятии	качество труда	кадров
Управление дисциплиной, поведением	Регламенты, правила, кодексы	Корпоративная культура и дисциплина
Улучшение условий работы и решение социальных вопросов	Социальные гарантии, стимуляция, мотивация	Принятие управленческих решений и контроль выполнения планов и программ

Интересные цифры приводит РБК: за декабрь 2015г. количество вакансий сократилось на 11 % , а число поданных резюме выросло на 14 % .

По данным исследовательского холдинга «РОМИР» доля ответов, в которых россияне отмечают важность хорошего заработка, почти не изменилась за 11 лет, увеличившись с 33 % в 2004 г. до 36 % в 2015г. Общий показатель важности материальных факторов достиг уровня 81 % .

Специалисты «Ромир» подчеркивают неизменность доли респондентов, отмечающих возможность реализации творческих способностей. В 2004 г. 15 % респондентов выделили фактор реализации творческого потенциала как ключевой, а в ходе современного опроса с этим согласились 16 % россиян. Значимость фактора меняется с возрастом, растет доля ответов о возможности творческой реализации в работе среди молодежной аудитории (17–18 %), пик достигает в возрастной группе 35–44 лет (21 %). Такие различия в спросе на профессии, деловой активности населения, оплате труда и занятости отражаются на поведении работников и должны учитываться при выборе стратегий развития и управлении ресурсами предприятий.

Оформляется тренд изменения значимости самого коллектива для работника, ответы отражают снижение влияния коллектива на развитие персонала. Для возрастной категории старше 45 лет интерес к творческой реализации несколько уменьшается, но остается ценной стабильность и устойчивость коллектива. Если в 2004 г. почти 18 % респондентов отмечали важность хорошего коллектива, то в 2015 г. качество отношений в коллективе волнует только каждого восьмого россиянина (12 %). В 2015 году уже 12 % респондентов выразили надежду на то, что работа позволит подняться по карьерной лестнице и достичь успеха в будущем, но 10 лет назад в это верили только 6 % россиян. Доля ответов выше среди молодых россиян 18–34 лет, а также среди респондентов с высшим образованием. Учет мнений сотрудников, специалистов позволяет адаптировать стратегии управления персоналом к современным требованиям, варьируя по стратам и группам.[43 с.54 - 55]

Выстраивание кадровой политики, как основы управления персоналом, требует опыта, знаний и обоснованных стратегий. В зависимости от ситуации на рынке и целей организации выбирают пассивную, активную, реактивную и превентивную политику. Рациональная кадровая политика позволяет сделать оценку и обосновывать варианты обеспечения фирмы персоналом и развития кадровой службы с учетом ситуации и на основе эффективных управленческих решений.

С развитием коммуникаций значительное влияние на кадровую политику в организации оказывают информационные технологии. Новые организационные формы управления

человеческими ресурсами возникают и развиваются на основе коммуникационных связей, которые координируют информационные потоки как внутри, так и вне организации и позволяют эффективно использовать пространство и время. Применение новых информационных технологий требует специальной подготовки и их внедрение должны осуществлять профессионалы, что не всегда возможно, так как часто отсутствуют специалисты нужной квалификации и оптимальное финансирование. [44 с.45 - 46]

Использование современных технологий при формировании кадровой политики позволяет совершенствовать профессиональный отбор и обучение работников, адаптировать специалистов в трудовом коллективе; развивать деловые, морально - этические, культурные и психологические качества; нейтрализовать вредных склонностей, привычек. При этом необходимо учитывать национальные, групповые традиции, духовные ценности и настроения людей, которые формируют корпоративную культуру. [17 с.60 - 62]

По статусу кадровая служба, как правило, является самостоятельным структурным подразделением. Структура кадровой службы может быть различной в зависимости от масштабов деятельности организаций, стратегии и тактики работы с персоналом. [21] Службы управления персоналом являются функциональными и напрямую не участвуют в управлении основной деятельностью сотрудников организации, а помогают руководителям всех уровней решать вопросы, связанные с наймом, перемещением, увольнением, обучением, социальным обеспечением персонала и ряд других вопросов. Поэтому оптимальным является сочетание полномочий линейных руководителей организации и специалистов по персоналу на основе их совместной ответственности. [33 с.89 - 90]

Маркетинговые исследования в работе с кадрами предполагают организацию процесса исследования, которое представляет собой перманентную и динамичную схему, логику генерирования необходимой информации для принятия маркетинговых решений, оценки поведения персонала и оптимизации кадровых задач. В общем виде процесс исследований – это последовательность этапов разработки и реализации исследовательского проекта, включающая деятельность по сбору, подготовке и разработке дизайна исследования, сбору данных, преобразованию, переработке их в полезную информацию, оценке качества информации, передаче этой информации лицу, принимающему решение. В поисковом (разведочном) исследовании основное внимание уделяется генерации идей и сбору информации, помогающей понять проблему. К поисковым исследованиям относятся работа с научной литературой, статистическими данными, информацией бенчмаркинга, экспертными опросами и оценкой, фокус - группами, тестированием и анкетированием, мониторингом ситуации. Описательное исследование связано с определением частоты возникновения того или иного события или установлением взаимоотношений между двумя переменными. Каузальное исследование направлено на установление причинно - следственной связи, проводится в форме эксперимента. Проведение эксперимента требует детально выбранной рыночной территории, сегмента с целью прогнозирования объема продаж или прибыли от запланированных маркетинговых мероприятий в абсолютных или относительных величинах. [18 с.65 - 66]

Мировой опыт показывает, что оптимальным количеством работников, при котором появляется реальная потребность в создании самостоятельного структурированного подразделения управления персоналом, можно считать наличие в организации 50 - 70 сотрудников. В крупных организациях назревает необходимость создания разветвленной кадровой службы по различным направлениям деятельности, возглавляемой начальником отдела по персоналу.

Традиционно различают две группы принципов построения системы управления персоналом в организации: принципы, характеризующие требования к формированию системы управления персоналом, и принципы, определяющие направления развития системы управления персоналом, которые основываются на принципах изучения личности.

К первой группе принципов относятся: научность, использование достижений научных дисциплин, имеющих своим объектом человека, социальные общности, организации, труд. Ко второй группе принципов относятся:

- системность в восприятии объектов исследования, управления и факторов, влияющих на их поведение;

- гуманизм, основывающийся на индивидуальном подходе, восприятии персонала как главного достояния организации, а каждого работника - как уникальной личности с большим потенциалом;

- профессионализм, предполагающий у работников служб Управления персоналом наличие адекватного образования, опыта и контекстуальных навыков, позволяющих эффективно управлять персоналом организации.

Основная цель системы управления человеческими ресурсами организации заключается, на наш взгляд, в формировании и развитии кадрового потенциала, способствующего реализации экономической цели организации.[36 с.89 - 90]

Таким образом, важнейшими задачами управления человеческими ресурсами являются: эффективное использование; обеспечение максимального баланса процессов обновления и сохранения численного и качественного состава персонала в его развитии в соответствии с потребностями самой организации, требованиями действующего законодательства, состоянием рынка труда; обеспечение ценностных ориентаций персонала, способствующих достижению цели организации; работа с информацией о персонале на уровне, позволяющем получать своевременную и качественную информацию для анализа ситуации и принятия решения; организация системы стимулирования персонала, способствующей поддержанию заинтересованности работников в результатах труда, которые реализуются через кадровые службы организации.[42]

При разработке стратегий маркетинга персонала на одно из первых мест выходит ценность персонала. Ценность заключается в твердом убеждении, что выбранная форма поведения или конечного состояния существования является для человека или общества более предпочтительной, чем противоположная форма поведения или конечного состояния. Система ценностей в кадровой работе— это твердые убеждения, располагающиеся в континууме относительной важности профессиональных характеристик, касающихся предпочтительных форм поведения работников, эффективности труда и взаимодействия с рынком. [42 с.43 - 44]

Рис. 2 - Национальные модели управления персоналом

В науке выделяют терминальные и инструментальные ценности. Терминальные (конечные) - это самооценности, жизненные ценности, проявляющиеся как личностные убеждения (безопасность, мудрость, долг, достижения), относящиеся к целям или конечным состояниям, к которым стремится специалист и фирма. Наиболее распространенной является методика изучения ценностных ориентаций М. Рокича, основанная на прямом ранжировании списка ценностей. Сущностью является предположение, что ценности могут трансформироваться под влиянием воспитания и культуры. Инструментальные ценности (средства) — это убеждения (личностные черты) относительно способов поведения, с помощью которых достигаются терминальные ценности. Например, честное и убедительное поведение, принятие на себя ответственности за управленческие решения, за выбор маркетинговых стратегий. Инструментальные ценности могут группироваться в этические ценности, ценности общения, ценности дела; индивидуалистические и конформистские ценности, альтруистические ценности; ценности самоутверждения и ценности принятия других и т.д. Ранжирование помогает в управлении персоналом определиться с предпочтениями, задачами и тенденциями установления связей и контактов с работниками.[7 с.89 - 90]

ДОХОД	ОПТИМАЛЬНАЯ СТРУКТУРА И КАЧЕСТВО ПЕРСОНАЛА	ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
ЛИДЕРСТВО	СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА	ИННОВАЦИИ МАРКЕТИНГА
КАРЬЕРА	ПАРТНЕРСТВО	СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ
САМОРЕАЛИЗАЦИЯ	СТАТУС, ОБРАЗОВАНИЕ И МОТИВАЦИЯ	ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДА

Рис. 3. - Направления развития маркетинга персонала

Управление деловой карьерой — это комплекс мероприятий, проводимых кадровой службой организаций, по планированию, организации, мотивации и контролю служебного роста работника, исходя из его целей, потребностей, возможностей, способностей и склонностей, а также исходя из целей, потребностей, возможностей и социально - экономических условий организации.

Формой планирования карьеры становится карьерограмма, то есть документ, составляемый на 5—10 лет и содержащий обязательства администрации по перемещению работника (в виде формального перечня должностей, на которые он может реально претендовать), обязательства работника повышать уровень образования, квалификации, профессионального мастерства.[23 с. 43 - 44] Специалисты по маркетинговому коммуникациям применяют модели для оценки воздействия коммуникационных усилий на целевые аудитории и в качестве вспомогательного средства при определении коммуникационных целей. Модель AIDA описывает результат маркетинговых коммуникаций в виде четырехзвенной последовательности (осведомленность, интерес, желание, действие).

Модель «думать - чувствовать - делать» предполагает наличие трех этапов реакции на коммуникацию: сначала человек задумывается о полученном сигнале (мысль), затем вырабатывает отношение к нему (чувство) и, наконец, физически реагирует на действие. Модель доменов предполагает, что люди одновременно реагируют на коммуникацию несколькими способами, при этом получается три вида коммуникационных результатов: восприятие, обучение и убеждение.[28] Эффективность управления персоналом всегда связана с правовыми и этическими нормами и правилами. Каждая компания, специалисты по маркетингу и менеджменту должны выработать конкретные корпоративные и этические нормы, кодексы социальной ответственности и клиентоориентированности.

Если компания следует принципу деятельности на благо всего общества, то каждый ее менеджер должен не только действовать в рамках закона и принятых норм деловой практики, но и демонстрировать глубокую личную порядочность, корпоративную сознательность и заботу о благополучии потребителя. Такая четкая и продуманная позиция поможет менеджеру по маркетингу справиться с многочисленными сложными проблемами, как в маркетинге, так и в других случаях человеческой деятельности. Подобно инвайронментализму, этика в маркетинге ставит особые задачи для маркетологов, работающих на мировом рынке. Стандарты и деловая практика в разных странах различны, многие торговые и профессиональные ассоциации разработали для себя своеобразные "моральные кодексы", вслед за ними за разработку аналогичных кодексов принимаются и компании. Например, Американская ассоциация маркетинга (международная ассоциация, объединяющая менеджеров по маркетингу и студентов - будущих маркетологов) разработала собственный моральный кодекс. Более чем в 200 крупнейших американских компаниях есть "специалисты по этике" - руководители высокого ранга, которые занимаются вопросами и проблемами этического характера, возникающими в деятельности компании. В частности, в 1991 году компания Nynex создала у себя новую должность "вице - президента по вопросам этики", предоставив ему штат в 12 сотрудников и годовой бюджет в миллион долларов. С тех пор подготовку в "этическом отделе" прошли 95 тысяч работников Nynex. [42 с.45 - 46]

Среди других мероприятий по подготовке на основе этических норм выделяется проведение однодневных семинаров, на которых рассматриваются различные сложные с морально - этической точки зрения ситуации в маркетинге, финансах и других областях деятельности. Участие в таких семинарах приняли 43 тысячи менеджеров. В любой компании высокие моральные стандарты должны стать способом существования,

традицией, которая передается старшими служащими младшим, причем на всех уровнях организации. [21 с.67 - 68]

Главные направления в этическом маркетинге следующие:

- создание благоприятных условий для общения сотрудников с клиентами фирмы и другими контрагентами (поставщиками, партнерами и т.д.);
- использование максимального объема доступных маркетинговых коммуникаций для информирования и оптимизации связей с клиентами (выставки, ярмарки и реклама); разработка и реализации на практике имиджевой концепции фирмы с учётом ясности и понятности миссии фирмы всем работникам фирмы;
- планирование непредвиденных ситуаций, которые могут спровоцировать кризис в функционировании отдельных сегментов предприятия и в финансово - хозяйственной деятельности предприятия; точное следование законам, нормам и правилам корпоративного поведения.

Итак, маркетинг выполняет роль фундамента, каркаса, объединяющего необходимые знания, методы, навыки и действия для решения проблем развития организации. Маркетинг одновременно является системой мышления и действий, системой научных знаний, искусством эмоционального влияния с пассивным воздействием на людей. Перспективы развития и применения маркетинга связаны с ростом и значением кадрового потенциала, доминантой инвестирования в человеческие ресурсы, модернизацией системы образования, повышением ценности и влияния науки.

3. Виды маркетинга персонала

Современный маркетинг - это маркетинг долгосрочных отношений (Relationships Marketing), субъектами которых выступают производители, потребители и посредники. В отношении маркетинга персонала долгосрочные отношения возможны, если каждая конкретная сделка, действие строится таким образом, чтобы принести пользу всем участникам отношений. Суть маркетингового подхода в будущем заключена в общности ощущений, в деликатном отношении к персоналу, с учетом личностных особенностей, творческой индивидуальности. Уточненное понимание связано с балансом интересов всех главных субъектов маркетинга персонала: предприятия, потребителя, рынка труда, управленческого персонала и кадров. Сложность оптимизации, гармонизации и балансировки решений, связей и отношений становится исходным элементом для развития маркетинга персонала. Переориентация маркетинга персонала с массового, не дифференцированного подхода к индивидуальному, точечному и концентрированному обеспечивает эффективность управленческих решений на уровне предприятия.

Таблица 4 - Изменение содержания и нацеленности маркетинга персонала

Направления развития маркетинга	Сущность изменений	Цели
Холистический	Выстраивание целостной структуры, комплексное развитие, обновление и модификация функций, создаем условия для сотрудничества и сотворчества	Полнота, целостность и значимость маркетинга
Точечный	Ориентирован на узкую целевую аудиторию, к конкретному потенциальному потребителю, формирует благоприятную репутацию конкретной фирмы, заинтересовывает и добивается лояльного	Узкая аудитория - конкретность, глубина

	отношения	
Интрамаркетинг	Изменение внутренней структуры, когнитивное поле в сочетании с событийным (event) маркетингом	Внутренняя ценность
Нейромаркетинг	Исследование и применение базовых параметров потребительского поведения человека, с использованием достижений нейрофизиологии, когнитивной психологии	Нейрофизиология, вмешательство в психологию
Персонифицированный	Основой является мыслительный процесс и результат переноса на объект восприятия личностных качеств, рискованные элементы для digital стратегий, информационно насыщенная интеграция большого количества разных технологий, умение смешивать то, что могут делать технологии, и то, что могут сделать люди	Смешивание приемов при ориентации на персону, личность
Синергетический	Развития теории синергетики, синергетического управления и экономической синергетики, множество прямых и обратных, положительных и отрицательных связей, самоорганизующихся в рыночной среде, нелинейный качественно измененный маркетинг	Получение интегрированного усиленного эффекта от маркетинга

Индивидуальный маркетинг стал основой нового стиля, новой разновидности управления - менеджмента взаимоотношений с потребителями (Customer Relationship Management - CRM). Для кадровой службы актуально применение технологии HRM, которая включает в себя не только автоматизацию подбора персонала, но и автоматизированный расчет заработной платы, управление талантами, учет сотрудников, управление эффективностью и обучением, а также взаимодействие пользователей с системой.

Высокая стоимость технологий требует инвестиции, которые могут позволить себе только крупные компании. Но это вовсе не значит, что среднему и малому бизнесу ни к чему автоматизировать работу HR - службы. Для этих компаний имеет смысл начать с автоматизации подбора персонала, причем альтернативным решением комплексным HRM - системам послужит **CRM для рекрутинга, которая** позволит оптимизировать рабочее время рекрутера или HR - менеджера, выполняющего функции подбора персонала.

При формировании инструментария маркетинга персонала одним из первых выделяют этап разработки комплекса маркетинга, или маркетинг - микс. Маркетинг - микс — это совокупность средств воздействия на потребителей целевого рынка с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию. В составе средств маркетингового воздействия называют товар, цена, место продажи, стимулирование продаж. [27] На основе маркетинг - микса появились модели «4Р», «7Р», «А», «С» и «D», 7С, SIVA, модель Майкла Портера «5 сил», Модель 2P+2C+3S. [34 с.45 - 46]

Для маркетинга персонала приобретает ценность персонализация, приватность, качество обслуживания, общность и связь интересов, информационная обеспеченность, работа

сайта, включенность граждан в процесс поиска решений (краудсорсинг), безопасность, стимулирование активного поведения.

В соответствии с основными сферами, областями и направлениям развития выделяют виды маркетинга: глобальный, международный, управленческий, региональный, стратегический, отраслевой, массовый, пробный, ремаркетинг и демаркетинг, конверсионный, синхромаркетинг, интегрированный, синергетический, сетевой, прямой, целевой, дифференцированный, латеральный.[3]

В отраслевом маркетинге определяют маркетинг B2B, B2C, промышленный - промтоваров народного потребления, промтоваров производственно - технического потребления; потребительский маркетинг, агромаркетинг, маркетинг услуг: образовательных, торговых, медицинских, строительных, консалтинговых, аудиторских, торговых, транспортных, театральных, спортивных. Эти виды маркетинга влияют на маркетинг персонала, взаимодействия с ним, обуславливают выбор стратегий развития.

Фокусируя свою деятельность на тщательно отобранных сегментах, приспособливая маркетинг - mix к нуждам потребителей конкретного сегмента, организация укрепляет свои позиции в определенной части рынка, и, как правило, сталкивается с меньшим количеством конкурентов. Новым подходом к формированию стратегий станет сотрудничество не только по вертикали, но и по горизонтали (с конкурентами). Обсуждение и сотворчество при разработке стратегий будет осуществляться не только со своими сотрудниками и консультантами, но и с потребителями, партнерами, общественными институтами, конкурентами. Соответственно преобразуются стратегические внешние информационные связи, обосновываются требования к персоналу на уровне предприятия и на уровне клиентов. Целевой маркетинг персонала фокусируется на определенной целевой группе работников, это может быть иностранный контингент для привлечения на отечественные предприятия, молодежь, женщины и т.д. Актуальным направлением целевого маркетинга является новое введение работника в организацию, что подразумевает два направления: введение в работу по полученной специальности и перепрофилирование в другую профессию.

Актуальным направлением целевого маркетинга является риплейсмент (replacement), или "нововведение работника" в организацию.[12 С.55 - 56] Нововведение работника в организацию осуществляется по двум направлениям: введение в работу по полученной специальности или вообще переход в другую профессию. К этой категории относят лиц, долгое время не работавших или работавших по специальности (профессии), но теперь такую деятельность они продолжать не могут или не хотят.

Типичный риплейсмент – это включение безработных в производственные отношения через службы занятости. В ситуации, если традиционных профессиональных новичков (выпускники средних и высших школ) по количеству и квалификации недостаточно, то обращаются к другим целевым группам. В таких группах, наряду с безработными, все большее значение приобретают две категории граждан: женщины в возрасте от 30 до 45 лет, которые после продолжительного перерыва по семейным обстоятельствам снова хотят вернуться к профессиональной деятельности, и солдаты срочной службы.[21с.43 - 44]

Особое место в маркетинге занимает персональный или эгоориентированный (личный) маркетинг, который может использоваться не только в сфере услуг, но и в жизни каждого человека. Индивидуальное применение маркетинга включает коммуникации и стратегии

формирования рыночного мировоззрения, презентации и саморазвития. Эгомаркетинг способствует повышению адаптации профессионалов к рыночным требованиям. Все это усиливает значение новых видов маркетинга, требует постоянного погружения в науку, накопления и структуризации знаний для применения их на практике.

Разрабатывая стратегию реализации маркетинга, предприятие может использовать массовый или целевой вариант. Массовая стратегия маркетинга предполагает большой потенциальный рынок, на котором, например, массовое стимулирование определенных услуг осуществляется одинаково для всех потребителей без различия. Целевая маркетинговая стратегия предполагает обслуживание конкретных групп потребителей, относящихся к одному или нескольким сегментам рынка, т.е. с учетом их особенностей. По сравнению с массовым целевой маркетинг имеет ряд преимуществ. Фокусируя свою деятельность на тщательно отобранных сегментах, приспособлявая маркетинг микс к нуждам потребителей конкретного сегмента, предприятие укрепляет свои позиции в определенной части рынка и, как правило, сталкивается с меньшим количеством конкурентов. [18 с.67 - 68]

Практика показывает, что при подготовке кадров интересы человека, общества, государства не всегда совпадают. Так, в Брянской и Челябинской областях (по данным службы занятости) от 40 до 50 % выпускников государственных и 90 % коммерческих вузов имеют специальности гуманитарной направленности, тогда как на 70 % заявленных вакансий требуются рабочие и специалисты технических специальностей. [15 с.76 - 77] Такая диспропорция требует усиления профориентации и совмещения образования и практической деятельности.

Приобретает значение маркетинг в профориентационной работе, которую следует понимать как систему социально - культурного и воспитательного воздействия на молодежь с целью подготовки к сознательному выбору профессии. В основе лежит комплекс государственных мероприятий, обеспечивающих научно обоснованный, практический выбор профессии. Достаточно сложно вырастить, воспитать и подготовить востребованного специалиста без погрешностей на всех уровнях, начиная с выбора профессии, совпадающей с требованиями рынка, желаниями и талантами самого человека, до повышения качества подготовки и точного выбора места работы.

Поиск работы начинается с внутренностного осознания того, что нужно специалисту, сравнения желаний и возможностей, критической оценки своих знаний, навыков и компетенций, создания и распространения резюме, информационной поддержки, включения в поиск и само презентацию. При выборе сферы деятельности можно опираться на разработки Генри Минцберга, который противопоставил стратегии «планирования» и «проработки». Выделение проработки в особую сферу предполагает изменение стратегии и тактики, подразумевает и акцентирует заинтересованность, увлеченность, ощущение близости и гармонии с подручными материалами, появившееся в результате многолетнего опыта и преданности делу. Формулировка и воплощение сливаются в плавный процесс обучения, в результате которого возникают неординарные стратегии. Чем меньше знакомы новые возможности, тем большее значение приобретает познание их посредством прямого участия, а не планирования. [31 с.54 - 55] Однако во многом поиску работы мешает страх ошибиться и неверно оценить свои возможности и умения. В этой связи в сфере образования, в СМИ и центрах занятости необходимо разработать и применить программу

активного погружения молодежи в различные виды деятельности без боязни потери времени, сил и средств, что только повысит уровень выбора, качество понимания и сравнения профессии.

Перспективными направлениями в работе на внутреннем рынке труда становится применение таких новых технологий, как внутренний маркетинг персонала, реплейсмент, аутплейсмент, контроллинг. Активное использование реплейсмента, замены одних работников другими, например, включение безработных в отношения занятости через службы занятости. Если традиционных профессиональных новичков (имеются в виду выпускники средних и высших школ) по количеству и квалификации не достаточно, систематически обращаются к другим группам. В них наряду с пригодными безработными все большее значение приобретают две категории — женщины в возрасте от 30 до 45 лет, которые после продолжительной «семейной паузы» снова хотят вернуться к профессиональной деятельности, и солдаты срочной службы.[5]

Аутплейсмент (англ. outplacement – «трудоустройство уволенных») представляет собой комплекс мер, направленных на смягчение негативных последствий увольнения сотрудников, включает психологическую поддержку и консультирование уволенных сотрудников, помощь в дальнейшем трудоустройстве за счет средств бывшего работодателя [21 с.67 - 68].

Контроллинг в маркетинге персонала является системой информационно - аналитической, экспертной и коммуникационной поддержки и целевого контроля для повышения эффективности управления кадрами. Функциональное назначение контроллинга проявляется в организации действий и командного духа менеджеров с адаптацией повеления к меняющимся условиям внешней среды, действия направлены на балансировку внутреннего маркетинга и деятельности во внешней среде для получения синергетического эффекта. [24 с.50 - 60]

Привлекательность возвращения к профессиональной деятельности не должна быть снижена предложением занятости на низком, чем прежде уровне (например, по оплате или выполняемым функционально - производственным заданиям). Опыт предприятий, реализующих стратегии риплейсмента, свидетельствует о значительном эффекте от внедрения, достигающий 15 - 20 % от прибыли. Например, целевое обращения ко временно не занятым женщинам, в том числе бывшим работницам предприятия, на основании гибкости предложений рабочих мест формируется и реализуется потенциал хорошо мотивированных специалистов.[27 с.44 - 45]

Особое значение для маркетинга персонала приобретает интрамаркетинг – внутреннее содержание, особый стиль решения практических задач маркетинга, когда главными факторами, влияющими на развитие организации, считаются когнитивные факторы, связанный с сознанием, мышлением. Когнитивный подход, познавательная ориентация, методическая база, органическая логика являются основой интрамаркетинга. В зависимости от фазы жизненного цикла фирмы меняется комплекс системных характеристик организации, что влияет на все аспекты ее работы: на принятый в ней стиль управления и принятия решений, на качество отношений, работ и услуг, на поведение и внешний вид сотрудников и офиса. При знакомстве с организацией фазовый анализ позволяет быстро и на основе ограниченных данных добраться до системной сути происходящего. Интрамаркетинг работает не только с контактами между сотрудниками и клиентами, но и с

остальными коммуникациями в системе рыночных отношений.[17 с.77 - 78] Применение когнитивной карты, позволяет анализировать и структурировать проблемы, выявлять факторы позитивного и негативного влияния, разрабатывать сценарии и стратегии развития персонала. В методический подход включены приемы психологии, теория графов и принятия решений.

Для выстраивания связей с персоналом используется оценка компетенций, которая характеризует способность не только накапливать, передавать знания и опыт, формировать умения, но также способность систематизировать и применять знания на практике, работать над ценностями, установками и повышением личной эффективности сотрудников. Основные индивидуальные компетенции работников могут быть разделены на четыре группы: профессиональные, методические, социальные, личностные. Профессиональные компетенции – это знания, которые работник получил в вузе, при переподготовке, в процессе работы и может предложить и реализовать их на уровне предприятия. Методические компетенции – это все методы, технологии, инструменты, которые способствуют полному использованию знаний, полученного через профессиональную компетенцию. Социальные компетенции включают все ценностно - необходимые, выработанные в процессе общения, не обусловленные работой мнения и поведенческие навыки по отношению к другим работникам. Личностные компетенции или самокомпетенции охватывают психофизиологические и характерологические элементы, темперамент, мотивацию, жизненный интерес, способности, одаренности, саморефлексию, самоконтроль, стрессовую устойчивость, выносливость, склонности, увлеченность, ценности и эмпатию.[43] В совокупности личностные компетенции как элементы эмоциональной интеллигентности, целостности личности важны в бизнесе так же, как профессиональные или функционально - методические компетенции. [55 с.45 - 46]

Как показывает практика, прослеживается двухсторонняя проблема, затрудняющая поиск работы для специалистов и нахождение нужного работника — для предприятия. С одной стороны, усложнение связано с некомпетентностью менеджеров по персоналу, отсутствием осведомленности о готовности выпускников, безработных, бывших солдат включиться в гражданскую службу, слабым использованием технологий информирования их о возможных условиях занятости. С другой стороны, нет достаточной информационной обеспеченности на всех уровнях для безработных, нет точных сведений о готовности рынка труда предложить им соответствующие рабочие места.

Для рационального раскрытия и последующего использования кадрового потенциала по территории страны может быть применен маркетинг персонала на местах, комбинированная структура холистического маркетинга, маркетинга отношений и регионального маркетинга с реализацией привлекательного реплейсмента.

Маркетинг отношений (максимаркетинг) ориентируется на максимальное укрепление индивидуальных отношений с потребителями с широким использованием современных телекоммуникационных средств.

Не исключается использование в маркетинге персонала краудсорсинга, информационной координации в решении вопросов занятости и трудоустройства с помощью интегрированных мнений и решений внешних аудиторий, пользователей, использование мнения группы, толпы в качестве ресурса. Целевая направленность строится на том, что из одной входящей идеи с помощью группы людей, объединенных общей целью, нужно

получить для компании конечный продукт в виде решения, готового для реализации или внедрения. Краудсорсинг персонала актуален для банковских структур, сферы образования, науки и искусства, маркетинга в спорте и государственной службы.

Трансформация маркетинга персонала происходит под влиянием корпоративных стратегий с усилением значения бренда компании, имиджа, статуса и интегрированных коммуникаций. Представляя маркетинг персонала как осознанный или новый взгляд организации на собственную привлекательность среди занятых и потенциальных работников, специалисты считают, что реализация маркетинга является задачей не только службы персонала, а также всех сотрудников, работающих с персоналом или представляющих организацию во внешней среде, начиная с руководства и заканчивая работниками отделов, связанных с потребителями (клиентами) и внешней деятельностью организации. [33] Еще раз следует подчеркнуть значение маркетинга персонала не только для рынка, предприятия, но и для специалистов, учеников, выпускников высших и средних профессиональных заведений, граждан частично занятых или временно безработных. Воздействие на конкретное лицо, индивидуализация маркетинга позволяет четко ставить задачи и выбирать инструменты персонального влияния.

Показатели эффективности маркетинга повышают достоверность, обеспечивают дополнение, конкретизацию и уточнение традиционных показателей эффективности финансовой деятельности, позволяя менеджерам по маркетингу оценивать, контролировать состояние рынка и управлять при помощи маркетинговой стратегии. Качественные методы предполагают использование маркетингового аудита, в ходе которого осуществляется всесторонний анализ внешней среды организации, а также всех угроз и возможностей. При этом можно выделить две области маркетингового контроля: маркетинговый контроль, ориентированный на результаты, и маркетинг - аудит, т.е. анализ качественных сторон деятельности организации.[32 с.87 - 89]

Количественные методы оценки эффективности маркетинга требуют сравнения затрат на маркетинг с полученной валовой прибылью и затрат на рекламу к объему продаж; они характеризуют конечные финансовые результаты деятельности организации. В общем виде эффективность маркетинговой деятельности (индекс доходности) определяют как отношение совокупной дисконтированной прибыли, полученной от реализации маркетинговых мероприятий в каждом году расчетного периода, к совокупным дисконтированным затратам на осуществление этих мероприятий. При этом маркетинговая деятельность эффективна, если индекс доходности больше ставки на капитал, и не эффективна – если меньше.[10]

В настоящее время появляется большое число информационных методов оценки эффективности маркетинга, которые наиболее широко рассмотрены в сети Internet. Суть данных методов заключается в том, что для оценки эффективности маркетинга используются программы Sales Expert 2, Success и др. Система Sales Expert 2 вобрала в себя пожелания свыше 600 российских пользователей первой версии Sales Expert и является в настоящее время самой распространенной в России и СНГ, предлагающей пользователям значительно больше возможностей для сбора маркетинговой информации и оценки маркетинга, управления процессами работы с клиентами и автоматизации работы сотрудников.[34 с.65 - 60]

В общем виде выделяют 3 категории показателей эффективности маркетинга: 1. Показатели рыночной эффективности для оценки внешних рыночных условий и привлекательности рынков. К ним относятся темпы роста, доля рынка, привлекательность рынка, привлекательность отрасли и потенциал рыночного спроса. 2. Показатели конкурентной эффективности, которые демонстрируют конкурентоспособность фирмы, ее кадров. К ним относится эффективность деятельности фирмы в отношении предложения вакансий,

условий и оплаты труда, имиджа, статуса, социальных гарантий и правовой защиты, конкурентоспособной цены, качества продукции и услуг, бренда и затрат. 3. Показатели деятельности клиента и специалиста характеризуют эффективность сотрудничества с потребителями, сбалансированность коммуникаций на всех уровнях управления персоналом. В составе этих показателей оценивается удовлетворенность, сохранение спроса, лояльности, осведомленности клиентов и воспринимаемой потребительской ценности труда. [19] Для маркетинга персонала эта группа показателей включает уровень занятости и эффектность труда, уровень лояльности и ценность кадров в компании, окупаемость инвестиций в персонал, удовлетворенность работой и карьерной динамикой, эффективность коммуникаций внутри фирмы и с внешними контактными аудиториями.

Исследование рынка труда (конъюнктурные, средние - и долгосрочные прогнозы), оценка конкурентоспособности, рекламы и стимулирования спроса, управления набором специалистов, профессиональным ростом, карьерой требуют серьезных расходов, поэтому расчет бюджета маркетинга становится важной, хотя и сложной оптимизационной задачей со многими переменными. В определении бюджета маркетинга большую роль играют такие неформализуемые факторы, как опыт высшего руководства фирмы, традиции и корпоративная культура компании, мониторинг и анализ маркетинговых расходов фирм - конкурентов. Расходы на внутренний маркетинг варьируют от 1 до 3 % от оборота фирмы, что явно недостаточно для маркетинга, но повышение расходов должно сочетаться с оптимизацией бюджета, структуры расходов и инструментов управления, что позволит повысить уровень окупаемости и эффективность маркетинговых решений. [45 с.90 - 91]

Ценность маркетинга не ограничивается коммерческой деятельностью, охватывает многообразие функций и технологий влияния. Растет значение это - и личного маркетинга, экологического и социально - этического маркетинга. Широкое и емкое понимание маркетинга, распространение его во все слои общества сталкивается с барьерами, связанными с незрелостью рыночных отношений, стереотипами, ментальностью и неуважительным отношением к потребителю, недостатком образованных специалистов, отсутствием ресурсов, интереса и желания бизнеса инвестировать в маркетинговые исследования. Кроме повышения значимости профессии и квалификации специалистов по маркетингу необходимо настойчивое и динамичное развитие маркетингового мышления у всех специалистов, граждан, общества. Маркетинговое мышление формируется и рождается в системе научно - информационных, социально - этических норм и отношений, мотивации и мировоззренческих позиций личности под влиянием образования, обучения, воспитания. Маркетинговые идеи и концепции вместе с экономическими и правовыми знаниями должны быть основными для каждого образованного и культурного человека.

Таким образом, формирование маркетинга персонала обеспечивает удовлетворение потребности предприятия в специалистах, ориентирует фирму на повышение эффективности

труда, занятости и выполнение поставленных стратегических задач с учетом рыночной ситуации и конъюнктуры.

Список использованной литературы

1. Абчук В.А. Прогнозирование в бизнесе, менеджменте и маркетинге. - М: Издательство Михайлова В. А. , 2005. - 448с.
2. Березин, И. Маркетинговые исследования: инструкция по применению / И. Березин. – М.: Юрайт, 2012. - 442с.
3. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
4. Богданова Е.Л. Маркетинговая концепция организации персонал - менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. М.: Прогресс – Академия, 1999. - 246с.
5. Бодо Шефер, Грундль Б. Простое лидерство. - М.: Попурри, 2013. - 176с.
6. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - М.: Экономистъ, 2006. — 670 с.
7. Гапошина Л.Г. Маркетинг кадрового обеспечения. Учебное пособие, М.: Дашков и К, 2002. - 116с.
8. Гамидуллаев Б. Н. Самоуправление. Потенциал личности. - Феникс, 2006. - 592с.
9. Дейнека А.В. Управление персоналом организации: Учебник для бакалавров. - СПб.: Дашков и К, 2014. - 288с.
10. Денисова А. HR - бюджет. Пошаговое руководство к действию , М.:Прспект, 2015. - 208с.
11. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. 3 - е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА - М, 2009. – 363 с.
12. Зайцева О.С., Чардымский М.Г. Маркетинговые и психологические аспекты деловых бесед и переговоров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 6. – С. 87 - 97
13. Зайцев Г., Черкасская Г. Управление деловой карьерой. М.:Издательство: Академия, 2007. - 256с.
14. Захаров Д. К. Маркетинг персонала: Монография.– М.: ГОУВПО Гос. ун - т упр., 2003. -
15. Железцов А. Маркетинг персонала. Оценка трудовой деятельности // Маркетинг. – 2002. – №2. – С. 53–64.
16. Иванова С.В. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. - 3 - е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
17. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом Учебник. (Серия:"Высшее образование")- М.:Издательство ИНФРА - М, 2006. - 304с.
18. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. - СПб:Питер,2008. - 1450с.
19. Котлер Ф. Триас де Бес Ф. Латеральный маркетинг. – М. :Альпина Паблишер, 2010. - 422с.
20. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван. – М.: Эксмо, 2011. - 326с.
21. Кови Стивен Р. Семь навыков высокопрофессиональных людей: Мощные инструменты развития личности. - М.:Альпина Палишер, 2006. - 246с.
22. Лукашевич В. Управление персоналом предприятий торговли и общественного питания, М.: ГЕЛАН, 2006. - 322с.

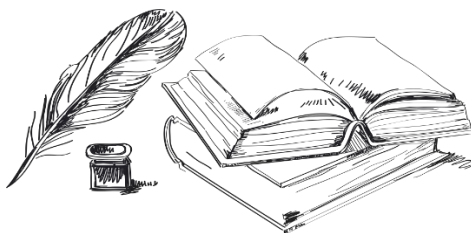
23. Ким С.А. Маркетинг: учеб. для студ. вузов / С.А.Ким; Федер. ин - т развития образования. - М.: Дашков и К, 2010. - 257 с.
24. Ларионов В.В. Контроллинг персонала в экономике и управлении наукоёмких производств: Учебное пособие. Дашков и К, 2014. - 216с.
25. Маркетинг: учебное пособие по направлению 080500 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – Москва: Инфра - М, 2010. – 420 с.
26. Маркетинг: учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра - М, 2013. – 335 с.
27. Маслов В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: Учебник. – М.: Изд - во "Финпресс", 2004. - 322с.
28. Манн И. Маркетинг на 100 % . Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу. - СПб: Питер, 2003 . - 236с.
29. Мелихов Ю. Е., Малуев П.А. Управление персоналом. Портфель надежных технологий, - М.: Дашков и К, 2015. - 344с.
30. Молл Е.Г. Управление карьерой менеджера. СПб.: Питер, 2012. — 198 с.
31. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2004. – 512с.
32. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА - М, 2013. - 216 с.
33. Надо Р. Живые бренды. Новый подход к созданию и продвижению брендов. – М.: ИД «Гребенников», 2009. – 232 с.
34. Орлова Т. М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. — М.: Изд - во РАГС, 2002. — 265 с.
35. Пинк, Дэниел. Драйв. Что на самом деле нас мотивирует. - М.:Альпина паблишер, 2012. - 274с.
36. Рошак Д., Багандов И. CRM - системы в формировании комплекса маркетинговых коммуникаций // Маркетинг. – 2012. - № 4. – С. 53 - 62
37. Руденко М. Оценка маркетингового потенциала компании // Маркетинг, 2011, № 2, С. 117 - 127
38. Рукавишников, А. Интеллектуальный маркетинг / А. Рукавишников. – М.: ЭКСМО, 2010. - 324с.
39. Савенкова Т.И. Маркетинг персонала в инновационно - инвестиционной среде. – Москва: Экономистъ, 2006. - 428 с.
40. Синяева И. Маркетинг интеллектуального продукта в условиях кризиса // Маркетинг. – 2012. - № 2. – С. 47 - 56
41. Темпорал П. Эффективный бренд - менеджмент. — СПб: Нева, 2003. — 320 с.
42. Уитворт Лаура, Кимси - Хаус Генри, Сэндал Фил. Коактивный коучинг. Издательство: Центр поддержки корпоративного управления и бизнеса, 2004. - 360 с.
43. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 2 - е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА –М, 2001. - 324с.
44. Хайэм А. Как вдохновить сотрудников. Поиски стимулов и управление эмоциями. Издательство: Вершина, 2006. - 304 с.
45. Холмогоров В. Интернет - маркетинг / В. Холмогоров. – Москва : ИНФРА. - М, 2001. – 219 с.

46. Хоффман Рид , Касноча Бен, Жизнь как стартап. Строй карьеру по законам Кремниевой долины. - М.:Альпина Паблишер , 2012. - 324с.
47. Хьюберт К. Рамперсад, Кари Туоминен. Универсальная система показателей для оценки личной и корпоративной эффективности. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 322с.
48. Хачатурян А.А. Управление человеческими ресурсами в бизнес - организации. Стратегические основы. – М.: ЛКИ, 2010. – 272 с.
49. Шорникова Н.Ю. Система повышения квалификации. Инновационный подход. – М.: Юнити - Дана, ,2011. – 144 с.
50. Эрминия Ибарра. Обретая Я. Неординарные стратегии , изменяющие карьеру. - М.:Издательство: Стокгольмская школа экономики, 2005. - 229с.

© З.Н. Шуклина, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Н.А. Романова ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЕГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ	3
Г.С. Свиридова ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ТРАНСПОРТНЫМИ ПОТОКАМИ: ПЕРЕВОЗКИ ПРОЕКТНЫХ ГРУЗОВ	34
Ш.Ч. Соян СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ ТЫВА	48
О.Н. Сусякова, Н.С.Сергиенко РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ	69
Е.В. Сухова, В.М. Сухов СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ И МЕДИЦИНСКИЕ ПАРАМЕТРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ОЦЕНКУ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ КАК СОСТАВЛЯЮЩУЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА	81
Терзиев В.К., Стоянов Е.Н СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ - СИСТЕМЫ И РАЗВИТИЕ	98
Е.В. Шкарупета, Р.Е. Золоторев СУЩНОСТЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИОННО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СТРУКТУР В ПРОМЫШЛЕННОСТИ	131
З.Н. Шуклина СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА	144



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. Сборникам присваиваются соответствующие библиотечные индексы УДК, ББК и международный стандартный книжный номер (ISBN)

Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.

В течение 10 дней после проведения конференции сборники статей размещаются на сайте aeterna-ufa.ru, а также отправляются в почтовые отделения для осуществления рассылки. Рассылка сборников производится заказными бандеролями.

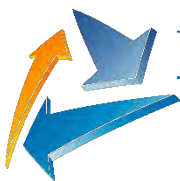
Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке elibrary.ru и регистрируются в наукометрической базе **РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)**

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»

<http://aeterna-ufa.ru> +7 (347) 266 60 68 info@aeterna-ufa.ru



ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА

ISSN 2410-6070

Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ №ФС77-61597

Договор о размещении журнала в НЭБ (РИНЦ, elibrary.ru)

№103-02/2015

Договор о размещении журнала в "КиберЛенинке" (cyberleninka.ru)

№32505-01

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.

Периодичность выхода: 1 раз месяц. Статьи принимаются до 12 числа каждого месяца. В течение 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»

<http://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 16.03.2016 г. Формат 60х84/16.

Усл. печ. л. 15,30. Тираж 500. Заказ 389.

**Отпечатано в редакционно-издательском отделе
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»**

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

<http://aeterna-ufa.ru>

info@aeterna-ufa.ru

+7 (347) 266 60 68