



ВЕСТНИК

Поволжского государственного
университета сервиса

Серия
ЭКОНОМИКА

Выпуск 6

Тольятти 2009

Учредитель

Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Поволжский государственный университет сервиса (ПВГУС)»

Научный журнал

Издается с 1995 г. Выходит 4 раза в год.

Главный редактор

ректор ПВГУС, заведующий кафедрой «Экономика и управление»,
д-р экон. наук, профессор **Л. И. Ерохина**

Зам. главного редактора

заведующий кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» ПВГУС,
д-р экон. наук, профессор **О. И. Васильчук**

Члены редакционной коллегии:

декан промышленно-экономического факультета Самарского государственного экономического университета,
д-р экон. наук, профессор **Л. П. Бажуткина**;
заведующий кафедрой «Экономика, организация и коммерческая деятельность» ПВГУС,
д-р экон. наук, профессор **Е. В. Башмачникова**;
профессор Всероссийского заочного финансово-экономического института,
д-р экон. наук **А. О. Блинов**;
проректор по образовательной политике учебной работы,
заведующий кафедрой регионального и муниципального управления
Уфимской государственной академии экономики и сервиса, д-р экон. наук,
профессор **Ш. З. Валиев**;
заведующий кафедрой «Прикладная информатика в экономике» ПВГУС,
д-р экон. наук, профессор **О. М. Горелик**;
профессор Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева,
д-р экон. наук **А. П. Горина**;
директор института экономики ПВГУС, канд. экон. наук, доц. **А. Н. Кара**;
главный научный сотрудник Государственного научно-исследовательского учреждения
«Совет по изучению производительных сил» Минэкономразвития РФ и РАН,
д-р экон. наук **В. В. Котилко**;
заведующий кафедрой «Менеджмент» ПВГУС, д-р экон. наук, профессор **Г. М. Кулапина**;
директор института печати Самарского государственного аэрокосмического университета
имени академика С. П. Королева, д-р экон. наук, профессор **А. А. Нечитайло**;
заведующий кафедрой «Финансы и кредит» ПВГУС,
д-р экон. наук, профессор **В. В. Янов**

ООО «Агентство «Книга-Сервис»

Подписной индекс **84641**

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-35376,
выдано 16 февраля 2009 года Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций.

Издательско-полиграфический центр Поволжского государственного университета сервиса.
445677, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4.
rio@tolgas.ru, тел. (8482) 222-650.

Ретробаза журнала размещена на сайте университета по адресу <http://www.tolgas.ru/rio/science>

СОДЕРЖАНИЕ

Бачуринская И. А. Формирование и развитие отношений собственности в сфере недвижимости _____	5
Блинов А. О. Стратегический менеджмент творческим потенциалом человеческих ресурсов современных организаций _____	12
Генералов Д. Н. Идентификации распределенных атак на информационные ресурсы многоагентных систем и мобильных устройств _____	19
Генералов Д. Н., Шлегель О. А. Идентификация скрытых каналов утечки информации при инсталляции инсайдера в мобильное устройство _____	27
Генералов Д. Н. Повышение безопасности и аудит информационной системы мобильных устройств _____	34
Глуховский А. В. Рыночные технологии по привлечению финансовых средств для обеспечения деятельности музеев _____	39
Еремина В. А. Проблемы развития малого бизнеса в системе антикризисных мер _____	45
Котилко В. В. Критерии оценки транспортной политики государств – участников ЕЭП _____	54
Романеева Е. В. Оценка конкурентоспособности непродовольственных товаров _____	59
Романеева Е. В. Потребительская оценка ассортимента и качества непродовольственных товаров _____	67
Смелов С. С. Трендовое движение цен _____	76
Трифонов А. Ю. История развития теневой экономики в России _____	79
Дудко В. Н. Внутренний рынок труда и его сущность _____	91
Дудко В. Н. Современные проблемы внутреннего рынка труда _____	95
Мещерякова Е. В. Взаимоотношения местных органов власти в процессе развития инновационных процессов на предприятиях _____	101

SECTIONS

Bachurinskaya I. A.	
Formation and development of property in the field of real estate_____	5
Blinov A. O.	
Strategic management of human resources creative potential in modern institutions_____	12
Generalov D. N.	
Identifications of the ported attacks on information facility multiagents system mobile device _____	19
Generalov D. N., Shlegel O. A.	
Identifications hidden channel seepage informations of install inside in mobile device_____	27
Generalov D. N.	
Undertaking audits for increasing of safety of the information system mobile device_____	34
Glukhovskiy A. V.	
Market technologies of attracting finances for maintaining museums _____	39
Eremina V. A.	
The problems of development of small business in the system of anticrisis measures _____	45
Kotilko V. V.	
Transport policy evaluation criteria of common free market zone countries _____	54
Romaneyeva Ye. V.	
Competitiveness assessment of non-foods _____	59
Romaneyeva Ye. V.	
Consumer assessment of assortment and quality of non-foods_____	67
Smelov S. S.	
Trend price development_____	76
Trifonov A. Yu.	
History of development of shadow economy in Russia_____	79
Dudko V. N.	
Internal labor market and its essence_____	91
Dudko V. N.	
Modern problems of internal labor market_____	95
Meshcheryakova Ye. V.	
Local authorities interrelation in the process of enterprise innovative development _____	101

И. А. Бачуринская*

**Бачуринская Ирина Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента недвижимости ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет», г. Санкт-Петербург*

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Ключевые слова: недвижимая собственность, трансформация, фактор.

В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты формирования и развития отношений собственности в сфере недвижимости и факторы, влияющие на данный процесс.

Формирование и развитие отношений собственности играет ключевую роль в регламентации взаимоотношений экономических субъектов. Вместе с тем основное значение и главенствующее влияние отношения собственности оказывают на экономические процессы в сфере недвижимости.

При этом необходимо определить, что понимается под сферой недвижимости. Приведем более общие определения: сфера (от греч. sphaira – шар) – англ. sphere; нем. Sphäre. 1. Область, пределы распространения ч.-л. 2. Общественное окружение, среда¹. Экономическая сфера общества – целостная система всех видов производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг, необходимых для жизнедеятельности людей, включающая в себя различные виды предприятий и собственности, различные типы экономической деятельности (производственная, финансовая, торговая и др.), различные типы экономических отношений между отдельными индивидами, их различными общностями (коллективами, объединениями и т. п.)². Существуют также отдельные определения сфер услуг и социальной сферы: «социальная сфера – совокупность отраслей, предприятий, организаций, непосредственным образом связанных и определяющих образ и

уровень жизни людей, их благосостояние, потребление» [2]. Социальная сфера включает в себя и сферу услуг. Сфера услуг – совокупность отраслей экономики, предоставляющих услуги населению. К сфере услуг принято относить культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание. С учетом вышеперечисленных определений можно представить определение сферы недвижимости как целостной системы создания, распределения, обмена и потребления объектов недвижимости и генерируемых ими услуг, необходимых для удовлетворения потребностей людей, включающая в себя комплекс отраслей, предприятий и организаций различных видов и форм собственности, различные типы экономической деятельности, а также типы экономических отношений по поводу недвижимой собственности.

В соответствии с приведенным определением в состав сферы недвижимости необходимо отнести, комплекс отраслей, связанных с воспроизводством и обменом недвижимости, и прежде всего отрасли строительства и операции с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг; а также соответствующие подотрасли. При определении состава отраслей в составе понятия сфера недвижимости возникает проблема неоднозначного соответствия отдельных отраслей и типов экономической деятельности, но это прежде всего связано с пересечением классификаций отраслей в экономике и особенностями недвижимости как экономического блага. Поскольку про-

¹ Электронный ресурс:
http://mirslouvrei.com/content_soc/SFERA-2496.html

² Электронный ресурс:
http://mirslouvrei.com/content_soc/JEKONOMICESHKAJA-SFERA-OBSHHESTVA-9474.html

цесс воспроизводства, распределения и обмена недвижимости и потребление генерируемых ею услуг, а также различные типы экономической деятельности и типы экономических отношений в данной сфере имеют свои специфические черты и закономерности развития, целесообразно рассматривать сферу недвижимости как отдельную экономическую сферу. При этом трансформация отношений собственности в сфере недвижимости оказывает существенное влияние на взаимодействие экономических субъектов регионального рынка недвижимости. При этом трансформацию в сфере недвижимости необходимо рассматривать в двух аспектах, первый – это трансформация отношений собственности по отношению к объектам недвижимости, и второй аспект – это трансформация отношений собственности, следующая за трансформацией собственности по отношению к объектам недвижимости, – трансформация собственности в комплексах и отраслях, включающая в себя изменение форм собственности в организациях и предприятиях данной сферы различных отраслей.

С развитием рыночных отношений в экономике России в первую очередь происходит трансформация государственной собственности в частную и распределение публичной собственности между различными уровнями управления. Данная трансформация связана с перераспределением прав на ограниченные ресурсы, соответственно, и с перераспределением потоков доходов и экономической власти, что подтверждает актуальность исследования трансформации отношений собственности в сфере недвижимости на современном этапе.

Анализируя сущность понятия «недвижимая собственность» как экономико-правовой категории, мы пришли к выводу, что с точки зрения классического подхода собственность представляет собой совокупность отношений, связанных с условиями использования людьми вещей: которые включают как отношения людей к вещи, так и взаимодействие людей по поводу этих вещей [4, с. 302]. Правовое регулирование отношений собственности охватывает: права и возможности собственника и тех, кому он их передает; обязанности остальных субъектов от-

ношений воздерживаться от воздействий на данных объект собственности. При этом права собственника по отношению к объектам выражаются в формировании трех пересекающихся правомочий: владение, пользование и распоряжение. В [7] убедительно показано, что реальный анализ исследования отношений собственности в рамках классического подхода позволяет констатировать значительный и до конца не раскрытый потенциал концепции собственности. Однако особенно ощутимый прогресс достигнут на базе развития неoinституциональной теории прав собственности³.

С точки зрения представителей школы неoinституционализма, собственность представляет собой не ресурс сам по себе, а набор («пучок») прав на него: «Собственность в первоначальном значении этого слова относилась только к праву, титулу, интересу, а ресурсы могли называться собственностью не больше, чем они могли называться правом, титулом или интересом» [3]. Соответствующую трактовку получил и процесс обмена, который представляет собой обмен «пучками» прав на ресурсы. Данную идею институционалисты позаимствовали у видного представителя австрийской школы политической экономии Евгения фон Бём-Баверка [3]. Эта теория, являясь, по существу, экономической, в то же время выступает как продукт исторической эволюции юридического мышления [7, с. 25].

Исследования отношений собственности на современном этапе направлены на анализ трансформационных процессов и выделение основных факторов, воздействующих на эволюцию отношений собственности. При этом в рамках трансформационных процессов выделяют особо процессы дифференциации и интеграции отношений собственности.

Различные авторы подходят к расщеплению (дифференциации) права собственности на отдельные правомочия по-разному. В соответствии с подходом Алчиана-Демсеца право собственности включает четыре базовых правомочия: право пользования имуществом; право его изменять; право на получение выгоды от имущества; право продать все прочие права другим лицам [8]. При этом четвертое правомочие означает

возможность передачи указанных выше правомочий как всех вместе, так и каждого в отдельности (пучок правомочий) [7]. Английский юрист А. Оноре выделяет одиннадцать элементов, в числе которых:

- право владения (физического контроля над) ресурсом;
- право пользования (личного использования) ресурсом;
- право управления (решение, кем и как объект собственности может быть использован) ресурсом;
- право на получение дохода из ресурса;
- право на капитальную стоимость (отчуждения, потребления, изменения или уничтожения);
- право на безопасность (защиту от экспроприации и исключение из доступа к ресурсу других агентов);
- бессрочность;
- запрещение вредного использования;
- ответственность в виде взыскания (возможность изъятия объекта собственности в уплату долга);
- остаточный характер (право на возврат переданных правомочий по истечении срока передачи);
- право на передачу всех предыдущих правомочий (по наследству, по завещанию) [3].

В данной трактовке происходит расщепление правомочия распоряжения на отдельные правомочия, а правомочия владения и пользования остаются нетронутыми, кроме того, отсутствует единое правомочие, позволяющее реализовать весь пучок права собственности. Отдельные авторы предлагают не только перейти от разделения права собственности на три правомочия к пучку прав, но и выделить новые правомочия, связанные с улучшением объектов недвижимости, – правомочие управления и развития. «...При этом под управлением и развитием понимается следующее: управление – деятельность по обеспечению использования объекта наилучшим, то есть наиболее эффективным для всех участников общественного хозяйства, образом; развитие – деятельность по переводу объекта собственности из старого качественного состояния в новое, более совершенное состояние, обновление, преобразование объекта, улучшение его технического состоя-

ния» [1, с. 5–6]. Данные направления дифференциации права собственности в сфере недвижимости, на наш взгляд, являются объективно необходимыми, поскольку дробление права собственности даст возможность перераспределения недвижимой собственности в экономике региона по принципу максимального учета интересов всех участников хозяйственной деятельности в соответствии с их интересами и возможностью эффективно контролировать отдельные правомочия. Однако необходимым условием эффективности предлагаемого подхода является спецификация прав собственности, т. е. закрепление за каждым правомочием отдельного субъекта – «частичного собственника» [7]. Распределение права собственности на отдельные правомочия подтолкнет экономических агентов к принятию более эффективных экономических решений в процессе обмена правами на недвижимую собственность. Чем шире набор правомочий, связанных с данным типом объектов недвижимости, тем выше его полезность, в связи с этим расширение или сужение набора правомочий приводит к изменению условий и масштабов обмена на рынке недвижимости.

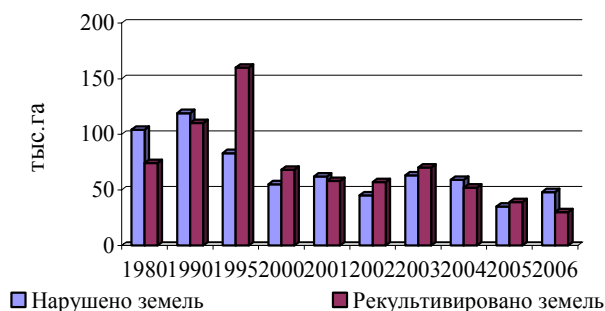
В [7] выделены основные факторы, воздействующие на эволюцию отношений собственности в экономике на современном этапе и факторы, влияющие на развитие отношений собственности в России. К таким факторам на уровне экономики в целом относятся: формирование инновационной экономики, возникновение новых субъектов экономики, теория человеческого капитала, необходимость отказа от неоклассической парадигмы, изменение восприятия предметно-осязаемого продукта, неинституциональная теория прав собственности, смена доминирующих факторов производства и объектов собственности, необходимость разработки новой концепции социальной структуры общества и концепция зависимости эволюции института собственности от траектории предшествующего развития. Кроме того, сформированы факторы, оказывающие влияние на развитие отношений собственности в России. Данные факторы сгруппированы в четыре основных группы: политические, пра-

вовые, экономические, социально-психологические. На основании представленных классификаций и с учетом особенностей недвижимой собственности как объекта рыночных отношений предложена комплексная классификация факторов, оказывающих влияние на развитие отношений собственности в сфере недвижимости.

Тенденции и закономерности развития отношений в сфере недвижимости имеют аналогичную направленность общим тенденциям и закономерностям развития отношений собственности в экономике в целом и в экономике России, однако они имеют особенности, связанные со сферой недвижимости. В связи с этим факторы, оказывающие влияние на трансформацию отношений собственности в сфере недвижимости, сгруппированы по трем основным категориям: общеэкономические факторы развития отношений собственности; факторы, оказывающие влияние на развитие отношений собственности в России, и факторы, связанные с сущностью недвижимой собственности как субъект-объектных и субъект-субъектных отношений. Схема факторов, оказывающих влияние на трансформацию отношений собственности в сфере недвижимости, представлена на рис. 1.

Сдерживающим фактором развития отношений собственности в сфере недви-

мости, на наш взгляд, являются высокие риски в данной сфере, что обусловлено: во-первых, проблемами с защитой прав собственности; во-вторых, незавершенностью процесса разграничения правомочий и ответственности между различными уровнями управления. Особое место в развитии отношений собственности в сфере недвижимости занимают проблемы правового регулирования рационального использования земельных ресурсов. Осуществляемая в России земельная реформа не смогла создать необходимых стимулов для развития отношений собственности на землю и, соответственно, в сфере недвижимости в целом. Особенно данные тенденции заметны в секторе земель сельскохозяйственного назначения, где имеет место тенденция абсолютного и относительного сокращения площадей сельхозугодий, в первую очередь пашни, а также ухудшения их качества и необоснованное изъятие плодородных земель из категории сельскохозяйственных и перевод в другие категории земель. Так, несмотря на то что площадь нарушенных земель в целом снижается по годам, площадь рекультивированных земель значительно меньше площади нарушенных земель (диаграмма 1).



По данным Роснедвижимости
Диаграмма 1. Нарушение и рекультивация земель

Например, в Санкт-Петербурге одобренные правительством Санкт-Петербурга поправки в Генплан предполагают увеличение территорий под жилищное строительство на 2%, промышленных зон — на 5% за счет сокращения земель сельскохозяйственного назначения (на 4%), а также рекреационных зон.

В [7] отмечается, что в современной России еще не завершился процесс разграничения полномочий и ответственности между различными уровнями государственного и муниципального управления, а также соответствующее ему распределение активов, находящихся в публичной собственности, между федеральной, субфедеральной и му-

ниципальной собственностью. Это, с одной стороны, ведет к недостатку имущественных ресурсов на одних уровнях управления и их неэффективному использованию на иных уровнях – с другой. В связи с этим нельзя не отметить процесс образования новых видов и разновидностей собственности. В качестве современного примера появления новых видов собственности можно указать на выделение в соответствии с ныне действующим законодательством на основе муниципальной формы собственности таких видов, как собственность муниципальных районов и собственность поселений (образований). Формально такое выделение само по себе является чисто юриди-

ческим фактом, следствием принятия Федерального закона «Об общих принципах развития муниципального самоуправления в РФ», однако в основе его принятия не юридические, а социально-экономические причины – реально существующие различия в функциях и задачах различных уровней муниципального самоуправления [5]. Таким образом, появление новых видов и разновидностей собственности, а также дифференциация права собственности на отдельные правомочия является одним из направлений развития отношений собственности в сфере недвижимости на современном этапе.

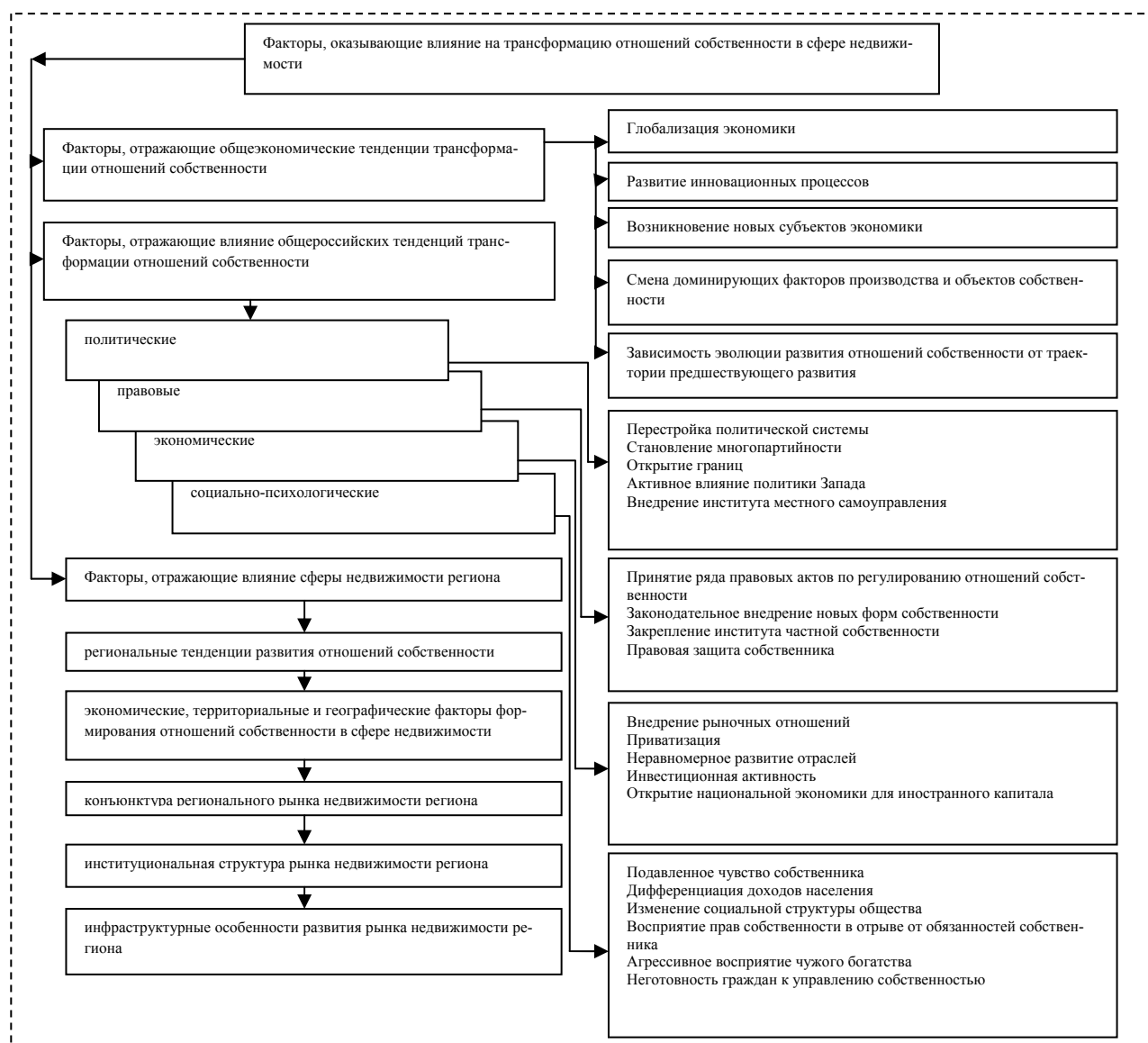


Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на трансформацию отношений собственности в сфере недвижимости

Однако наряду с процессом дифференциации необходимо обратить внимание на процесс интеграции отношений собственности в сфере недвижимости, т. е. формирование разнообразных комбинаций отношений собственности, в основе которых перераспределение правомочий собственности между государственной и частной собственностью в сфере недвижимости. Подобное перераспределение позволит сформировать эффективные партнерские отношения власти и бизнеса в решении важных социально-экономических задач в экономике региона. Наиболее актуальным данный процесс может быть в сфере развития инфраструктуры, где объекты недвижимости находятся, как правило, в государственной или муниципальной собственности. Основными способами привлечения частных компаний к управлению государственным или муниципальным недвижимым имуществом являются приватизация, аренда и концессия. Первые две формы являются наиболее рискованными с точки зрения передачи управления объектами инфраструктуры рынка недвижимости частным собственникам, поскольку данные объекты имеют социальную и экономическую значимость и влияют на уровень социально-экономического развития экономики региона в целом. Концессия в переводе с латинского языка означает позволение, согласие. Концессионные соглашения в системе имущественных отношений занимают некое промежуточное положение между приватизацией и сохранением публичной (государственной или муниципальной) собственности. Приватизация предполагает поиск эф-

фективного собственника и передачу ему имущества в частную собственность навсегда. Концессия подразумевает поиск эффективного управляющего, передачу ему имущества на определенное время и сохранение публичной (государственной или муниципальной) собственности на это имущество. Отличительной особенностью концессии является обязательное условие обновления имущества и возврата его собственнику в улучшенном состоянии по истечении срока концессии. Таким образом, не теряя собственности, власти приобретают возможность обеспечения профессионального управления ею, привлечения частных инвестиций и, следовательно, улучшения состояния собственности за счет частных, а не бюджетных средств [7].

Завершая анализ трансформации отношений собственности в сфере недвижимости, можно сформулировать следующие выводы. Во-первых, основные тенденции трансформации отношений собственности в сфере недвижимости отражают общие тенденции трансформации отношений собственности в экономике России. Во-вторых, основными направлениями трансформации в сфере недвижимости являются процессы интеграции и дифференциации, в результате которых происходит формирование новых форм и видов собственности и появление новых субъектов собственности, приоритетом в формировании отношений между которыми является концессионная модель взаимодействия между публичным (государственным, муниципальным) и частным сектором.

Библиографический список

1. Анисимов И. М. Экономико-правовое содержание собственности и его трансформация в современной экономике (на примере рынка недвижимости) : дисс. ... к.э.н. – СПб., 2004.
2. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.
3. Капелюшников Р. И. Экономическая теория прав собственности (методология, основные понятия, круг проблем). – М., 1990. Режим доступа: http://www.libertarium.ru/libertarium/l_lib_pgorkapel.
4. Маттеи У., Суханов Е. А. Основные положения права собственности. – М. : Юрист, 1999.
5. Михеев А. А. Управление собственностью в экономической системе региона : монография. – СПб. : СПбГИЭУ, 2008.
6. Олейник А. Н. Институциональная экономика : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2007.

7. Развитие отношений собственности в современной экономике России : монография / С. Н. Максимов и др. ; под общ. ред. С. Н. Максимова. – СПб. : СПбГИЭУ, 2007.
8. Alchian A., Demsetz H. The Property Rights Paradigm Journal of Economics History. 1973. Vol. 13. № 1.
-

I. A. Bachurinskaya*

**Bachurinskaya Irina Anatolyevna, candidate of Economic Science, assistant professor of the St Petersburg State University of Engineering and Economics, St. Petersburg*

FORMATION AND DEVELOPMENT OF PROPERTY IN THE FIELD OF REAL ESTATE

Key words: real estate, the transformation factor, property.

The paper deals with theoretical and practical aspects of the formation and development of property relations in the real estate business and the factors affecting the process.

© Бачуринская И. А., 2009

А. О. Блинов*

**Блинов Андрей Олегович, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента Всероссийского заочного финансово-экономического института, г. Москва*

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТВОРЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Ключевые слова: стратегический менеджмент, управление персоналом, творческий потенциал, креатив, организация, инструментарий оценки.

В статье сделан акцент на исследовании творческого потенциала в современных организациях и предложены рекомендации по разработке и развитию творческого потенциала. Предложена нелинейная модель творческого инновационного потенциала организации.

Экономика стран с развитой рыночной экономикой – это экономика с явно выраженными инновационными чертами. Базой инновационного развития являются творческий подход к управлению организациями. Творческий капитал обеспечивает выполнение трех основных функций: производственной, инвестиционной и стимулирующей. Творческий капитал – это знания, информация, опыт, организационные возможности, информационные каналы, которые можно использовать для создания богатства. Другими словами, это сумма всего того, что знает и чем обладает персонал и что формирует конкурентоспособность организаций. Знания и навыки сотрудников организации, их профессиональные качества являются тем инструментарием, посредством которого создается интеллектуальная продукция, формирующая нематериальные активы организации. Человеческий потенциал играет первостепенную роль в создании творческого потенциала организации. В понятие человеческого потенциала включают также:

- компетентность, умение решать проблемы;
- интеллект;
- творческие способности;
- демографический и духовный потенциал;
- лидерские качества;
- мотивацию;
- психометрические данные.

Профессиональные знания сотрудников организации определяются прежде всего уровнем и качеством образования. Это то, что позволяет в процессе профессиональной деятельности успешно пополнять знания, приобретая их в результате трудовой деятельности и на занятиях по профессиональной переподготовке или повышению квалификации. Знания сотрудника – это инструментарий, посредством которого создается интеллектуальная продукция как результат творческого процесса. Создание интеллектуальной продукции порождает новые знания, тем самым увеличиваются человеческие активы и творческий потенциал организации. Прирост человеческих активов происходит и в процессе целевого обучения специалистов, проведения учебных занятий по повышению квалификации и профессиональной переподготовки сотрудников организации. В связи с этим в передовых компаниях и фирмах США и Западной Европы обучению сотрудников в период их трудовой деятельности в организации придается исключительно важное значение. На учебу отводится до 20–30% рабочего времени. Профессиональная учеба организуется бесплатно для сотрудника и проводится периодически по планам переподготовки и повышения квалификации специалистов.

Однако для реализации имеющихся и полученных знаний необходимы опыт, навыки в решении профессиональных проблем, задач, которые возникают в иннова-

ционной деятельности организации. Прежде всего необходимы навыки творческой работы, без которых создание творческого невозможно.

Весьма часто имеет место опыт и навыки у некоторых специалистов, которые присущи только данному сотруднику и не могут быть переданы любому другому члену коллектива организации. В творческой деятельности – это опыт предвидения, интуитивный выбор направления исследований, методов решения задач.

Возможности успешного приобретения знаний и получения навыков во многом зависят от профессиональных качеств сотрудника, и прежде всего от психометрических характеристик и способностей человека. Весьма важными для наращивания человеческих активов за счет увеличения объема коллективных знаний и навыков являются такие способности сотрудников, как:

- обучаемость, восприимчивость к новым знаниям, жажда получения новых знаний;
- склонность к критическому мышлению;
- умение абстрагироваться, моделировать ситуацию, восприимчивость информационных технологий;
- деловитость, настойчивость в достижении поставленной цели, в решении задач;
- работоспособность, организованность, творческая жилка.

Не последнюю роль в наращивании человеческих активов в процессе жизнедеятельности организации играют профессиональные наклонности, творческий подход к работе и профессиональная квалификация сотрудников. Существенным при этом является соответствие этих характеристик занимаемому сотрудником месту в коллективе, соответствие качеств сотрудника поставленным перед ним задачам.

Если знания и опыт могут приобретаться и наращиваться сотрудником организации в процессе профессиональной деятельности, особенно активно в процессе творческой деятельности, то психометрические характеристики, способности и наклонности каждого отдельного индивида являются данными ему от природы и могут лишь разви-

ваться, но не могут быть приобретены как элемент обучения или воспитания.

Человеческий потенциал организации зависит от:

- деловитости, настойчивости в достижении поставленной цели, в решении задач;
- работоспособности, организованности, творческой жилки.

Потенциал творческой активности коллектива сотрудников организации, который обеспечивает эффективное использование человеческих активов, позволяет получить больше, чем сумму усилий отдельных членов организации, т. е. достигается синергетический эффект. Составляющая творческого потенциала определяется корпоративной культурой. Корпоративная культура способствует накоплению знаний, приобретению новых навыков, обогащению опыта и совершенствованию профессиональных качеств.

Корпоративная культура организации – это неотъемлемая часть творческого потенциала организации. Она определяет эффективность творческого процесса и успешность наращивания знаний и навыков сотрудниками организации.

В современных условиях бурного развития инновационной экономики, непрерывного совершенствования производства, постоянного обновления выпускаемых товаров и услуг «ноу-хау» приобретают особое значение, обеспечивая успех в конкурентной борьбе и расширение рыночных ниш в организации, все это повышает творческий потенциал организации.

Мной разработана нелинейная модель творческого инновационного потенциала организации (рис. 1), которая является совокупностью творческого и инновационного процессов и представляется как непрерывная цепь параллельно-последовательно протекающих однородных циклов. Создаваемая на творческом участке цикла интеллектуальная собственность частично или полностью реализуется в завершающем цикл инновационном процессе. Технологически циклы творческого потенциала деятельности организации представляют в виде шес-

ти последовательно реализуемых стадий, как это показано на рис. 2.

Цикл начинается с разработки дифференцированного направления развития творческого потенциала организации в начи-

нающемся цикле (стадия 1), что позволяет уточнить направление научных исследований по определению сферы последующей творческой деятельности организации в этом цикле (стадия 2).

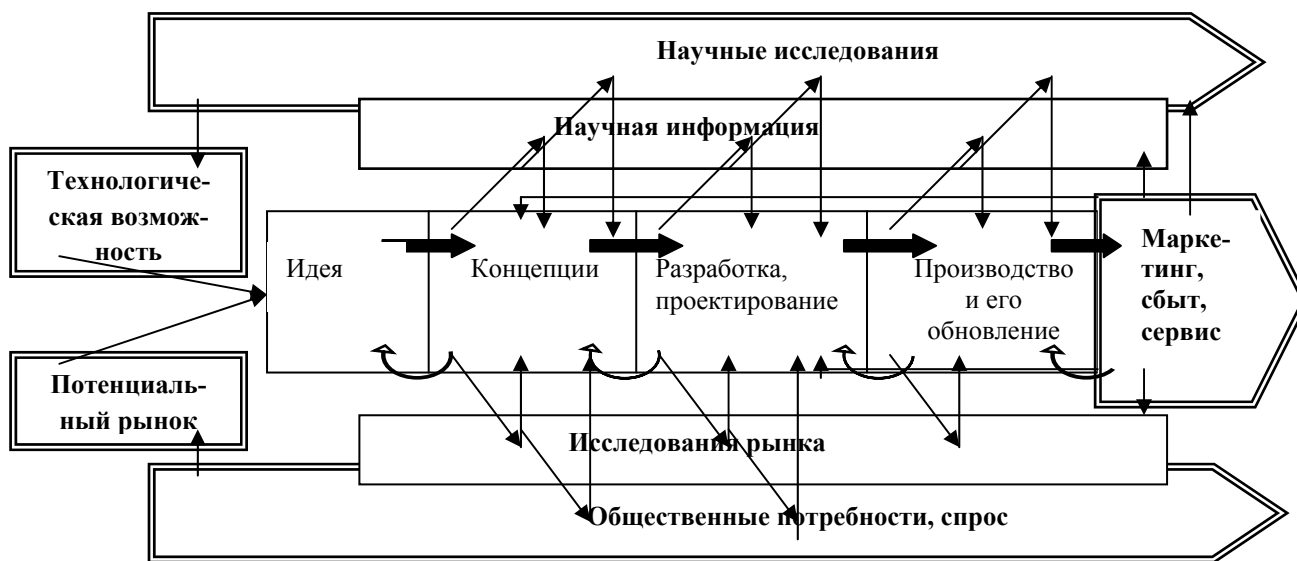


Рис. 1. Нелинейная творческая инновационная модель потенциала организации

При этом сфера творческой деятельности соответствует получаемому в завершении второй стадии цикла конкретному решению, которое определяет не только вид будущей инновационной продукции, но и ее особенности, ее отличительные черты, новизну и связанное с этим новое качество.

Наличие творческого решения в организации в принятом дифференцированном направлении развития продукции, производимой организацией, является основополагающей предпосылкой для начала творческого процесса, в котором эта продукция будет создаваться. Поэтому следующая стадия цикла творческого потенциала организации (стадия 3) открывает инновационный процесс с его планирования. На этой стадии производится определение целесообразности производства новой продукции, эффективности будущего производственного процесса, его окупаемости и уточнение всех видов затрат для обоснования величины инвестиционных и творческих вливаний на последующих стадиях цикла.

Следующая, 4-я стадия цикла развивается в соответствии с разработанными планами и включает научно-исследовательские

и опытно-конструкторские работы (НИОКР) по созданию новой продукции и отработке технологии ее производства, доводке инновации до рыночного образца. В случае отсутствия необходимых для проведения этих работ инвестиций или творческого потенциала персонала организации происходит возвращение на 2-ю стадию цикла к поиску и исследованиям новых творческих идей и новых технических решений, которые определяют создание совершенной продукции и будут более привлекательными для инвесторов.

При наличии в организации достаточных собственных средств или притоке необходимых инвестиций на 4-й стадии цикла продукция доводится до рыночного образца, что позволяет перейти к подготовке серийного производства инновационной продукции. Запуск серийного производства определяет начало собственно инновационного процесса создания и сбыта инновационной продукции с его характерными этапами:

- внедрение;
- рост;
- замедление роста;
- спад.

Все это происходит на 5-й и 6-й стадиях цикла творческого потенциала деятельности организации.

В различных циклах каждая однотипная по своему содержанию стадия творческого потенциала деятельности организации не одинакова по продолжительности и по объему выполняемых работ. Особенно это ка-

сается 1-й, 2-й и 4-й стадий, в которых велика роль творческой деятельности коллектива организации и определенной случайности нахождения перспективной инновационной идеи и ее воплощения в реальной продукции.

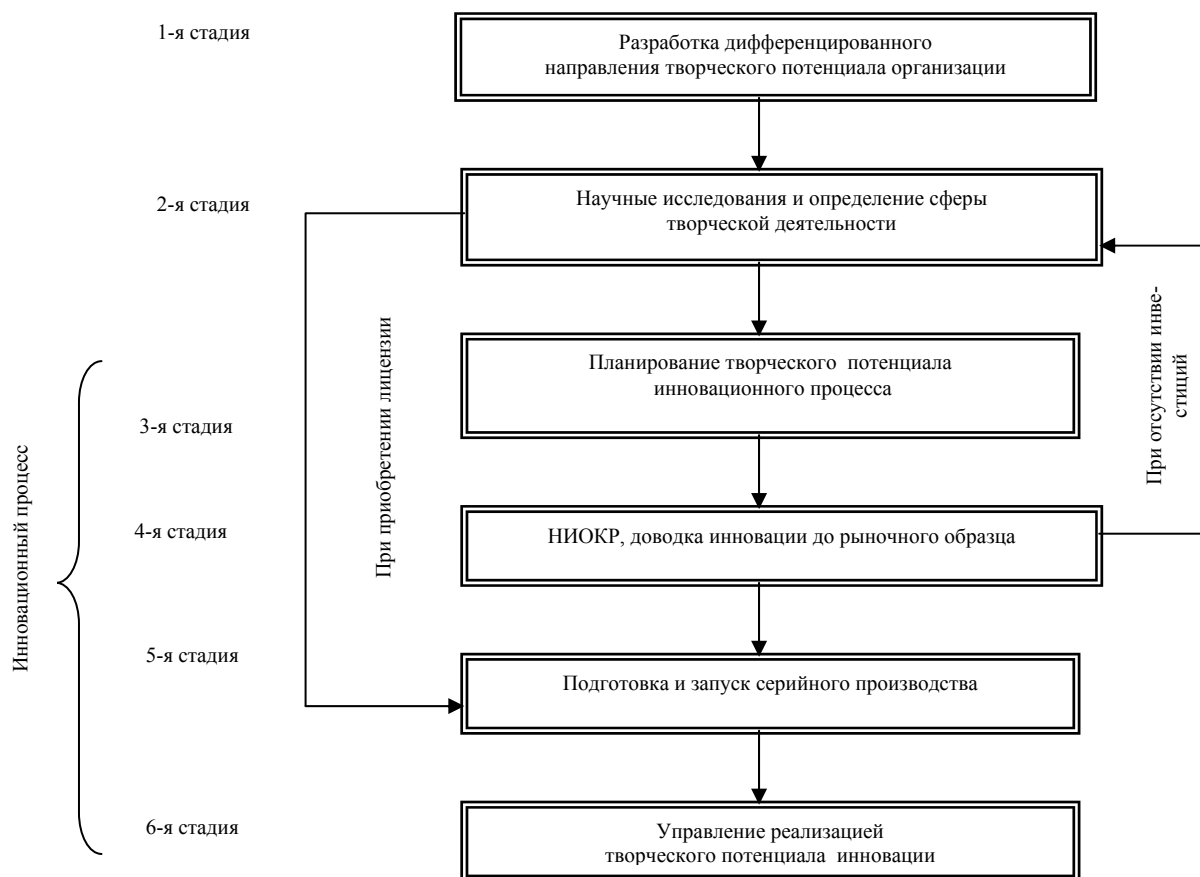


Рис. 2. Стадии творческого потенциала деятельности организации

В шестой стадии цикла осуществляется управление реализацией инновации, происходит создание и сбыт инновационной продукции. Она может быть как достаточно продолжительной в случае существенного скачка качества новой продукции и успешного отрыва от конкурентов по разработанной технологии, а может оказаться непродолжительной, если развитие продукции в выбранном дифференцированном направлении осуществляется быстрыми темпами и на рынке появляется подобная более качественная продукция, создаваемая конкурентами.

Однако как во втором, так и в первом варианте развития ситуации циклы творче-

ского потенциала деятельности организации в эффективно функционирующей организации не прерываются. В случае удачной реализации инновации и большой продолжительности 6-й стадии цикла творческой деятельности происходит лишь смещение акцента в выборе направления дальнейших исследований, с большой вероятностью происходит переход к конгломератной диверсификации направления развития организации. Творческий потенциал организации позволяет изучить стадии протекающих циклов в широком диапазоне. Однако при подобном подходе затруднено управление системой как совокупностью стадий на всем протяжении цикла.

Возможность повышения эффективности создания и использования творческого и инновационного процессов рассматривается на рис. 2 разработки и вывода товара на рынок. Этот процесс включает этапы от генерации идей до начала коммерческой реализации товара. В этот период организация создает потенциальные варианты, получает представление потребителей от них, оценивает их, устраняет наименее привлекательные, разрабатывает опытные образцы продукции, испытывает их и внедряет на рынке. Экономия на первых этапах может вызвать большие издержки и даже потери на последующих. Поэтому разумная политика состоит в тщательной проверке концепции товара на ранних стадиях. Данный рисунок более детализирован, чем приведенный выше, поскольку принципы, использованные для построения циклов и этапов принятия разнородных решений, позволяют конкретизировать задачи, чтобы вовремя устранить малоэффективные варианты. Концепция организации такого процесса позволяет снизить риск ошибочных решений и издержки, возникающие в процессе выполнения производства нового товара. При этом важнейшим пунктом этих научно-исследовательских проработок является прогнозирование тенденций развития, совершенствования продукции организации.

Результаты прогнозирования тенденций развития творческого потенциала процессов в отрасли должны позволять выявлять необходимость изменений в двух направлениях деятельности предприятия [2]:

- совершенствование выпускаемой продукции и расширение ее ассортимента за счет инноваций;
- модернизация производственной и социальной структуры организации, а также развитие инфраструктуры.

Первичным в прогнозировании на данном этапе планирования является определение направления совершенствования выпускаемой в отрасли продукции, а модернизация производственной структуры и развитие инфраструктуры являются вторичными.

Выявление необходимости поиска направления совершенствования творческого потенциала возможно на основании «сигналов», которые исходят:

- от потребителей продукции и связаны с изменениями общественных потребностей;
- в результате изменений наших представлений о технических возможностях отрасли, связанных с научно-техническим прогрессом.

Конечной целью прогнозирования на этом этапе планирования является определение вида и создание образа продукции, которая будет выпускаться в данном цикле творческого потенциала деятельности организации. Весь процесс прогнозирования происходит в несколько этапов:

1. Определение совокупности свойств, которые определяют направления совершенствования продукции в заданных рамках диверсификации.

2. Выявление группы существенных свойств из сформулированной совокупности, обеспечивающих удовлетворение наиболее значимых проявляющихся общественных потребностей.

3. Выдвижение инновационной и творческой идеи, в которой определяется, каким образом могут быть обеспечены выявленные существенные свойства продукции, и тем самым проявляется образ будущей продукции, предполагаемой к выпуску в данном цикле интеллектуально-инновационной деятельности.

Последующие шаги планирования состоят в определении перспективности и коммерческой значимости выдвинутой инновационной идеи. Положительные выводы по этим показателям являются основанием для принятия идеи к дальнейшей разработке. Это позволяет определиться с тематикой исследований и конструкторских проработок для получения технического решения проблемы совершенствования продукции и формирования облика инновации, создания макетов и опытных образцов в соответствии с техническим воплощением идеи.

Более эффективным в реализации выбранной сферы инновационной деятельности является осуществление патентного поиска: сбор, обработка и анализ информации в соответствующих нишах рынка, а также в областях научных исследований и технического творчества.

В каждой организации, и даже на различных циклах творческого потенциала дея-

тельности одной и той же организации, процесс поиска и выявления плодотворной инновационной идеи происходит специфично и не может быть введен в рамки стандартного алгоритма. Однако общим во всех случаях является база инновационного творчества – собираемая информация об общественных потребностях, достижениях научно-технического прогресса (НТП) и фундаментальной науки. Выбор форм и методов сбора и обработки информации, а также методика ее использования определяется спецификой деятельности организации и сложившимися традициями, корпоративной культурой коллектива специалистов организации.

Нами предложено два возможных пути развития творческого потенциала деятельности организации:

- при отсутствии инновационной и творческой идеи осуществляется поиск возможностей использования результатов инновационной и творческой деятельности других организаций;

- при наличии инновационной идеи, которая была выдвинута творческим коллективом организации, производится дальнейшая проработка собственной новации [3].

Первое направление развития деятельности организации на этой стадии ведет к анализу возможностей приобретения патента или лицензии и осуществляется путем изучения в основном патентной литературы и сведений об инновационной деятельности конкурентов. Однако возможности приобретения патента или лицензии определяются финансовым состоянием организации, а также срочностью внедрения на рынок с конкурентоспособной продукцией [4].

При отсутствии финансовых возможностей использования инноваций других организаций происходит возвращение к поиску собственных инновационных идей. При наличии финансовых возможностей приобретения патента или лицензии дальнейший процесс может развиваться по двум вариантам:

- приобретение патента на изобретение или полезную модель, на базе которого можно создать новую технологию и осуществлять производство инновационной про-

дукции, обладая эксклюзивными правами на эту продукцию;

- заключение лицензионного договора на производство конкурентоспособной продукции по уже отработанной технологии на предприятиях лицензиара.

Постановка цели и проведенное целевое прогнозирование позволяют перейти к определению плановых показателей творческого процесса. При осуществлении планирования обосновывается экономическая целесообразность творческого процесса, определяется время окупаемости инвестиций, намечаются необходимые для этого объемы производства, определяются все виды затрат и доходность проекта в целом.

Поставленные цели и установленные пути их достижения при прогнозировании и решении задач планирования позволяют обоснованно сформулировать задачи, стоящие перед организацией, для успешной реализации интеллектуального капитала в инновационном процессе. Практическое решение поставленных задач по внедрению в производство инновации, налаживанию производства и сбыта инновационной продукции осуществляется через множество мероприятий и работ, которые необходимо разработать, составив программу их реализации. На основе содержания управленческого решения осуществляется разработка плана его реализации, то есть плана достижения поставленной цели, в котором определяют для каждого мероприятия время, силы и средства для их выполнения и связь с другими мероприятиями плана [8]. Разработка плана и последующее доведение его до исполнителей является основой и началом процесса реализации решения. Учитывая вышеизложенное, можно предположить, что наиболее эффективным в управлении творческим потенциалом организации являются инновационные мероприятия, то есть мероприятия, в которых используются новые, более совершенные и эффективные принципы достижения результатов. Творчество определяется не абсолютной новизной мероприятия, само мероприятие может быть известным и применяемым в других отраслях производства или сервиса [6]. В конкретном процессе, управление которым осуществляется в данной организации, из-

вестное мероприятие дает новый эффект и позволяет получить результат лучше, чем традиционно проводимое мероприятие.

Существенно повышают эффективность производства и сбыта продукции творческие и инновационные мероприятия в инфраструктуре организации, в производственной сфере и в управлении организации. Таким образом, успешное управление творческим капиталом определяется правильным выбором цели и постановки задач, решение которых обеспечивается реализацией совокупности мероприятий в производственной сфере, инфраструктуре, в системе управления и социальной структуре организации [7]. Эффективное использование и

производственной, и социальной структур предприятием зависит от способности руководства фирмы своевременно и грамотно принимать решения по проведению инновационных мероприятий, совершенствующих состояние элементов инфраструктуры, обеспечивающих производство товаров, повышение их качества и конкурентоспособности в меняющихся условиях рыночных отношений.

Совокупность творческих мероприятий и является механизмом, обеспечивающим возможность совершенствования управления творческим потенциалом деятельности организации.

Библиографический список

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации : пер. с англ. / под науч. ред. А. Г. Сеферяна. – СПб. : Питер, 2008. – 384 с.
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами : пер. с англ. – СПб. : Питер, 2005. – 832 с.
3. Блинов А. Опыт исследования внутрифирменных коммуникаций предприятия / А. Блинов, В. Захаров, И. Захаров // Социологические исследования. – 2008. – № 11. – С. 28–39.
4. Гиус А. Живая компания. Рост, научение и долгожительство в деловой среде. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 221 с.
5. Захаров В. Я. Антикризисное управление. Теория и практика / В. Я. Захаров, А. О. Блинов, Д. В. Хавин и др. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 304 с.
6. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации : пер. с англ. – СПб. : Питер, 2004. – 512 с.
7. Робсон М., Уллах Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов : практич. рук. : пер. с англ. / под ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 222 с.
8. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации : пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999. – 408 с.

A. O. Blinov*

**Blinov Andrey Olegovich, Doctor of Economics, professor of Management department, All-Russian correspondence Finance-economical Institute, Moscow*

STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCES CREATIVE POTENTIAL IN MODERN INSTITUTIONS

Key words: strategic management, staff management, creative potential, creative, institution, evaluation tools.

In the paper the accent is made to creative potential management in the modern institutions and the recommendations for its development are given. The nonlinear model of institution innovative potential is proposed.

© Блинов А. О., 2009

Д. Н. Генералов*

**Генералов Дмитрий Николаевич, аспирант Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

ИДЕНТИФИКАЦИИ РАСПРЕДЕЛЕННЫХ АТАК НА ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ МНОГОАГЕНТНЫХ СИСТЕМ И МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

Ключевые слова: мобильные устройства, атаки, угрозы, информационная безопасность, информационные ресурсы, методы защиты информации.

Использование процессов идентификации распределенных атак на информационные ресурсы многоагентных систем мобильных устройств. Выявление несанкционированного доступа и распределение методов защиты. Идентификации угроз распределенных атак в процессе функционирования мобильного устройства, препятствие дальнейшей ее реализации. Интеграция процессов идентификации при помощи средств мобильного устройства.

Системы идентификации распределенных атак обычно представляют собой программные или аппаратно-программные решения, которые автоматизируют процесс контроля аудита событий, протекающих в распределенных информационных ресурсах многоагентных систем мобильных устройств, а также самостоятельно анализируют эти события в поисках признаков проблем информационной безопасности. Так как количество различных типов и способов организации несанкционированного доступа в распределенные информационные ресурсы мобильных устройств за последние годы значительно увеличилось, идентификация распределенной атаки стала необходимым компонентом информационной безопасности большинства мобильных устройств.

Для предотвращения ущерба от распределенной атаки необходимо выяснить, каким образом нарушитель будет атаковать распределенные информационные ресурсы. Идентификация способа атаки поможет понять, как определить безопасность распределенной системы и каким образом она может быть достигнута. Распределенная атака представляет собой сугубо скоординированные действия злоумышленника, осуществляемые в различных подсистемах мобильного устройства с целью нанесения ущерба [1].

В процессе идентификации распределенной атаки необходимым механизмом интеграции являются программно-аппаратные агенты в распределенных информационных ресурсах мобильных устройств. Следовательно, интеграция действий злоумышленника в атаке может осуществляться с помощью враждебной многоагентной системы. Для решения задач по интеграции деятельности злоумышленника враждебная многоагентная система должна представлять собой сеть. Для этого необходимы коммуникации между агентами и каналы должны быть скрытыми от средств защиты информации. Как правило, распределенная атака разбивается на два этапа (рис. 1), включающих в себя сбор информации о распределенных информационных ресурсах мобильного устройства и алгоритм проведения самой атаки.

В распределенных атаках, как правило, систематизируются разрушающие информационные воздействия на распределенные ресурсы. Это связано с тем, что распределенные атаки имеют значительные отличия от обычного несанкционированного доступа к информации. Применяется подход к систематизации угроз, когда из всего множества A угроз на информационные ресурсы [1]:

$$A = \{a_i \mid i=1 \dots N\}, \quad (1)$$

где a_i – i -я угроза информационных ресурсов.



Рис. 1. Этапы проведения распределенной атаки на распределенные информационные ресурсы мобильных устройств

Также рассматривается подмножество угроз B , свойственных только распределенным информационным ресурсам:

$$B = \{b_i | i=1..M\}, \quad (2)$$

где b_i – i -я угроза распределенных информационных ресурсов.

Такой подход к систематизации имеет свои недостатки, так как все угрозы из множества B в зависимости от мобильного устройства, подвергающегося воздействию, можно разделить на следующие два подмножества:

- распределенные атаки на инфраструктуру (под инфраструктурой мобильного устройства понимаем сложившуюся систему организации отношений между подсистемами и используемыми сервисными службами и протоколами множеств B_1);
- распределенные атаки на телекоммуникационные службы или удаленные сервисы (множество B_2) [2].

Проведенный анализ причин реальных воздействий злоумышленника (из множества B_1) на распределенные информационные ресурсы позволил выделить основные причины, по которым возможна реализация данных угроз: применение нестойких алгоритмов идентификации удаленных субъектов и объектов распределенных информационных ресурсов; использование протоколов динамического изменения маршрутизации с нестойкими алгоритмами иденти-

фикации; применение алгоритмов удаленного поиска с использованием широковещательных и направленных поисковых запросов; возможность анонимного захвата одним субъектом распределенного ресурса множества физических или логических каналов связи.

При идентификации распределенной атаки агент определяется как сущность, способная вести себя автономно, выполнять план и распознавать другие сущности в протоколах мобильных устройств, в которых они участвуют. Существует два протокола, в которых каждый агент враждебной многоагентной системы является участником. Первый – протокол взаимодействия агентов противника. Второй – это законный протокол, содержащий агента в виде встроенного в некоторую область кода и процесса, использующего ресурсы мобильного устройства. Информационная система мобильного устройства разделена на два уровня – High и Low. Если субъект на уровне High может выполнять все свои действия и способен «видеть» действия субъекта на уровне Low, но любой субъект на уровне Low не может «видеть» никаких действий или их результатов на уровне High, то тогда система удовлетворяет условию невлияния [3, 4]. Если враждебный агент находится на уровне High, а механизмы защиты находятся на уровне Low и выполняются условия

невлияния, то агент не может быть «увиден» средствами защиты информации.

Данная модель описывает теоретическую возможность работы «невидимого» агента (рис. 2). На практике можно расположить агента в ядре информационной системы мо-

бильного устройства таким образом, что он будет контролировать и модифицировать всю деятельность системы информационной безопасности. Данная конструкция реализует метод «men in the middle» (руткиты).

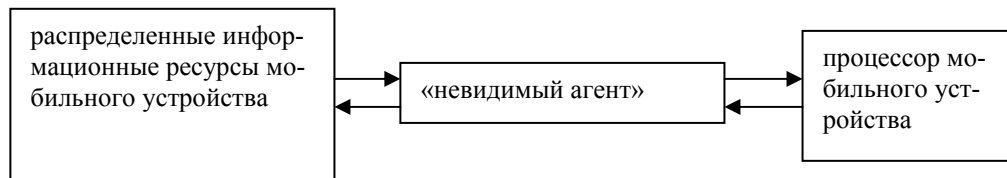


Рис. 2. Присутствие «невидимого агента» в распределенных информационных ресурсах мобильного устройства

Многие современные руткиты могут прятать от владельца файлы, папки и ключи реестра, скрывать запущенные программы, системные службы и соединения мобильного устройства. Таким образом, злоумышленник имеет возможность создавать файлы и ключи реестра, запускать программы и эта активность не будет обнаружена владельцем информационных ресурсов мобильного устройства.

В распределенных информационных ресурсах уровень Low находится под контролем системы безопасности мобильного устройства. Если использовать сниффер не имеющего канала на уровне High, то между агентами противника, использующими уровень Low, агенты уровня High могут прятать информацию в легальных каналах уровня Low. Здесь возникают три проблемы:

1. Спрятать спуск информации с уровня High на уровень Low от механизмов защиты.

2. Преодоление механизмов защиты, предназначенных для уничтожения скрытых каналов.

3. Способность агентов быть интеллектуальными и использовать стойкие методы стенографии [3].

Скрытие спуска информации с уровня High может быть решено, так как организация встраивания информации уровня High в предложенных далее скрытых каналах возможна с помощью программно-аппаратных агентов в распределенных информационных ресурсах мобильных устройств.

Функции построения скрытого канала доступны для программно-аппаратного агента, помогут примеры решения второй проблемы – преодоление механизмов защиты, предназначенных для уничтожения скрытых каналов.

В распределенных ресурсах в каждом сегменте $S_0, S_1 \dots S_m$ имеются программно-аппаратные агенты противника, которые для выполнения своих враждебных функций должны получать инструкции от программно-аппаратного агента злоумышленника, который полностью контролирует мобильные устройства $PC(j)$, $j = 0, 1 \dots m$. Программно-аппаратные агенты злоумышленника внутри сегментов распределенных информационных ресурсов $S_0, S_1 \dots S_m$ контролируют компьютеры соответственно $LG(j)$, $j = 0, 1 \dots m$. Узлы защиты $G(i)$ сделаны таким образом, что никто из злоумышленников не может их контролировать. Таким образом, управление программно-аппаратным агентом в любом из сегментов распределенных ресурсов со стороны злоумышленника из внешней среды передачи данных связано с построением канала связи от $PC(j)$ к $LG(j)$. Утечка информации связана с построением канала от $LG(j)$ к $PC(j)$. Единственными зависимыми параметрами, известными на $PC(j)$ и $LG(j)$ для входного потока пакетов, являются адреса отправителя пакетов. При передаче пакетов от $LG(j)$ к $PC(j)$ единственными зависимыми параметрами являются адреса получателей пакетов. Эта зависимость выражается в связи множества внутренних

адресов каждого сегмента и внешнего адреса s соответствующего шлюза и считается в данной задаче известной.

Для предотвращения возможных ошибок в процессе идентификации распределенных атак необходимо построить язык скрытой передачи данных, применяющий алгоритм перестановки данных в очереди. Допустим, агент в $LG(0)$ передает информацию агенту в $PC(0)$ во внешнюю среду, тогда агент в $LG(0)$ знает, какие данные идут на адрес получателя s_j , $j=1 \dots m$, серверов $G(j)$. С помощью алгоритма перестановки данных в очереди агент в $LG(0)$ упорядочивает очередные пары пришедших данных [4]. Блоки полученной последовательности данных разбиваются на пакеты. Серии этих пакетов передаются по соответствующим адресам. В серии пакетов могут вкрапливаться отдельные пакеты, связанные с установлением других соединений. Поэтому агент в $PC(0)$ не должен учитывать эти вкрапления.

Если в распределенных информационных ресурсах не решены проблемы идентификации управляющих устройств, возникающие при взаимодействии этих устройств с объектами системы мобильных устройств, то распределенные информационные ресурсы могут подвергнуться типовой распределенной атаке, связанной с изменением маршрутизации и внедрением в систему мобильного устройства ошибочно-

го объекта. Существуют две принципиально разные причины, обуславливающие появление типовой угрозы «ошибочный объект распределенных информационных ресурсов»:

- внедрение в распределенные информационные ресурсы ошибочного объекта путем навязывания ошибочного маршрута;
- внедрение в распределенные информационные ресурсы ошибочного объекта путем использования недостатков алгоритмов удаленного поиска [5].

Осуществление типовой распределенной атаки «внедрение в распределенные информационные ресурсы ошибочного объекта путем навязывания ложного маршрута» состоит в несанкционированном использовании протоколов управления для изменения исходных таблиц маршрутизации. При успешном изменении маршрута злоумышленник получит полный контроль над потоком информации в распределенных ресурсах мобильного устройства. Далее распределенная атака переходит во вторую стадию, связанную с приемом, анализом и передачей сообщений, получаемых от дезинформированных объектов распределенных информационных ресурсов. Для моделирования реализации распределенной атаки используем модель взаимодействия объектов в проекции на каналный и сетевой уровни (рис. 3).

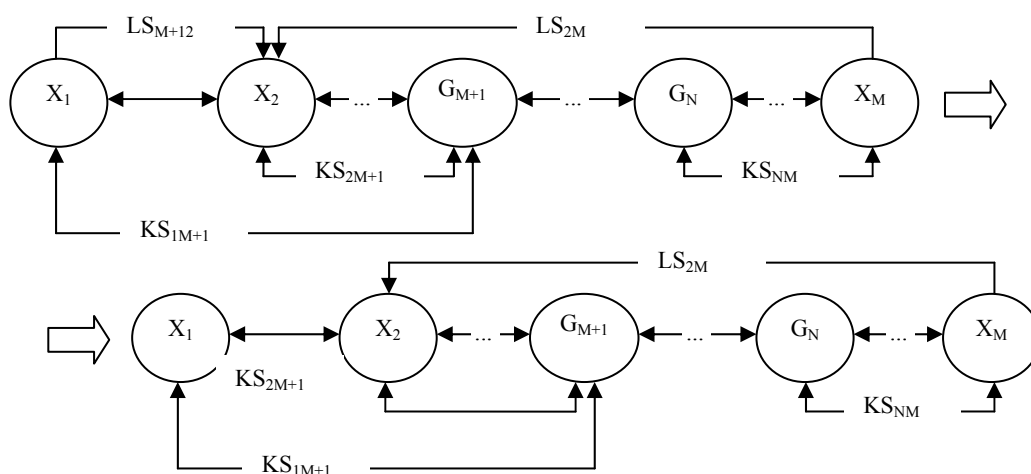


Рис. 3. Графовая модель взаимодействия объектов распределенных информационных ресурсов при реализации распределенной атаки «внедрение в распределенные информационные ресурсы ошибочного объекта путем навязывания ложного маршрута» в проекции на каналный и сетевой уровне

Пусть объект X_2 взаимодействует с объектом X_M . На графе это взаимодействие на сетевом уровне показано двунаправленным ребром LS_{2M} , которое располагается между вершинами X_2 и X_M . Соответственно на канальном уровне путь между объектами X_2 и X_M проходит через вершины $G_{M+1} \dots G_N$. Пусть с объекта X_I осуществляется реализация данной угрозы, то есть объект X_I передает на X_2 сетевое управляющее сообщение от имени мобильного устройства – объекта G_{M+1} , (ребро LS_{M+I2}), где объявляет себя мобильным устройством G_{M+1} . Далее граф взаимодействия объектов распределенных информационных ресурсов изменяется следующим образом: исчезает линия связи канального уровня KS_{2M+I} , соединяющая объекты X_2 и G_{M+1} , и появляется линия связи KS_{2M+I} , которая теперь соединяет объекты X_2 и X_I (объект X_I восприни-

мается объектом X_2 как мобильное устройство G_{M+1}). Соответственно на канальном уровне путь между X_2 и X_M проходит теперь через вершины X_I , $G_{M+1} \dots G_N$. Следовательно, после реализации распределенной атаки «внедрение в распределенные информационные ресурсы ошибочного объекта путем навязывания ошибочного маршрута» изменяется путь на канальном уровне на графе между объектами X_2 и X_M добавлением нового транзитного (ошибочного) объекта X_I [5].

В процессе идентификации распределенной атаки с помощью враждебной многоагентной системы необходимо построение «невидимой» сети агентов. Существует три класса агентов во враждебной многоагентной системе (рис. 4), применяемых для интеллектуального моделирования свойств.



Рис. 4. Классы агентов и их составляющие модули во враждебной многоагентной системе

Посредники могут взаимодействовать друг с другом в определенной последовательности. Если мета-агент A выполняет план P и ему необходим сервис S , то он обращается к агенту-посреднику F за сервисом. Агент-посредник F посылает сообщение другим агентам-посредникам о необходимости сервиса S . Каждый агент-посредник F' делает запрос своим мета-агентам на сервис S . Если F' получает отказ, то он передает запрос F на сервис S следующему агенту-посреднику F'' и т. д. Если F' получает положительный ответ от одного из своих мета-агентов, то он передает этот положительный ответ F . Все мета-агенты связаны между собой через агентов-посредников и име-

ют своего агента-посредника для взаимодействия во враждебной многоагентной системе.

Использование мета-агентами роли ассистентов посредников при координации деятельности всех агентов. Мета-агенты могут быть сделаны «невидимыми» с помощью своих агентов-посредников и агент посредник и мета-агент могут играть роль «men in the middle» в легальном протоколе. Это путь контроля и модификации любого легального протокола внутри одного мобильного устройства. Агенты интерфейса могут связываться друг с другом с помощью скрытых каналов, если они находятся в различных сегментах сети под охраной

своих агентов-посредников. Мета-агенты могут создаваться и могут уничтожаться. Коды агентов могут передаваться через агентов-посредников или агентов интерфейса.

Враждебная многоагентная система работает в распределенной атаке следующим образом. Мета-агенты используют методы распознавания для сканирования окружающей среды и находят точки для модификации информации и для выстраивания «men in the middle». Мета-агенты могут иметь информацию о выполнении распределенной атаки или могут ее не иметь. Если же информация отсутствует, то мета-агенты должны найти сервис в форме, содержащей план о дальнейшем действии. Когда каждый агент, являющийся участником распределенной атаки, имеет свой план, тогда первый шаг атаки закончен. Низкая пропускная способность скрытых каналов определяет слабую синхронизацию распределенной атаки. Поэтому агент противника проходит активную фазу атаки почти автономно. Если распределенные информационные ресурсы уничтожаются, то это приводит к ущербу, но и враждебная многоагентная система также разрушается. После восстановления распределенных информационных ресурсов вспомогательная многоагентная система должна создаваться с самого начала [6]. Поэтому противник должен предпочесть нанесение ущерба с помощью ошибочных вычислений.

Процесс повышения эффективности идентификации распределенных атак следует ввести не только в области обнаружения несанкционированного воздействия на ин-

фраструктуру защищаемых распределенных информационных ресурсов мобильных устройств, но и с точки зрения повседневной эксплуатации. Фаза идентификации распределенной атаки в модулях обработки данных опирается на сигнатурный метод. Каждая распределенная атака разбивается на набор этапов ее проведения. Чем проще атака, тем проще ее идентифицировать и больше возможностей появляется по ее анализу.

Каждая сигнатура воспроизводит определенное событие в распределенной информационной среде в фазовом пространстве распределенных атак. Фазы можно определить свободно, но лучше сохранять при этом достаточную степень детализации, чтобы иметь возможность идентифицировать распределенные атаки с помощью подробных сценариев атак.

Основным преимуществом данного подхода является то, что появляется возможность распознать угрозу появления распределенной атаки в процессе ее подготовки и формирования, а не на стадии ее реализации. Элементной базой для идентификации распределенной атаки может быть как сигнатурный метод, так и выявление аномалий, использование экспертных методов и систем, доверительных отношений и прочих информационных оценок, происходящих в вычислительной среде потока событий.

Процесс распределенной атаки в этом случае представляет собой граф переходов, аналогичный графу конечного детерминированного автомата с описанием фаз (рис. 5).



Рис. 5. Описание фаз распределенной атаки на распределенные информационные ресурсы мобильных устройств

Основным преимуществом данного подхода является то, что появляется возможность распознать угрозу появления распределенной атаки в процессе ее подготовки и формирования, а не на стадии ее реализации. Обобщенная схема обработки посту-

пающих событий позволяет осуществлять поиск распределенных атак с последующей агрегацией данных из различных источников и конструирования метаданных об известных инцидентах по защищаемому «периметру» (рис. 6).

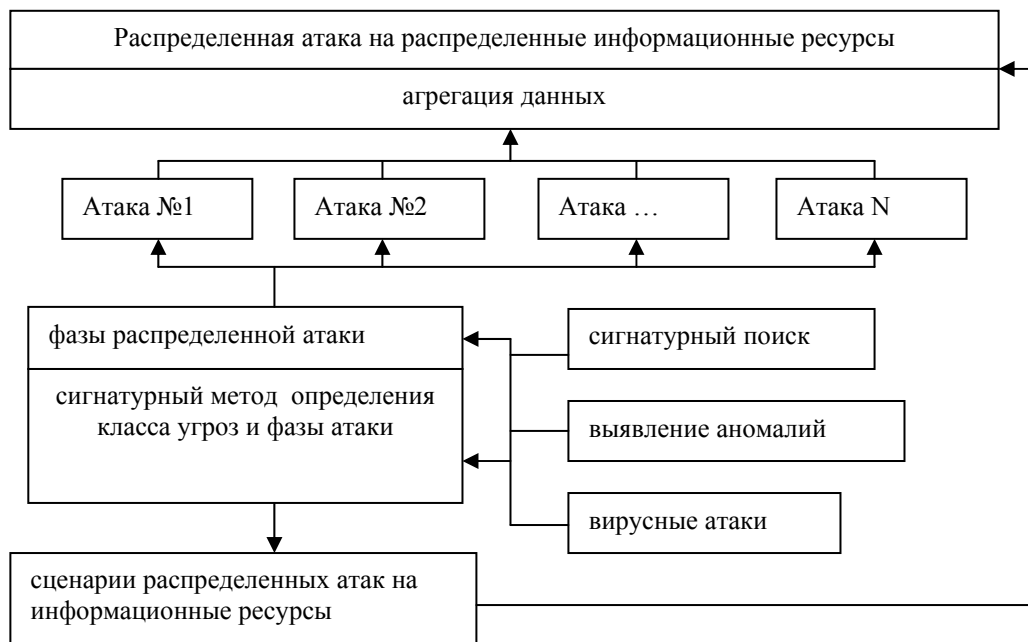


Рис. 6. Идентификация распределенных атак на распределенные ресурсы мобильных устройств

Элементной базой для идентификации распределенной атаки может быть как сигнатурный метод, так и выявление аномалий, использование экспертных методов и систем, доверительных отношений и прочих информационных оценок, происходящих в вычислительной среде потока событий.

Идентификация распределенных атак происходит путем общения данных о поступающих атаках и подозрительных действиях и сопоставления шаблонов и статистической фильтрации. Сигнализация о подозрительных действиях в распределенных информационных ресурсах мобильных устройств осуществляется на нескольких уровнях: нижний уровень сообщает о примитивных событиях (совпадении сигнатур, выявлении аномалий); средний уровень извлекает информацию из нижнего уровня и агрегирует ее с помощью конечных автоматов, статистического анализа и механизмов пороговой фильтрации; высший уровень

агрегирует информацию с двух предыдущих и позволяет выявлять обычные и распределенные атаки, их реальный источник и прогнозировать его дальнейшее поведение на основе интеллектуального анализа [5].

Подход к построению процесса систем идентификации вторжений и выявления признаков распределенных атак на распределенные ресурсы полон недостатков и уязвимостей, позволяющих злоумышленникам успешно преодолевать системы защиты информации в мобильных устройствах. Переход сигнатурного метода атак к выявлению предпосылок возникновения угроз информационной безопасности должен способствовать сокращению дистанции отставания в развитии систем защиты от систем их преодоления. Безопасность определяется знанием возможных атак, и наиболее опасные атаки на распределенные информационные ресурсы – это распределенные атаки. Данные атаки могут осуществляться враждебными многоагентными

системами. Также такая многоагентная система может быть «невидимой» и интеллектуальной, а координация агентов во враждебной многоагентной системе также может быть «невидимой» и осуществляться с

помощью скрытых каналов. Эти условия могут удовлетворяться с помощью реализации модели невливания, скрытых каналов и соответствующей организацией агентов противника.

Библиографический список

1. Генералов Д. Н., Шлегель О. А., Калашников В. П. Основные принципы повышения надежности функционирования информационных систем за счет избыточности // VI Международная научно-практическая конференция «Синергетика природных, технических и социально-экономических систем» / Поволжский государственный университет сервиса. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2009.
2. Генералов Д. Н. Анализ возможных атак на корпоративные сети при использовании метода социальной инженерии // VI Международная научно-практическая конференция «Синергетика природных, технических и социально-экономических систем» / Поволжский государственный университет сервиса. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2009.
3. Грушо А. А., Тимонина Е. Е. Модель невливания для сети // Обзорение прикладной и промышленной математики. Т. 7 (1). – М. : ТВП, 2000.
4. Грушо А. А., Тимонина Е. Е. Двойственность многоуровневой политики безопасности // Методы и технические средства информационной безопасности : тез докл. конф. – СПб., 2000.
5. Шлегель О. А., Абушева Г. Р. Схема и алгоритм обработки данных информационной системы // Потенциал развития непроемчивой сферы в крупных промышленных городах Поволжского региона: взгляд молодых профессионалов : сб. тез. 2 регион. НПК. Ч. 2 / Тольяттинская государственная академия сервиса. – Тольятти : Изд-во ТГАС, 2005.
6. Gumnopoulos L., Dritsas S., Gritzalis S. GRID Security Review // International Workshop «Information Assurance in Computer Networks. Methods, Models, and Architectures for Network Security», St. Petersburg: Springer, LNCS 2776, 2003.

D. N. Generalov*

**Generalov Dmitriy Nikolayevich, graduate student of Volga Region State University of Service, Togliatti*

IDENTIFICATIONS OF THE PORTIONED ATTACKS ON INFORMATION FACILITY MULTIAGENTS SYSTEM MOBILE DEVICE

Key words: mobile devices, attacks, dangers, information security, information resources, information security methods.

Use the process to identifications of the portioned attacks on information facility multiagents system mobile device for the reason preventions of the unauthorized access and the following drain to proprietary information. The Possibility to identifications of the threat of the portioned attack in process of its preparation and shaping, rather than on stage of its realization. The Integration of the process to identifications can be reached by means of the system.

© Генералов Д. Н., 2009

УДК 338:004; 330.47; 338:002.5

Д. Н. Генералов, О. А. Шлегель*

**Генералов Дмитрий Николаевич, аспирант Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

Шлегель Олег Александрович, доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой «Прикладная математика и информатика» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти

ИДЕНТИФИКАЦИЯ СКРЫТЫХ КАНАЛОВ УТЕЧКИ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ИНСТАЛЛЯЦИИ ИНСАЙДЕРА В МОБИЛЬНОЕ УСТРОЙСТВО

Ключевые слова: многоуровневые системы безопасности, скрытые каналы утечки информации, мобильное устройство, инсайдер, информационная безопасность, информационные потоки.

Идентификация скрытых каналов утечки информации. Анализ каналов по времени и по памяти в мобильных устройствах. Принципы функционирования скрытых каналов утечки информации. Противодействие скрытым каналам утечки информации при помощи многоуровневой системы безопасности. Использование принципа эшелонированности для защиты информации в мобильном устройстве.

Злоумышленники всегда стремятся скрыть сам факт передачи и хищения информации. Способы, которыми они оперируют, получили название «стенография». Стенографические методы скрытия информации всегда применялись различные, но в связи с электронным представлением данных появился термин «компьютерная стенография». Стенографические способы передачи по каналам связи мобильных устройств получили название «скрытый канал» (covert channel).

Сущность скрытых каналов утечки информации заключается в том, что каналы не проектируются и не предполагаются для передачи информации в системе обработки данных мобильных устройств. Другими словами, это способ скрытой несанкционированной передачи конфиденциальной информации злоумышленнику, которой, в свою очередь, нарушает систему политики безопасности. Как правило, для организации такого рода передачи информации используются атрибуты (длина пакетов передачи, временные задержки и т. п.), которые не имеют для этого предназначения. Принцип действия скрытых каналов утечки информации заключается в нестандартном способе передачи информации по легальным каналам (электронная почта).

При организации «скрытых каналов» используется как штатное программное обеспечение мобильного устройства, так и специально созданное вредоносное программное обеспечение. Скрытые каналы может организовать как злоумышленник, находящийся вне зоны мобильного устройства и проводя атаку удаленно, так и инсайдер, имеющий доступ к конфиденциальной информации. Располагаясь внутри информационной системы мобильного устройства, вредоносное программное обеспечение способно скрытым способом установить связь со злоумышленником и передавать ему конфиденциальные данные. Как показывает опыт, скрытый канал утечки информации обнаружить сложнее, так как информация путем ее скрытой передачи обнаруживается только после его длительной эксплуатации инсайдером. В случае когда мобильные устройства объединяются в некую сеть и предполагается подключение этой сети к внешним сетям, возникает множество скрытых каналов утечки конфиденциальной информации (рис. 1).

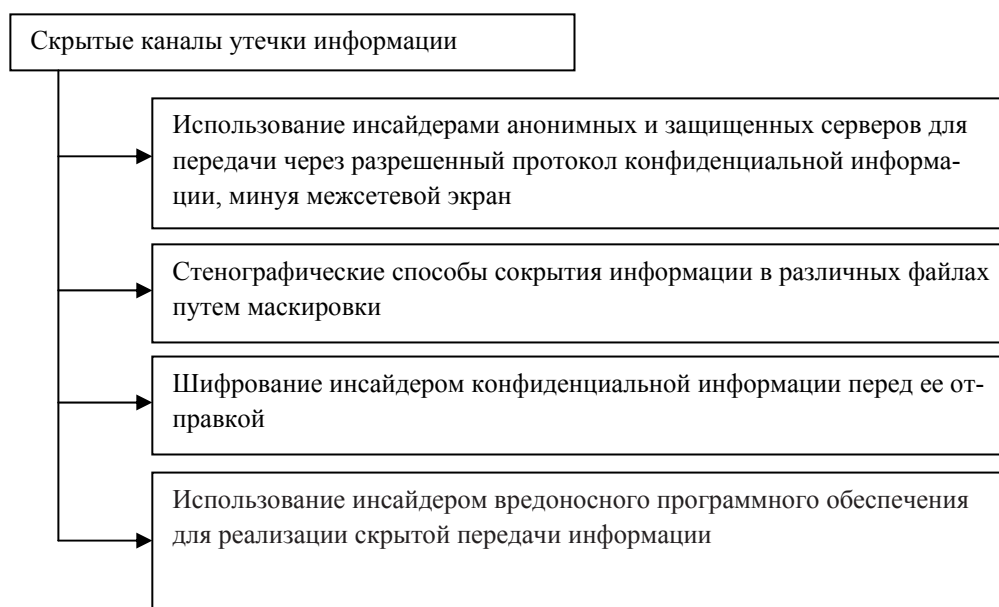


Рис. 1. Скрытые каналы утечки информации, используемые инсайдерами в мобильных устройствах

Как правило, скрытые каналы утечки информации характеризуются как каналы по памяти или каналы по времени. В скрытых каналах по памяти информация передается через доступ отправителя на запись и получателя на чтение к одним и тем же ресурсам или объектам. Скрытый канал по времени характеризуется доступом отправителя и получателя к одному и тому же процессу или изменяемому во времени атрибуту. Система мобильного устройства разделена на два уровня High и Low, и в системе принимается многоуровневая политика безопасности, разрешающая информационные потоки снизу вверх (от Low к High) и запрещающая потоки сверху вниз. Злоумышленник использует скрытый канал для передачи информации от программно-аппаратного агента в среде High к программно-аппаратному агенту в среде Low. При этом скрытый канал должен защищать нарушителя от системы защиты, поддерживающей многоуровневую политику. Традиционным скрытым каналом по памяти является возможность показа на уровне Low названий директорий и файлов, созданных на уровне High. В данном случае информа-

ция может передаваться в именах файлов, которые выбираются в соответствии с заранее условленным кодом, в атрибутах файлов, в которых информация может кодироваться, размерами файлов, датами изменения файлов и т. д. Обычно существование файла с данным названием несет бит информации с верхнего уровня на нижний.

Результаты исследований показывают, что процент ущерба от скрытой утечки конфиденциальной информации весьма существенный и с каждым днем этот процент увеличивается. По мнению многих специалистов, потеря 20% конфиденциальной информации в 60 случаях из 100 приводит к огромному ущербу. Притом многие исследовательские компании отмечают: более 80% всех инцидентов, связанных с нарушением информационной безопасности, вызваны внутренними угрозами. Источниками таких угроз, повлекших за собой нарушение конфиденциальности информации, являются инсайдеры (рис. 2). Такая статистика говорит о том, что существует весьма актуальная проблема скрытой передачи конфиденциальной информации в мобильных устройствах.

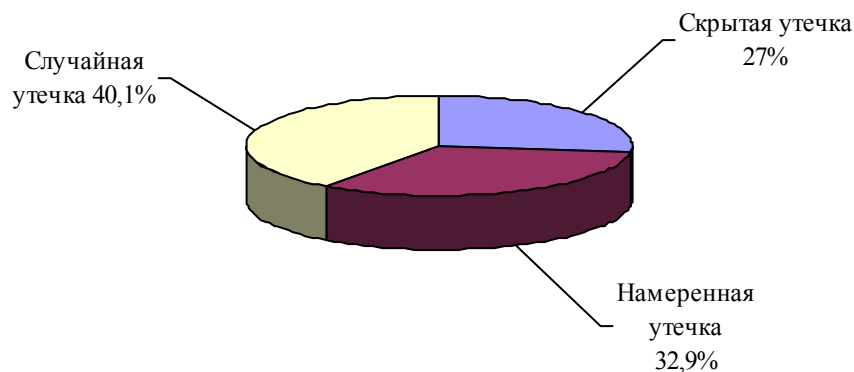


Рис. 2. Причины утечки информации в мобильных устройствах по результатам анализа инцидентов за 5-й месяц 2009 г., представленные компанией Info Watch

Для борьбы со скрытыми каналами утечки информации в мобильных устройствах необходимо строгое следование политике безопасности (набор норм, правил и практических приемов, которые регулируют управление, защиту и распределение ценной информации).

Большинство разновидностей политик безопасности выражаются через информационные потоки. Большинство информационных потоков в системе мобильного устройства делятся на два непересекающихся подмножества: разрешенные и неразрешенные потоки. Следовательно, система защиты должна обеспечивать поддержку разрешенных потоков и препятствовать запрещенным потокам. Определение информационного потока интегрируется через среднюю взаимную информацию, и объект O в информационной системе представляет собой конечное множество допустимых записей. Обычно состоянием объекта O является конкретная запись из этого конечного множества, которая находится в информационной системе в данный момент времени с именем O . Пусть X и Y два объекта в информационной системе мобильного устройства, и предположим, что в данный мо-

мент времени состояния объектов X и Y определяются совместным распределением вероятностей $P(x, y)$ на конечном множестве пар (x, y) , $x \in X$, $y \in Y$, $P(x, y) \geq 0$,

$\sum_{y \in Y, x \in X} P(x, y) = 1$. Обозначим $P_X(x) = \sum_{y \in Y} P(x, y)$ и

аналогично $P_Y(y) = \sum_{x \in X} P(x, y)$. Средней вза-

имной информацией объектов X и Y называется величина:

$$I(X, Y) = \sum_{y \in Y, x \in X} P(x, y) \log_2 \frac{P(x, y)}{P_X(x)P_Y(y)}. \quad (1)$$

Информационный поток между объектами X и Y существует, если средняя взаимная информация $I(X, Y) > 0$. Можно доказать, что существование информационного потока эквивалентно условию, что существует пара (x, y) , такая, что $P(x, y) \neq P_X(x)P_Y(y)$.

В качестве политики безопасности для предотвращения утечки информации применяется модуль многоуровневой безопасности MLS (Multi Level Systems) (рис. 3). Принцип действия модуля MLS заключается в том, что для каждого субъекта или объекта внутри системы устанавливается «уровень допуска».

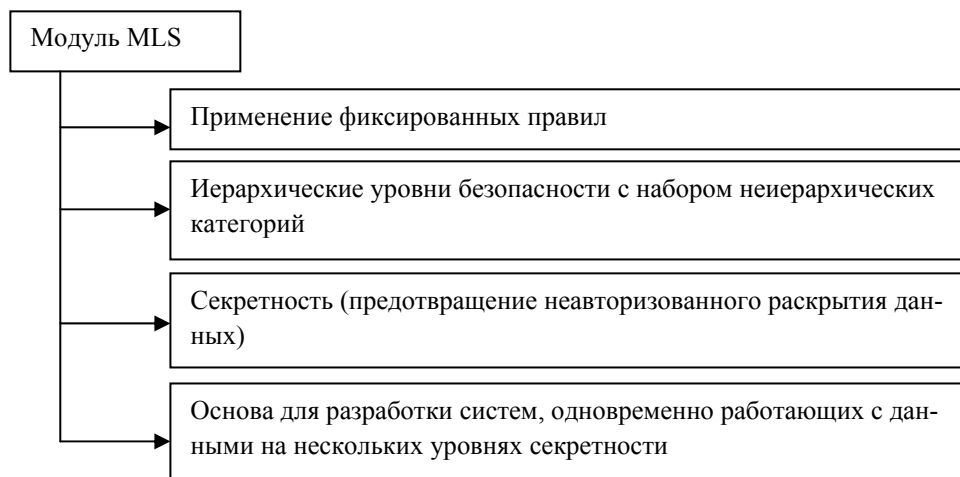


Рис. 3. Средства входящих в модуль многоуровневой безопасности MLS, применяемых для борьбы со скрытыми каналами утечки информации в мобильных устройствах

Принцип политики MLS заключается в том, что она оперирует множеством информационных потоков в системе мобильного устройства и делит их на разрешающие и запрещающие при помощи условия. Говоря же на конструктивном языке, имеет место рассмотреть класс систем с двумя видами доступов read и write. Пусть процесс S в ходе решения своей задачи последовательно обращается к объектам $O_1, O_2 \dots O_l$

$$\begin{aligned} S \xrightarrow{I} O_{i1}, \dots, S \xrightarrow{I} O_{ik}, S \xrightarrow{W} \\ \xrightarrow{W} O_{j1}, \dots, S \xrightarrow{W} O_{j1-k} \end{aligned} \quad (2)$$

Тогда из определения MLS следует:

- выполнение условий $c(S) \geq c(O_{it}), t=1 \dots k$, соответствующие потоки информации, определяемые доступом read, будут идти в разрешенном направлении;

- выполнение условия $c(S) \leq c(O_{it}), t=1 \dots k$, потоки, определяемые доступом write, будут идти в разрешенном направлении.

В результате выполнения задачи процессом S информационные потоки, с ним связанные, удовлетворяют политике MLS. Данный анализ показывает, как классифицируются почти все процессы, и принимается решение о применении политики многоуровневой безопасности. При нарушении политики доступа MLS на каком-либо из этапов происходит полная блокировка доступа к информации. Последовательность описанной выше цепочки обработки информации показывает, что субъект S также может создать объект O такой, что $c(S) > c(O)$,

но информацию он туда уже не может записывать. При передаче управления поток информации от процесса S или к нему прерывается, и если правила направления потока при read и write выполняются, то MLS соблюдается, если нет, то соответствующий процесс не получает доступ. Таким образом, мы приходим к управлению потоками через контроль доступов. В результате для определенного класса систем получим конструктивное описание политики MLS.

Политика многоуровневой защиты в современных мобильных устройствах реализуется через мандатный контроль. Мандатный контроль является основополагающим, так как через него формируются и проходят обращения каждого субъекта к каждому объекту. Организуется мандатный контроль следующим образом. Каждый объект O имеет метку с информацией о классе $c(O)$. Каждый субъект также имеет метку, содержащую информацию о том, какой класс доступа $c(S)$ он имеет. Мандатный контроль сравнивает метки и удовлетворяет запрос субъекта S к объекту O на чтение, если $c(S) \geq c(O)$, и удовлетворяет запрос на запись, если $c(S) \leq c(O)$.

Как правило, система мобильного устройства разделяется на два уровня High и Low, и принимается многоуровневая политика безопасности MLS. Следовательно, разрешаются информационные потоки снизу вверх (от Low к High) и блокируются потоки сверху вниз, и злоумышленник может

использовать скрытый канал для передачи информации от программно-аппаратного агента в среде High к программно-аппаратному агенту в среде Low. Скрытый канал утечки информации должен защищать злоумышленника от системы защиты, поддерживающей многоуровневую политику MLS, основанную на определении потоков через доступы read и write. Таким образом, скрытый канал является недоступным и невидимым для систем защиты информации от несанкционированного доступа.

Масштабы современных угроз возрастают с каждым днем, также увеличивается количество вредоносного программного обеспечения, которым оперируют злоумышленники. Для организации борьбы со скрытыми каналами утечки информации возникает проблема анализа этих каналов утечки, где возникают ограничения на информационные потоки. Данный анализ предполагает решение многих взаимосвязанных задач (рис. 4).

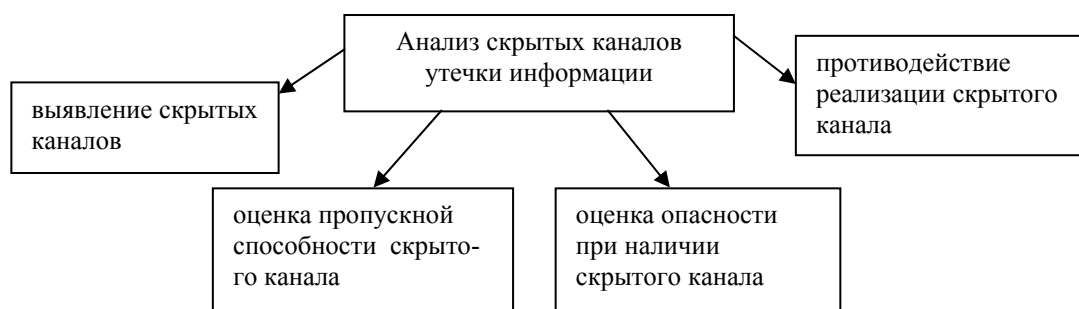


Рис. 4. Основные решаемые задачи при анализе скрытых каналов утечки информации в мобильных устройствах

В масштабе мобильных устройств этот аспект предотвращения утечки конфиденциальной информации по скрытым каналам утечки информации закрепляется за политикой безопасности. Создание скрытых информационных потоков является строгим нарушением политики безопасности, крайне необходимо проводить регулярный анализ всей сетевой активности. Грамотно организованная архитектура сети мобильных устройств, защита которой построена на принципе эшелонирования, представляет собой серьезный барьер для любого злоумышленника. При построении централизованной эшелонированной системы защиты предусматривается использование технологий защиты от вредоносного программного обеспечения и нежелательной активности на уровнях:

- входа в сеть мобильных устройств (gateway);
- общего сервера мобильной сети;
- конечного мобильного устройства пользователя.

Наиболее эффективным способом борьбы со скрытыми каналами является их уничтожение. При использовании специализи-

рованных интерфейсов, встраиваемых между уровнями High и Low устройства, транслирующего байты и рандомизирующего задержку выставления сигнала на верхнем уровне, видимую на нижнем уровне и позволяющую полностью уничтожить любой детерминированный скрытый канал по времени и существенно испортить скрытый статистический канал. Понятие «скрытого влияния» тесно связано со скрытыми информационными потоками в скрытых каналах, которые фактически не существуют. Чтобы объяснить данное понятие, необходимо рассмотреть двухуровневую систему, в которой уровень High соответствует аналитической подсистеме, вырабатывающей варианты некоторого решения. Уровень Low соответствует подсистеме сбора информации из открытых источников и открытых сетей. Пусть подсистемы Low и High связаны однонаправленным каналом от Low к High, который позволяет реплицировать на верхнем уровне собранные на нижнем уровне данные.

Пусть объект Y принадлежит уровню High, а объект X принадлежит уровню Low. Пусть совместное распределение состояний

(x, y) объектов Y и X не равно произведению индуцированных вероятностей $PX(x)$ и $PY(y)$. Согласно математической теории связи от X к Y существует информационный поток, который измеряется средней взаимной информацией $I(X, Y)$. Но тогда точно такой же информационный поток существует от Y к X , измеряемый той же величиной. В случае однонаправленного канала такая симметрия имеет очень простую интерпретацию.

На нижнем уровне, реплицируя объект X на верхний уровень, известно, что на верхнем уровне существует объект Y в точности с тем же состоянием, что и X . Если какой-то объект Z связан с объектом Y на верхнем уровне и известно, что существует объект с данным видом связи, то, естественно, возникает информационный поток между X и Z . Причем этот информационный поток также симметричен, что означает возможность получения некоторой информации об объекте верхнего уровня, не имея физического канала от Z к X . Для того чтобы лучше понять суть таких каналов, представим себе, что на верхнем уровне секретное решение принимается с помощью некоторого известного алгоритма только на основании информации, реплицированной с нижнего

уровня. Злоумышленник на нижнем уровне может из информации с помощью алгоритма получить точно такое же решение. Таким образом, секретная информация верхнего уровня стала известна на нижнем уровне, а это может говорить о наличии скрытого канала утечки информации. Информация передается с верхнего уровня на нижний и несанкционированно снижает гриф информации.

На сегодняшний день существуют положительные подходы к решению проблемы борьбы со скрытыми каналами утечки информации. Каким бы опасным не был скрытый канал, на практике он просто блокируется. Блокируются те каналы, которые угрожают конфиденциальности и представляют угрозу целостности программ и данных. В частности, необходимо выявлять и пресекать общение «троянских» программ со злоумышленниками (равно как и попытки внедрения таких программ). Соблюдение принципов архитектурной безопасности (эшелонированность обороны) помогает бороться как со скрытыми каналами утечки информации в мобильных устройствах, так и с последствиями их функционирования.

Библиографический список

1. Генералов Д. Н., Шлегель О. А. Применение критериев эффективности работы локальной вычислительной сети на этапе проектирования // VI Международная научно-практическая конференция «Синергетика природных, технических и социально-экономических систем» / Поволжский государственный университет сервиса. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2009.
2. Грушо А. А., Тимонина Е. Е. Теоретические основы защиты информации. – М. : Агентство «Яхтсмен», 1996. – 186 с.
3. Грушо А. А., Тимонина Е. Е. Двойственность многоуровневой политики безопасности // Методы и технические средства обеспечения безопасности информации : тез. докл. конф. – СПб. : Изд-во СПбГТУ, 2000.
4. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. – М. : Иностранная литература, 1963.
5. Шлегель О. А. Интегрированные информационные технологии с учетом особенностей структуры, специализации организации // Вестник ПВГУС. Сер. «Экономика» : межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2008. – 260 с.
6. Шлегель О. А. Аудит безопасности информационных систем предприятия // Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-экономических отношений : матер. междунар. науч.-практ. конф. (17 декабря 2008 г.) : в 2 ч. Ч. 1 / отв. ред. Л. А. Тягунова. – Саратов : Изд-во «Научная книга», 2008. – 355 с.
7. Huskamp J.C. Covert Communications Channels in Timesharing Systems / Technical Report Ph.D. Thesis, University of California, Berkley, California, 1978.

D. N. Generalov, O. A. Shlegel*

**Generalov Dmitriy Nikolayevich, graduate student of Volga Region State University of Service, Togliatti*

Shlegel Oleg Alexandrovich, PhD in Technique, professor, head of «Applied Mathematics and Informatics» chair of Volga Region State University of Service, Togliatti

IDENTIFICATIONS HIDDEN CHANNEL SEEPAGE INFORMATIONS OF INSTALL INSIDE IN MOBILE DEVICE

Key words: multilevel security systems, hidden channels of information leakages, mobile device, insider, information security, information currents.

Identifications hidden channel seepage information. The Analysis channel on memories or channel on time in mobile device. The Principles of the action hidden channel seepage information. The Fight with hidden channel of the drain by means of layered politicians of safety MLS. Using the principle esheloniration in protection of the proprietary information mobile device.

© Генералов Д. Н., Шлегель О. А., 2009

Д. Н. Генералов*

**Генералов Дмитрий Николаевич, аспирант Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

ПОВЫШЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ И АУДИТ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

Ключевые слова: информационная безопасность, информационные системы, мобильные устройства, финансовые потери, угрозы, информационная система CobiT, стандарт BS7799, стандарты информационной безопасности, аудит информационной безопасности.

Проведение аудита и аттестации обеспечивает повышение безопасности информационной системы мобильных устройств. Уменьшение финансовых потерь, вызванных различными типами угроз. Проверка в соответствии со стандартом BS7799 и международной ассоциации CISA. Модель управления информационной системой CobiT может быть использована для обеспечения информационной безопасности мобильных устройств.

Повышение безопасности информационной системы в мобильных устройствах является актуальной проблемой. Это связано с тем, что многие организации занимаются решением данной проблемы, но с каждым днем регистрируются новые варианты атак

на информационные системы мобильных устройств. Процент организаций, имеющих серьезные проблемы с информационной безопасностью систем мобильных устройств, с каждым годом только увеличивается (рис. 1).

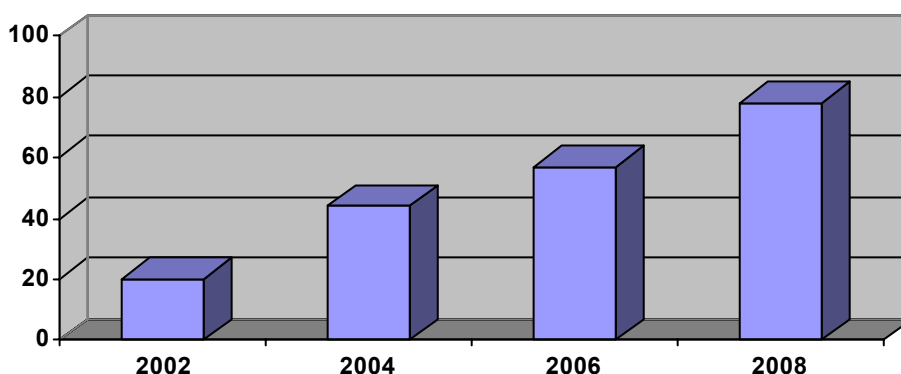


Рис. 1. Организации, имеющие проблемы с информационной безопасностью системы мобильного устройства

Основной причиной роста процента проблем информационной безопасности является рост информационных технологий, применяемых во многих процессах, как следствие, возрастают требования к безопасности информационной системы мобильных устройств. Возрастает сложность информационных процессов, это предъявляет высокие требования к квалификации персонала, отвечающего за поддержания

информационной безопасности на высоком уровне.

Проведение аудита способствует значительному повышению безопасности информационной системы мобильных устройств. Грамотно проведенный аудит позволит значительно сократить финансовые потери, вызванные различными типами угроз информационной безопасности (рис. 2).

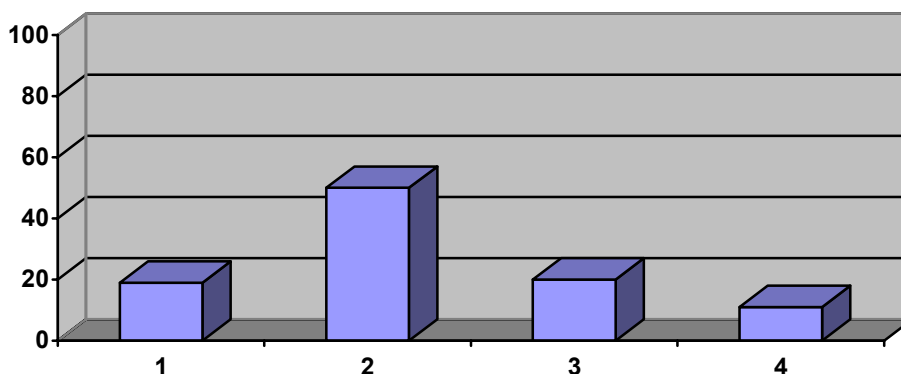


Рис. 2. Финансовые потери, вызванные различными типами угроз на информационную систему: 1 – инсайдеры и внутренние пользователи; 2 – вредоносное программное обеспечение; 3 – кибератаки; 4 – другие виды угроз

Действия инсайдеров наносит значительные финансовые убытки. Данный тип угрозы имеет существенную опасность. Инсайдеры имеют доступ к информации, они знают, где и как она хранится, знают пароли доступа и ценность информации, также имея полный доступ к информации, они могут ее полностью уничтожить либо передать третьим лицам. Вредоносное программное обеспечение имеет наибольшее влияние на информационную систему мобильных устройств. Вред от такой угрозы может нанести достаточно критический и крупномасштабный ущерб. Кибератаки также наносят существенный ущерб, но пока уступают другим угрозам (действия инсайдеров и вредоносное программное обеспечение) [1]. Другие виды угроз на информационную систему наносит малый процент ущерба и

не поддаются какой-либо классификации из-за своей незначительности.

Для повышения информационной безопасности мобильных устройств проводится аудит с аттестацией информационной системы с одновременным принятием стандартов информационной безопасности. Существует множество стандартов в области информационной безопасности. Проектирование системы управления информационной безопасностью (рис. 3) в соответствии со стандартом BS7799 предполагает наличие зарегистрированных целей, результативной системы управления информационной безопасностью и методикой проведения аудита, позволяющей объективно оценивать ситуацию дел в области безопасности информационных систем мобильных устройств.

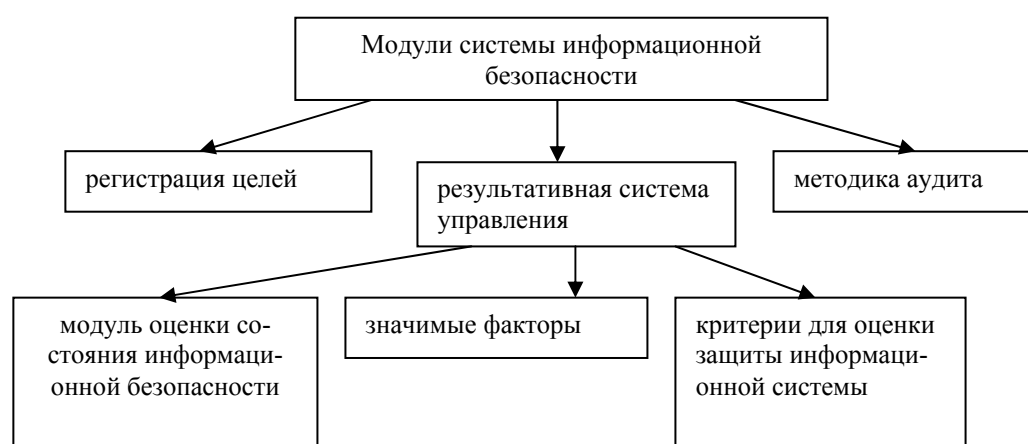


Рис. 3. Состав системы информационной безопасности в соответствии со стандартом BS7799 (Великобритания)

Проведение аудита включает в себя подготовительные мероприятия, а именно подготовку документации и проведение проверки соответствия безопасности информационной системы требованиям стандарта BS7799 (Великобритания). Пакет документов должен содержать: политику безопасности; оценки рисков; описание инструментария управления информационной безопасностью; границы защищаемой системы; управление рисками; ведомость соответствия (соответствие требованиям стандартов поставленных целей в области информационной безопасности). Внутренняя проверка соответствия системы управления информационной безопасностью требованиям стандарта BS7799 заключается в проверке соответствия каждого пункта в стандарте. На основе внутренней проверки составляется ведомость соответствия стандарту BS7799 и предоставляется аргументированное описание имеющихся несоответствий [8]. Используются следующие категории несоответствия: существенное несоответствие (не выполняется одно или несколько базовых требований стандартов либо установлено, что используются неадекватные меры по защите конфиденциальности, целостности или доступности критически важной информации); несущественное несоответствие (не выполняются некоторые второстепенные требования, что несколько повышает риски или снижает эффективность защитных мер).

Описанные несоответствия должны иметь ссылки на соответствующее требование

стандарта. Выявление значительного количества несущественных несоответствий может поставить вопрос о возможности появления существенного несоответствия. После выявления несоответствий необходимо наметить пути их устранения.

Повышение безопасности системы использует комплексный подход к аудиту, а именно решение на процедурном уровне (организация регламента действий организаций по отношению к информационной системе мобильных устройств), административном уровне (постановка программы обеспечения информационной безопасности и результаты ее выполнения) и программно-технической составляющей мобильного устройства.

Аудит информационной безопасности систем мобильных устройств проводится ассоциациями аудиторов информационных систем (CICA – Certified Information System Auditor). Данные ассоциации имеют свою систему стандартов в этой области. Ассоциация постоянно совершенствует свою концепцию управления информационными технологиями в соответствии с требованиями информационной безопасности мобильных устройств. На основе данной концепции описываются элементы информационной системы, даются рекомендации по организации управления, обеспечению режима информационной безопасности. Данный документ получил название CobiT (Control Objectives for Information and Related Technology) и состоит из четырех основных частей (рис. 4).

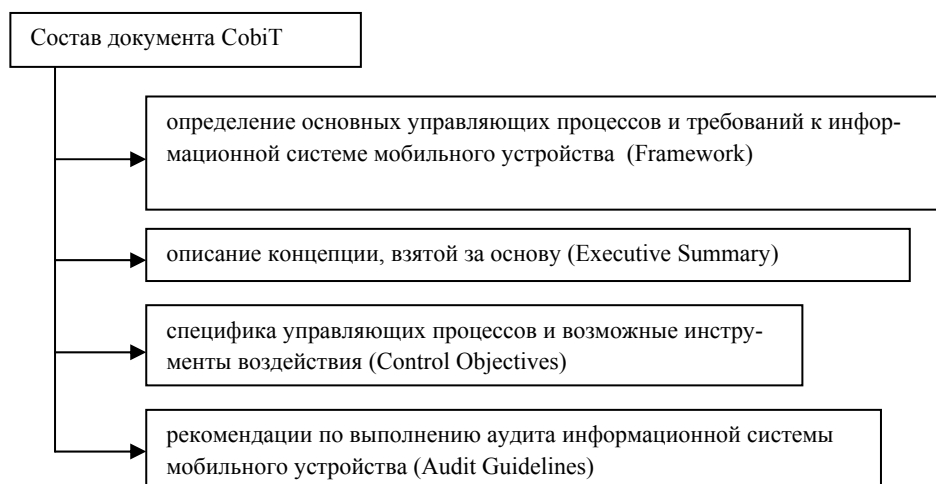


Рис. 4. Составные части документа CobiT
(Control Objectives for Information and Related Technology)

Модель управления информационной системой CobiT (рис. 5) описывает универ-

сальную модель управления информационной системой мобильного устройства.

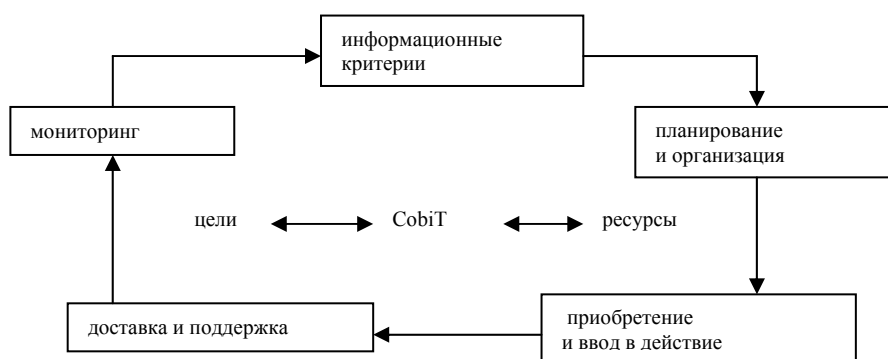


Рис. 5. Модель управления CobiT информационной системой мобильного устройства

В данной модели имеются ресурсы информационной системы, являющиеся источником, который используется в процессе. Информационная система должна удовлетворять требованиям процесса, объединяющимся определенным образом. Требования к качеству информационной системы описывают показатели качества, стоимость и характеристики. Показатели качества описывают возможные отрицательные стороны. Система данных показателей используется при оценке эффективности информационной системы и управления рисками. Показатели информационной безопасности характеризуют конфиденциальность, целостность и доступность. Обобщенные показатели зависят от показателей качества информационной системы. Доверие к информационной системе формируется на основе принятых стандартов и требованиях достоверности (действительности) [5, 6, 7].

Каждая из информационных систем мобильных устройств проходит стадии жизненного цикла [1, 2]. На стадии планирования и организации определяются стратегии и тактики развития информационных технологий, а именно решаются вопросы, касающиеся реализации информационной системы. Поддержка и доставка связана с обеспечением процесса эксплуатации информационной системы. Немаловажным аспектом является мониторинг (наблюдение за процессами, составляющими информационную систему) и ввод в действие (выбранные решения должны быть документально оформлены).

Таким образом, выделяются основные задачи, которые имеют связь с информаци-

онной системой мобильного устройства и оказывающие влияние на отдельные свойства информации. Кроме традиционных свойств (доступность, конфиденциальность и целостность) дополнительно выделяются свойства – эффективность, действенность и достоверность. Эти свойства напрямую связаны с традиционными свойствами, и их совместное использование помогает достоверному обоснованию результатов. Далее эта весьма абстрактная схема конкретизируется, каждая из задач подробно расписывается в виде списка существенных аспектов (или точек контроля и управления), которые необходимо проконтролировать. Предлагается множество точек контроля и управления, позволяющих проверить правильность выполнения этапов. Для каждой из точек контроля приводятся общие требования и практические рекомендации, каким образом это должно быть выполнено и проконтролировано.

Методы управления информационной безопасностью мобильных устройств усиленно развиваются, и основные устремления развития связаны с улучшением: методологии выбора и формализации целей в области безопасности; инструментария (методик) для построения подсистемы информационной безопасности в соответствии с выбранными целями; технологий аудита, позволяющих объективно оценить положение дел в области информационной безопасности мобильных устройств [2, 9].

Данные составляющие неразрывно связаны и обязаны соответствовать друг другу. Использование современных методов управления информационной безопасностью по-

звоняет поддерживать режим безопасности информационной системы мобильного устройства. Обязательной составной частью таких методов является проведения аудита информационной безопасности.

На этапе становления информационных систем мобильных устройств лишь сравнительно небольшая доля организаций добровольно проходила аудит информационной

безопасности. Сейчас же наблюдается положительная динамика, и приведение безопасности информационных систем в соответствие с требованиями современных стандартов и добровольной сертификации на соответствие этим требованиям рассматриваются организациями как основной путь улучшения положения дел в области безопасности.

Библиографический список

1. Генералов Д. Н., Шлегель О. А., Куница И. М. Использование модели управления для анализа и сокращения рисков в жизненном цикле программных средств // VI Международная научно-практическая конференция «Синергетика природных, технических и социально-экономических систем» / Поволжский государственный университет сервиса. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2009.
2. Симонов С. Анализ рисков, управление рисками // Информационный бюллетень «Jet Info». – 1999. – №1.
3. Шлегель О. А. Аудит безопасности информационных систем предприятия. Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-экономических отношений : матер. междунар. науч.-практ. конф. (17 декабря 2008 г.) : в 2 ч. Ч. 1 / отв. ред. Л. А. Тягунова. – Саратов : Изд-во «Научная книга», 2008. – 355 с.
4. Хореев П. В Методы и средства защиты информации в компьютерных системах. – М. : Изд. центр «Академия», 2005.
5. CobiT: Executive Summary. – ISACA, 2nd Edition, 1998.
6. CobiT: Framework. – ISACA, 2nd Edition, 1998.
7. CobiT: Control Objectives. – ISACA, 2nd Edition, 1998.
8. Guide to BS 7799 risk assessment and risk management. – DISC PD 3002, 1998.
9. Molasy Marian, Erokhina L., Shlegel O., Shlegel A., Molasy M. Transfer and Processing, Coding of industrial./ SYSTEMS, Journal of Transdisciplinary Systems Science, Wroclaw University of Technology, Poland, Volume 12, Number 3, 2007.

D. N. Generalov*

**Generalov Dmitriy Nikolayevich, graduate student of Volga Region State University of Service, Togliatti*

UNDERTAKING AUDITA FOR INCREASING OF SAFETY OF THE INFORMATION SYSTEM MOBILE DEVICE

Key words: information security, information systems, mobile devices, finance losses, risks, information systems CobiT, standard BS7799, standards of information security, audit of information security.

Undertaking ayduma and qualifications provides increasing to safety of the information system mobile device. The Reduction of the financial losses caused by different types of the threats. Check in accordance with standard BS7799 and international assotiation CICA. The Model of management information system CobiT for provision of safety.

© Генералов Д. Н., 2009

А. В. Глуховский*

**Глуховский Андрей Вадимович, аспирант Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, г. Санкт-Петербург*

РЫНОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ

Ключевые слова: музей, рыночные технологии, финансовые средства, художественный рынок, менеджмент, коммерческая деятельность.

В данной статье рассмотрены вопросы, связанные с рыночными технологиями по привлечению финансовых средств для обеспечения деятельности музеев. Решение этой проблемы автор предлагает искать на основе выявления двойственного характера эффекта деятельности музеев, т. е. музей рассматривается как культурный и как экономический объект. Автор приходит к выводу, что углубление понимания места и роли музеев в развитии экономики и общества и определение направлений и средств обеспечения музеев необходимыми ресурсами может положительно решить все поставленные вопросы.

Основой экономической деятельности музеев, по нашему мнению, является коммерческая составляющая деятельности, которую необходимо целенаправленно развивать. С точки зрения миссии музея данная компонента, возможно, и не столь велика, но она могла бы сыграть роль видимой части спектра, по которой можно достроить часть незримую. Достроив же, отладить рефлексивное управление. А это, как представляется, кратчайший, если не единственный, путь к успеху.

Как известно, у музея есть три основные функции: хранение, изучение, предъявление. Первые две из них – интровертны (ориентированы главным образом на создание общественного блага), третья же – экстравертна (направлена на работу с посетителями) [1, с. 126].

Безусловно, степень интро/экстравертности разных музеев разная; естественно-научные, художественные, корпоративные собрания имеют разные миссии. Если, например, мы выстроим линию, на оси которой будет архив – библиотека – театр, то музей может тяготеть как к одному полюсу, так и к другому. Если ближе к архиву, то музей схож по статусу с центром фундаментальных исследований, спрятанному в недрах корпорации. И в этом случае он должен оказывать корпорации важные и незаменимые услуги, иначе его услуги не

очень будут нужны. Музей, претендующий на роль самостоятельной, публичной и влиятельной организации, должен требовать к себе внимания.

Хотя доступ в музей предоставляется за деньги, тем не менее внедрять рыночные механизмы надо не с деятельности кассы. А. Б. Долгин справедливо предлагает прибегнуть к экономико-символической системе координат, позволяющей оперировать такими категориями, как:

- человеческое внимание;
- творческие и эмоциональные ресурсы;
- субъективное личностное время;
- символический капитал [2, с. 143].

Именно эти ресурсы важны для культурного потребления, именно их прирост приносит искомое потребительское удовлетворение и культурный эффект. Очевидно, что эти ресурсы и необходимо использовать в первую очередь. При этом возникает необходимость измерения этих категорий. И речь идет не только об измерении эффективности рекламы или компьютерных поисковых систем (Google, Yahoo, Яндекс и проч.). В предложенной выше системе координат КПД музея определяется культурным (символическим) эффектом: долей человеческого внимания, которое он к себе притягивает, и трансформациями личности и общества в целом.

Представляется целесообразным ко всем символическим рынкам подходить так же, как к товарным: оценивать их рыночную долю, выручку, капитализацию и пр. Однако в качестве единиц измерения следует использовать не только полученную прибыль, но и потраченное время потребителя, посетителя музея. Затраты потребителей характеризуются суммой, состоящей из кассовых сборов и его потраченного внимания. Эффект, получаемый музеем и обществом, тоже двухкомпонентный: культурно-образовательный (поддержание мировоззренческих стандартов, норм поведения, единого языка и т. д.) и культурно-гедонистический (развлекательный, досуговый, рекреационный).

Первый результат (эффект), надо полагать, должен в основном оплачиваться государством (и в некоторой части – высокообразованным потребителем), второй – в основном потребителем. И хотя разделить эти эффекты очень сложно, тем не менее необходимо ясно представлять себе, с какой целью целесообразно использовать такой показатель, как привлеченное (абсорбированное) музеем внимание.

Для превращения внимания музейного посетителя в коммерческий проект существует достаточно много бизнес-технологий, которые можно с успехом применить. К ним можно отнести прямую продажу услуги конечному потребителю, рекламно-спонсорскую схему, государственное субсидирование.

Таким образом, в деятельности музея можно четко разделить две задачи: привлечение человеческого внимания и его монетизацию. Если музей сумеет добиться первого – второе для него станет лишь технической стороной. Но для управления этими процессами необходимо в первую очередь умение оценивать результат каждого из них.

Научно-сберегательная работа – хранение, реставрация, атрибуция – практически целиком подпадает под категорию общественного блага. В этих секторах выход в коммерцию проблематичен, и работы в полном объеме должны оплачиваться государством. Но откуда взять расценки на та-

кой вид работ? Без них финансирование музеев все равно останется недостаточным. Если даже периодически подтягивать оклады до постоянно растущего среднестатистического уровня дохода, музей как предприятие, подверженное «болезни издержек», описанной Баумолем, обречен на отставание в зарплатах. Ведь производительность музейного труда не растет вровень с промышленностью, а цены на билеты лимитированы.

Решение проблемы здесь видится в том, чтобы «привязать» контракт с госзаказчиком к оценочной стоимости «имущества», находящегося под управлением музея. Именно так и поступают рыночные агенты: расценивают услуги по обработке, сопровождению, инжинирингу, проектированию чего-либо, исходя из денежной оценки того актива, которым им доверено оперировать. Это является наиболее естественной и разумной формой расчетов. Она позволяет сбалансировать мотивацию и ответственность исполнителя. Как представляется, так должно быть и с музеем, который оберегает и сохраняет национальное достояние страны.

Однако официальной оценки как таковой музейной коллекции не существует. Поэтому причина недофинансирования сохранной функции музея столь очевидна, что необходимо ее устранить. И здесь налицо основание для контракта с госзаказчиком – это стоимость коллекции музея. Если оценить, например, национальное достояние, вверенное музеям, в триллион долларов, его амортизация (физическая и моральная) составляет минимум одну сотую в год, следовательно, недоиспользование creatively культурным «недоэффектом» в 10 млрд долларов. Подсчет же стоимости музейных коллекций не представляется особенно сложным. Подходящие методы широко практикуются в бизнесе для оценки нематериальных активов компаний.

Художественный рынок также может предложить:

- аукционные продажи;
- страховые выплаты;
- прецедентные сделки;
- стоимость восстановления.

Капитализацию музея оценить, конечно, не просто, но если понимать, насколько важен символический капитал музея, то имеет смысл потрудиться над измерением стоимости того материала, что лежит в его основе [3, с. 64]. Более того, музей хоть и служит подложкой, основой, на которой генерируется прибыль, сам мало что получает от прибыли. И здесь существует возможность оценить, вычленив вклад музея в экономику городской торговли, гостиниц, транспорта, рестораторов и попытаться рассчитать соответствующие налоговые поступления. В ряде случаев это сделать не сложно, например если музей позволяет задержать туриста на один дополнительный день – этот вклад в городскую казну легко высчитывается.

Подобные системы оценки способны радикально изменить подход к финансированию музеев – как существующих, так и проектируемых. Последнее имело место в Вене при строительстве Музейного квартала.

Есть направления деятельности, где музей может и должен зарабатывать. И тут очень важно ввести индикаторы, позволяющие наладить обратную связь с потребителем. Они должны ясно показывать, что в первую очередь интересует потребителя музейной продукции. Здесь можно рекомендовать достаточно вариантов. Например, с помощью привычных всем видеокамер или инфракрасных датчиков-счетчиков. Чрезвычайно важно фиксировать возвраты и повторные просмотры, учитывая время, которое люди проводят у того или иного экспоната. Это можно решить с помощью электронных карт, которые позволяют выявлять маршруты посетителей со всеми остановками.

Вообще, тонкие, косвенные индикаторы могут быть необычайно информативны. Среди них такой показатель, как уровень шума в залах. Можно покрыть полы специальным лаком и следить за износом. Известна практика оценки музея по транспортным издержкам: если люди едут издалека, значит, музей представляет большой интерес.

Отдельная группа показателей должна выводиться из явно выраженного мнения посетителей. Кроме обычных анкет, ис-

пользуемых уже давно, нужно как-то иначе мотивировать посетителей, информировать о своем впечатлении, отношении, мотивации [5, с. 139]. Целесообразно было бы поставить «голосовалку» около экспонатов и на выходе и начислять бонусы в обмен на потребительскую рефлексию. Эффективным представляется наладить сбор и обмен мнениями в Интернете на сайте музея. Можно предложить также усовершенствовать Интернет-коммуникацию вокруг музея (имеется в виду интерактивность, рейтингование, дискуссионные площадки, рецензии, статусы и ранги и т. п.).

Таким образом, можно найти достаточно вариантов обратной связи музея с потребителем. Конечно, организация этой работы должна быть проведена на высшем уровне, профессионально, для чего необходима соответствующая оплата. Проблема же заключается в том, что нет желающих платить деньги ни за управленческий консалтинг, ни за менеджмент. Финансирующие организации не проявляют энтузиазма, считая затею обреченной, если не на этапе дорогостоящих консалтинговых сценариев, то на этапе их реализации. Возникает замкнутый круг: поскольку первый, необходимый шаг недофинансируется и недопроектируется, последующие шаги не приводят к успеху.

Очевидно, что дело не сдвинется с мертвой точки без инициативы снизу, без профессионально-гражданского импульса. Под словом «профессиональный» в данном случае мы понимаем менеджерские компетенции, но они находятся в некоммерческой сфере и, насколько можно судить по практике, в жесточайшем дефиците. Метод целевого бюджета (БОР), как многие новации в культуре, не оправдал себя, поскольку не хватает субъектов, способных воплотить задуманное, отсутствуют квалифицированные и, что более существенно, мотивированные менеджеры.

В менеджменте наряду с финансовыми показателями принята и система ключевых показателей (KPI). Используется она не во всяком бизнесе, применяют ее в наиболее сложных и ответственных случаях, хотя, как полагаем, музей и можно отнести к су-

персложным в управлении сферам и он нуждается в суперсовременных технологиях менеджмента.

Что такое управление по KPI и как можно рекомендовать перенести эту практику на музеи?

Как известно, для ряда внутренних подразделений фирмы (склада, бухгалтерии, инструментальных цехов и т. д.) невозможно ввести коммерческие показатели, т. к. эти службы (равно как и музеи) не выходят непосредственно на рынок. Но их деятельность тоже нужно планировать, оценивать, мотивировать, премировать – для этого необходима система показателей, которые могут быть не денежными. Например, время простоя, среднее время обслуживания клиентов, плотность хранения, реальные сроки амортизации и т. д.

Для музеев систему показателей создать сложнее, но тоже возможно. Главное здесь – не пытаться проектировать ее полностью универсальной, единой для всех. Провинциальный или узкоспециализированный музей не оценить по тем же критериям, что и национальный символ. При сходной стартовой позиции – одной и той же коллекции, одной и той же плате за билет – культурный эффект от разных музеев может многократно различаться.

Чем выше эффект, тем его легче монетизировать тем или иным способом, разумеется, делая поправку на то, что для стратегического успеха в сфере культуры невозможно иметь в виду только ее материальную стоимость. Необходимы характеристики, связанные с объемом и качеством привлеченного внимания.

Если предположить, что имеются технические средства, позволяющие день за днем отслеживать, сколь велик интерес к тем или иным произведениям, залам, выставкам, то возникла бы возможность для оптимизации деятельности музея. Объем внимания к музейному продукту и является таким универсальным показателем. Поэтому любому музею необходимо освоить «добычу» этих данных. Как уже отмечалось, методика оценки нематериальных активов в общих чертах отработана: это оценка и по рыночным прецедентам, и по аналогии с брендами. На рынках рекламы, например, научи-

лись считать внимание и переводить его в деньги. Музейные минуты также имеют немалую цену. И если это бесценное время сдать в аренду рекламодателю, спонсору, меценату, государству, то, полагаем, проблем с финансированием данного объекта культуры не будет.

Соответственно кратно возрастет интерес, а вместе с ним и цена таких визуальных средств, как постеры, баннеры, бронзовые таблички: «такой-то экспонат отреставрирован на средства такой-то фирмы», «подшефный зал такой-то компании». Музейным работникам, управляющему персоналу необходимо просто изучить опыт телевидения с его тарифной сеткой, рейтингами и прайм-таймом – ведь и у музея есть свой «прайм-тайм»: фокусные точки в экспозициях, произведения-хиты, места повышенного паломничества.

Музеям необходимы конкретные тарифы. Заинтересованному потенциальному рекламодателю следует указать на тот или иной зал или художественное произведение, привлекающее наибольшее количество посетителей. Исходя из этих наиболее интересных объектов и следуют расценки, сбалансированные по стоимости с расценками на схожие рекламоносители (перетяжки, баннеры, Интернет-клики, реклама на автомобилях, в метро, стенды на зданиях и пр.) [4, с. 86].

Но, к сожалению, пока ничего подобного музей предъявить не в состоянии, и спонсор может только предполагать, что принесет ему конкретная акция, сколько человек и какие именно увидят его логотип. Отсюда и маленькая активность.

Хотелось бы подчеркнуть, что чем лучше в отрасли налажена отчетность о потребителем внимании, тем охотнее туда идет рекламодатель. Универсальным же показателем для музея должно стать отношения производимого культурного эффекта к стоимости музейных закровов.

Помимо реализации основного товара – внимания – в арсенале музея остаются апробированные, всем хорошо известные генераторы дохода: кафе-рестораны-кондитерские, торговля книгами, сувенирами, банкетными и киносьемками, организация концертов и пр., нельзя забывать и такие традиционные виды заработков для музейных

организаций, как экспертиза, атрибуция и иные услуги рынку, продажа слепков, копий, коммерческие образовательные программы (тем более что спрос на них растет). Проблема же в том, что работа по оказанию дополнительных услуг часто не оплажена.

К примеру, интересно позаимствовать европейский опыт и раз в неделю открывать музей во вторую/ночную смену, превращая его в территорию «живой» культуры. В России подобные опыты предпринимались, например Третьяковская галерея одно время показывала свои коллекции по вечерам. Но это были разовые акции. А вот более мобильные книготорговцы, книжные магазины в частности, сочли подобный график работы небесполезным и материально выгодным.

Можно подстраивать под индивидуальный запрос или вкус потребителя музейной информации профессионализм экскурсовода, осваивая драматургию осмотра. В любом случае культурно-потребительский эффект при этом будет многократно усиливаться. А это дорогого стоит. Соответственно заработки экскурсовода легко привязываются к результатам его работы. Нет сомнения, что можно построить такую ценовую политику, при которой хорошие экскурсоводы превратятся в одних из самых высокооплачиваемых работников музея. А появление «зарплатных лидеров» тут же изменит мотивацию внутри сообщества и гальванизирует социальную атмосферу в коллективе. В этой части вопроса много над чем предстоит поработать, к примеру, над тем, как для конкретного посетителя с его индивидуальными запросами и ожиданиями подобрать подходящего наставника-экскурсовода. Сейчас это делается в основном приблизительно: диспетчер исходит из отзывов предыдущих экскурсантов. Между тем недавно появилось нечто более надежное, чем человеческая интуиция, — рекомендательные Интернет-сервисы. Принцип, положенный в их основу, напоминает просто отзывы потребителей, только автоматизированный. Выдаваемые сервисом рекомендации могут быть полезны при выборе и экскурсовода, и музея в целом.

Итак, в зависимости от целей, которые ставит перед собой музей, возможны различные сценарии деятельности. Музей может хранить несметные культурные богатства, при этом не претендовать на внимание публики. Можно собирать много посетителей, но не иметь финансового успеха. Безденежье музея может объясняться культуртрегерскими установками, а может быть от неумения зарабатывать деньги для музейной организации. Но в любом случае, как бы ни различались музеи между собой и какую бы деятельность для себя ни выбрали, так называемая угроза для них одна: со всех сторон их теснят конкуренты в борьбе за потребительское внимание, в первую очередь масс-медиа. Телевидение и Интернет, как можно заметить, предлагают заменители, пусть несовершенные, зато широкодоступные. Виртуальный музей конкурирует с реальным. Все это можно объяснить следующим: раньше была ясная мотивация — лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Сегодня ситуация изменилась. Что лучше: один раз увидеть «вживую» или стократно на экране? И что это значит — «вживую»? По части тактильности у музея, оказывается, не такие уж большие преимущества. Мне кажется, что необходимо переставить акценты на клиентоориентированные, перформативные формы работы музеев. Безусловно, мы не должны ждать от музеев материального обогащения. Не это является целью и функцией этих объектов культуры. Да и собрания музеев обладают разной степенью актуальности, общекультурным контекстом и управлением. Но заслуживает внимания конкретная четкая система показателей. Лишь благодаря этой системе можно увидеть, какой из музеев лидирует, а какой отстает, понять, почему одно получается, а другое — нет, описать и распространить эффективные инновации. В противном случае, если не использовать в экономической деятельности музея рыночные современные технологии, то в общественном восприятии он будет низведен до уровня его запасников. Хотя по всем своим возможностям может стать современным многофункциональным культурным комплексом, местом, где продается вдохновение.

Итак, сделаем следующие выводы:

1. Коммерческая деятельность музея является важной составляющей для его дальнейшего развития. Исходя из этого необходимо научиться управлять данным процессом.

2. Полезная деятельность музея определяется культурным (символическим) эффектом: долей человеческого внимания, которое он к себе притягивает, и трансформациями личности и общества в целом.

3. Решение проблемы финансирования музея видится в том, чтобы «привязать» контракт с госзаказчиком к оценочной стоимости «имущества», находящегося под управлением музея. Основа такого контракта заключается в оценке стоимости музейной коллекции.

4. Необходимо определить вклад музея в экономику городской торговли, гостиниц, транспорта, рестораторов и рассчитать соответствующие налоговые поступления.

5. Следует найти способы сбора информации музейных посетителей о своем впечатлении, отношении, мотивации посещения музея, той или иной выставки, зала, экспоната для обратной связи с музейным потребителем. Заниматься этим должны мотивированные, квалифицированные менеджеры.

6. Следует построить такую ценовую политику, при которой профессиональные экскурсоводы превратятся в одних из самых высокооплачиваемых работников музея. А появление «зарплатных лидеров» изменит мотивацию внутри музейного коллектива.

7. Необходима конкретная система показателей. Лишь благодаря этой системе можно увидеть, какой музей лидирует, а какой отстает в своем развитии в рыночных отношениях, понять, почему одно получается, а другое – нет, описать и распространить интересные инновации в деятельности музея.

Библиографический список

1. Абанкина И. В., Абанкина Т. В. Понятие культурного маркетинга // Организационно-экономические преобразования в некоммерческой сфере: проблемы и перспективы : сб. науч. тр. – М. : НИИ культуры, 1991. – С. 125–131.
2. Долгин А. Б. Прагматика культуры. – М. : Прагматика культуры, 2003. – С. 168.
3. Долгин А. Б. Капитализация сакрального // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2008. – № 5. – С. 61–67.
4. Павлова Н. Н. Источники финансирования современных музеев и немного о фандрейзинге // Музей и новые технологии : сб. науч. тр. – М. : Прогресс-Традиция, 2003. – С. 83–89.
5. Роджер М. Наш посетитель: кто он и каковы его потребности // Музеи, маркетинг, менеджмент : сб. науч. тр. – М. : НИИ культуры, 2001. – С. 138–156.

A. V. Glukhovskiy*

**Glukhovskiy Andrey Vadimovich, graduate student of Saint Petersburg Humanity University of Trade Unions, St. Petersburg*

MARKET TECHNOLOGIES OF ATTRACTING FINANCES FOR MAINTAINING MUSEUMS

Key words: museum, market technologies, financial assets, art market, management, commercial activity

The article deals with market technology issues aimed at attracting finances for maintaining museums. The author suggests to solve this problem by using double effect of museum activity. Thus a museum is regarded as both cultural and economic object. Author makes a conclusion that deeper understanding of museums' role in economic and social development, as well as finding ways of supplying museums with necessary resources, may have positive effect on the issues mentioned above.

© Глуховский А. В., 2009

В. А. Еремина*

**Еремина Вера Александровна, преподаватель кафедры специальных и финансовых дисциплин Красноярского финансово-экономического колледжа, аспирант Красноярского государственного педагогического университета имени В. П. Астафьева, г. Красноярск*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР

Ключевые слова: мировой экономический кризис, развитие налогообложения малого бизнеса, государственная поддержка, малый бизнес, антикризисные меры.

В статье рассмотрены элементы государственной поддержки малого бизнеса в условиях развития экономики. Развитие налогообложения малого бизнеса и государственной поддержки в условиях формирования рыночной экономики. Отражены критерии отнесения предприятий к микро-, малым, средним предприятиям в Российской Федерации, а также фактическое число малых предприятий на конец 2008 года, по данным Федеральной службы государственной статистики. Десять отличий экономического кризиса 1998 года и 2008 года. Антикризисные меры, принятые Правительством РФ и правительством Красноярского края в отношении малого бизнеса. Проект «Развитие малого и среднего предпринимательства» до 2012 года, разработанный Министерством экономического развития РФ.

Важнейшим сектором рыночной экономики является малый бизнес, который из продукта развитой рыночной экономики становится ведущим фактором ее развития, поскольку включает в себе единство реализации общественных функций: новаторской, организационной, хозяйственной, социальной и личностной. Таким образом, в рыночной экономике малый бизнес играет роль системной составляющей и является важнейшим сектором инновационной модели ее развития, основным источником роста благосостояния населения и его полной занятости [1, с. 19].

Существует стандартный набор общепринятых форм и методов государственного регулирования, используемый при поддержке малого бизнеса. Инструментарий государственного регулирования меняет свой состав и структуру, а отдельные его элементы используются в различных конкретных формах в зависимости от специфических условий каждой страны, отражающих многообразие конкретно-исторических факторов: экономических, правовых, политических, социально-психологических, культурных, национальных и др.

В системе государственной поддержки малого предпринимательства можно выде-

лить две составляющие: обеспечивающую и управленческую. Обеспечивающая составляющая направлена на обслуживание малого бизнеса, доведение до него материальных, денежных, информационных ресурсов, госзаказов и услуг и т. п.

Управленческая составляющая связана с планированием, решением организационно-административных вопросов, контролем. Эта составляющая призвана быть ведущей, поскольку она придает развитию малого бизнеса устойчивый, эффективный, управляемый характер. Широко используемое понятие «поддержка малого предпринимательства» обозначает синтез управленческого и обеспечивающего аспектов рассматриваемой системы.

В целом механизм государственной поддержки малого предпринимательства включает законодательную и нормативно-правовую базу, устранение административных барьеров; кредитно-финансовую и инвестиционную поддержку малого бизнеса; информационное обеспечение и содействие в организации безопасности и защиты малого бизнеса от противоправных посягательств.

В Российской Федерации развитие налогообложения малого бизнеса по линии его ослабления шло очень медленно. Принима-

ли нормативно-правовые акты, направленные на государственную поддержку малых предприятий в целях создания благоприятных условий для их функционирования, и в первую очередь предоставления льгот по налогообложению.

Первым официальным документом о мерах поддержки и развития малых предприятий в стране было Постановление Совета Министров СССР (август 1990 г.) и Постановление Совета Министров РСФСР (июль 1991 г.) [2, с. 346].

Развитие налогообложения малого бизнеса связано с выходом свет Постановления Правительства РФ от 11 мая 1993 г. № 446 «О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Где предусматривался комплекс первоочередных мер по стимулированию и государственной поддержке малых предприятий, а также налоговые льготы для малых предприятий, работающих на приоритетных направлениях. Постановление сыграло положительную роль, что выразилось в заметном росте числа малых предприятий во всех отраслях экономики в 1993 г.

Определенную роль в развитии налогообложения субъектов малого предпринимательства сыграл Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Он определил общие положения поддержки малых предприятий, формы и методы государственного стимулирования и регулирования деятельности субъектов малого предпринимательства [2, с. 346].

Позднее, с января 1996 г., начал действовать Федеральный закон № 222-ФЗ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства», в котором большая роль отводилась налоговым вопросам. Цель этого закона – максимально упростить бухгалтерский учет, составление налоговой отчетности и процедуру уплаты налогов, а также ввести единый налог. Правительство РФ пыталось вывести из «теневого оборота» субъекты малого предпринимательства с численностью до 15 человек, расширив тем самым налоговую базу. Предполага-

лось, что закон вызовет массовый переход субъектов малого предпринимательства на упрощенную систему налогообложения. Однако этого не произошло.

Спустя два с лишним года был принят Федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 148-ФЗ «О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности», который также затронул вопрос налогообложения субъектов малого предпринимательства.

С принятием Федеральных законов 1996-го и 1998 гг. налоговая политика в отношении субъектов малого бизнеса стала развиваться по двум направлениям.

Первое направление – введение упрощенной системы учета, отчетности и налогообложения путем введения единого налога: на совокупный доход и валовую выручку; на вмененный доход для отдельных видов деятельности. Второе направление – предоставление на определенных условиях и на определенный срок в целях стимулирования развития малых предприятий специальных налоговых льгот: снижение налоговой ставки; установление налогового минимума; исключение из объекта отдельных его элементов; налогового кредита – освобождение налогоплательщика от уплаты налога на конкретный период на возвратной основе.

Принятые государством меры хоть и продвинули налогообложение малого бизнеса в нужном направлении, но не достигли ожидаемой цели, поскольку содержали недостатки, мешающие росту малых предприятий.

Решающий шаг в развитии налогообложения малого бизнеса сыграло введение в Налоговый кодекс РФ раздела «Специальные налоговые режимы», который установил: систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (Единый сельскохозяйственный налог) в соответствии с Федеральным законом от 1 ноября 2003 г. № 147-ФЗ, вступивший в силу с 1 января 2004 г.; упрощенную систему налогообложения (УСН), введенную 24 июля 2002 г. № 104-ФЗ; единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД), введенный 24 июля 2002 г. № 104-ФЗ [2, с. 347].

Все эти три системы затронули малый бизнес и создали более стабильные условия его развития. В настоящее время для субъектов малых предприятий и индивидуальных предпринимателей России действуют два вида режима налогообложения: общий, установленный для всех налоговых субъектов, в том числе и для малого бизнеса; специальные налоговые режимы, распространенные прежде всего на малый бизнес.

В Европе, Северной Америке и России критерии отнесения предприятий к малым достаточно различны, но их объединяет общая основа: форма собственности, объем оборота, число занятых работников, объем произведенной продукции, выручка от реализации произведенных товаров и оказанных услуг и др. На сегодняшний день в мире не выработано единого подхода, позволяющего относить предприятия к малым или средним. В одних государствах применяется весь спектр критериев в целом, в других – только его составляющие [3].

В Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» лимитируются доля участия других лиц, численность работников и выручка организации. К субъектам малого предпринимательства относятся коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), потребительские кооперативы, индивидуальные предприниматели, крестьянские (фермерские) хозяйства, одновременно удовлетворяющие следующим условиям:

- доля участия РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, иностранных гра-

ждан, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не должна превышать 25%;

- доля участия других юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, в капитале малого или среднего предприятия не должна превышать 25%;

- средняя численность занятых за предшествующий календарный год не должна превышать 100 человек, а для «микропредприятий», выделенных в составе категории малых предприятий, не должна превышать 15 человек;

- предельные выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства [4]:

- микропредприятия – 60 млн руб.;
- малые предприятия – 400 млн руб.;
- средние предприятия – 1000 млн руб.

По данным Федеральной службы государственной статистики [5], число малых предприятий на конец 2008 года составило 282,7 тысячи, из них по видам экономической деятельности наибольший удельный вес составляет сфера оптовой и розничной торговли (83,9 тысячи), предприятия, осуществляющие операции на рынке недвижимости, аренда (55,1 тысячи), малые предприятия, где основной вид деятельности – строительство (37,9 тысячи), сфера обрабатывающего производства составляет 42,5 тысячи предприятий, наиболее меньшее число образующихся малых предприятий в сфере образования (0,7 тысячи) и в рыболовстве (0,9 тысячи) (табл. 1).

Таблица 1

**Число малых предприятий (без микропредприятий)
по видам экономической деятельности на конец 2008 г.**

	<i>Тысячи</i>	<i>В процентах к итогу</i>
Всего	282,7	100,0
Из них по видам экономической деятельности:		
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	16,4	5,8
рыболовство, рыбоводство	0,9	0,3
добыча полезных ископаемых	1,2	0,4
обрабатывающие производства	42,5	15,0
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2,4	0,9

Продолжение табл. 1

	<i>Тысячи</i>	<i>В процентах к итогу</i>
строительство	37,9	13,4
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	83,9	29,7
гостиницы и рестораны	8,7	3,1
транспорт и связь	17,0	6,0
финансовая деятельность	3,8	1,4
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	55,1	19,5
образование	0,7	0,2
здравоохранение и предоставление социальных услуг	4,1	1,4
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	7,8	2,8

По мнению А. Навого, кандидата экономических наук, «Кризис 1998 г. в нашей стране носит системный воспроизводственный характер, а разразившийся глобальный финансовый кризис в октябре 2008 г. лишь приблизил его острую фазу». А. Навой отметил десять отличий экономического кризиса 1998 г. и 2008 г. «Отличие первое: к 2008 г. усилилась деградация потенциала российской промышленности в целом и машиностроения в частности; отличие второе: прямым следствием негативных тенденций в развитии промышленного производства в 2000-е годы стало смещение экономической активности от производственной сферы к сфере обращения и перераспределения общественного продукта; отличие третье: в последние годы в стране резко ухудшилась демографическая ситуация и снизилось качество рабочей силы; отличие четвертое: сегодня в России превышен порог продовольственной и промышленной безопасности. Если в 1998 г., несмотря на серьезную конкуренцию со стороны импорта, на российском продовольственном рынке в основном была представлена отечественная продукция, то к 2008 г. в результате сокращения производства российскими предприятиями и отечественным сельским хозяйством он оказался наводнен зарубежными товарами. Они заняли не только значительное место в ресурсах розничной торговли продовольственными товарами и лекарствами, но и заполнили рынок товаров с высокой долей добавленной стоимости; отличие пятое: в настоящее время

крайне уязвимо положение российского банковского сектора; отличие шестое: к 2008 г., в отличие от кризисного периода десятилетней давности, большинство отечественных владельцев крупного капитала переместились за рубеж; отличие седьмое: в последние годы происходило лавинообразное наращивание частного внешнего долга Российской Федерации; отличие восьмое: в 2008 г. денежные власти осуществляли масштабные вливания ликвидности в банковский сектор; отличие девятое: в 2008 г. реакция платежного баланса Российской Федерации на кризисные явления была существенно иной по сравнению с периодом десятилетней давности; отличие десятое: в 2008 г. изменились каналы оттока капитала из России. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в отличие от кризиса 1998 г., в большей степени порожденного обвалом валютного курса, кризисные явления 2008 г. носят преимущественно системный характер. Международный финансовый кризис лишь обострил и выявил глубокие диспропорции национального хозяйства» [6, с. 24-36].

Бесспорно, кризис на западных финансовых рынках явился толчком к развитию кризисного процесса в России, однако представляется, что причины российского кризиса иные, нежели кризиса в финансовом секторе США. Сегодня можно констатировать, что финансовый кризис в России реализовался в трех основных плоскостях: потеря части капитала банковской системой и возможное кредитное сжатие; падение цен

на нефть и связанное с этим «охлаждение» российской экономики; перегруженность российской экономики краткосрочными внешними займами при невозможности их рефинансирования [7, с. 32].

Антикризисные меры, разработанные правительством, о поддержке малых предприятий уже вступили в силу, это снижение ставки налога на прибыль с 24 до 20%, снижение ставки налога на прибыль по упрощенной схеме налогообложения субъектами РФ с 15 до 5% от суммы дохода, закон о проверках, вступивший в силу с 1 мая 2009 г., работает и закон о госзакупках, а закон о преимущественном праве выкупа нежилых помещений малым предпринимательством фактически приостановил продажу офисов малого бизнеса с аукциона. В области подключения к электросетям устанавливаются льготные тарифы, рассрочки платежей, стартовала специальная программа Внешэкономбанка в области финансово-кредитной поддержки на сумму в 30 млрд рублей с лимитами на каждый регион страны, 10,5 млрд рублей составляет объем федеральной программы финансирования малого бизнеса, в которой участвует абсолютное большинство регионов – 79. Структура трат по этой программе: 20% средств (1,7 млрд рублей) выделено на гранты для 6 тысяч начинающих предпринимателей, на микрофинансирование (5 тысяч микрокредитов) будет израсходовано около 20% средств, 1,5 млрд рублей пойдет на субсидирование процентной ставки по кредитам для малого предпринимательства [8]. Малые предприятия, у которых предельный размер ежегодного дохода не превышает 60 миллионов рублей, смогут переходить на упрощенную систему налогообложения с 1 января 2010 года. Предполагается, что такой шаг позволит частично компенсировать повышение налоговой нагрузки на малый бизнес в связи с переходом со следующего года на систему уплаты страховых взносов 34% вместо ЕСН 26%.

Дмитрий Медведев поздравил 26 мая российских предпринимателей с профессиональным праздником – Днем российского предпринимательства. В поздравительном послании он отметил: «Именно от

вас – носителей новых идей, людей целеустремленных и волевых – зависит успех модернизации экономики и ее диверсификации, создание высокотехнологичных производств и рентабельного сельского хозяйства. Ваша работа способствует созданию новых рабочих мест, повышает конкурентоспособность отечественной продукции. Развитие предпринимательства – и сейчас, и на будущее – является одним из главных приоритетов российской экономической политики. В этих целях государство и впредь намерено совершенствовать законодательную базу и административную систему, проводить сбалансированную налоговую политику и облегчать доступ к кредитным ресурсам. И конечно, важно повышать социальную ответственность бизнеса, приумножать исторические традиции благотворительности и меценатства. Рассчитываю, что совместными усилиями мы значительно укрепим экономический потенциал России, создадим действительно инновационную передовую экономику» [9].

На сегодняшний день в Красноярском крае приняты антикризисные меры в финансовой сфере и меры поддержки реального сектора экономики по следующим направлениям: инвестиционные проекты, промышленное производство, малый и средний бизнес, поддержка строительного комплекса в 2009 году составит 12659 млн руб.; предоставление субсидий организациям лесопромышленного комплекса – в сумме 325 млн руб.; комплекс реализации дополнительных мер государственной поддержки агропромышленного комплекса Красноярского края составит порядка 200 млн руб. [10].

Поддержке малого и среднего бизнеса, особенно в условиях роста безработицы, правительство Красноярского края уделило значительное внимание в рамках плановых мероприятий по оздоровлению финансово-экономической ситуации в регионе. Суммарный объем средств, который планируется направить в 2009 году на финансирование мероприятий по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае, составляет порядка 529 млн руб. Поддержка малого и среднего

бизнеса осуществляется по следующим направлениям [10]: участие в конкурсе на получение средств федерального бюджета в сумме порядка 100 млн руб. по действующим мероприятиям поддержки малого и среднего бизнеса; привлечение средств федерального бюджета на реализацию мероприятий краевой целевой программы «Государственная поддержка развития малого предпринимательства в Красноярском крае» непосредственная реализация данных мероприятий; содействие привлечению средств Банка развития региональными банками на цели рефинансирования в проекты субъектов малого и среднего предпринимательства края; формирование фонда поручительств и микрофинансирования для предоставления обеспечения при кредитовании субъектов малого предпринимательства края; реализация приоритетного права субъектов малого и среднего бизнеса на выкуп объектов недвижимости площадью до 1 тыс. кв. метров с предоставлением рассрочки до 5 лет.

В рамках антикризисных мер с целью расширения возможностей по получению кредитов организациями Красноярского края предполагается создание залогового фонда региона, который может быть эффективно использован для расширения объемов кредитования предприятий реального сектора экономики. В целях стимулирования развития на территории Красноярского края новых технологий и обеспечения воплощения их в реальные производственные проекты, правительство Красноярского края планирует создание Технопарка на базе промышленных площадок и научных центров региона [10].

В соответствии с антикризисной программой, разработанной правительством Красноярского края, суммарный объем средств на поддержку экономики и населения в 2009 году составит 51,3 млрд руб. Помимо краевых средств на реализацию антикризисных мер будут получены средства из федерального бюджета, как в части софинансирования мероприятий по социальной поддержке населения, так и в части финансирования реального сектора экономики. Дополнительные средства из федерального бюджета, получение которых бы-

ло обеспечено в первом квартале 2009 года, составили порядка 12,5 млрд руб. [10].

В целом реализуемые правительством Красноярского края меры антикризисного пакета будут не только смягчать неблагоприятное воздействие кризиса, но и стимулировать прогрессивные структурные и институциональные сдвиги, способствовать обновлению региональной экономики и общества.

В скором времени у малого бизнеса появится еще один источник финансовой поддержки, Госдума России может принять закон о кредитных кооперативах. «Западная практика показывает, что кредитные кооперативы являются хорошим инструментом финансовой поддержки малого бизнеса и являются одной из составных частей системы микрофинансирования», – отметила заместитель министра экономического развития РФ Анна Попова в ходе XIII Петербургского международного экономического форума [11].

Минэкономразвития РФ разработало проект «Развитие малого и среднего предпринимательства», выделены цели реализации проекта: увеличение доли малого и среднего предпринимательства в экономике; формирование инновационно-производственной структуры малого и среднего предпринимательства. Четыре целевых индикатора проекта отражают существенную динамику роста качественных характеристик развития малого и среднего предпринимательства за 4 года и включают в себя: увеличение доли занятых в малых и средних компаниях по отношению к занятым в экономике в 2 раза до 28%, доли выпуска малых и средних компаний в валовом внутреннем продукте в 1,5 раза – до одной трети ВВП, рост количества малых и средних компаний на 1 тысячу человек на 15% до 11,4 компаний, а также увеличение доли оборота малых и средних предприятий неторговой сферы на 50% от общего оборота данного сектора экономики. Проект включает 11 задач и 69 мероприятий, из которых основная часть – 10 задач и 55 – мероприятий носят общепромышленный характер. Для начала собственного дела, модернизации производства, выхода на новые, в том чис-

ле зарубежные, рынки повышение уровня бизнес-образования предпринимателя и его работников является необходимым условием. Крупные компании, как правило, располагают возможностями по созданию собственных учебных центров, разработки образовательных программ. В отношении компаний малого и среднего предпринимательства часть расходов на такие затраты должно взять на себя государство. В настоящее время прохождение бизнес-образования является в соответствии с требованиями ведомственных актов Минэкономразвития России необходимым условием предоставления грантовой поддержки начинающих предпринимателей. За период 2005–2008 годов проведена значительная совместная работа с субъектами Российской Федерации по формированию инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства: действуют 72 региональных и муниципальных бизнес-инкубатора; 33 региональных гарантийных фонда поручительства по кредитам малых компаний; 23 венчурные региональные компании и 2 фонда прямых инвестиций, осуществляющих поддержку инновационных и производственных бизнес-проектов; создан промышленный парк, начато финансирование Технопарка. На период до 2012 года предлагается продолжить реализацию указанных проектов с тем расчетом, чтобы ежегодно создавать 30-40 региональных и муниципальных бизнес-инкубаторов, завершить создание фондов гарантий в каждом субъекте Российской Федерации, повысить капитализацию региональных венчурных фондов (не менее 400 млн рублей каждый), сформировать систему промышленных парков и технопарков – не менее 10 объектов к 2012 году. Существенный потенциал для развития предпринимательства связан со снижением издержек субъектов малого и среднего предпринимательства, связанных с государственным регулированием и нало-

гообложением предпринимательской деятельности. Ожидается, что к 2012 году Россия сможет приблизиться к общемировому показателю по доле граждан, желающих начать собственное дело, – 10%, что превысит существующий уровень в 4 раза [12].

Следует отметить, что во многих странах мира проблемам поддержки малого бизнеса в последнее время уделяется весьма большое внимание. Представители малого и среднего бизнеса активно проявляют себя в самых разных сферах нашей жизни, вовлекая все больше энергичных и инициативных людей в современную экономику страны. Наполнение бюджета, создание новых рабочих мест, обеспечение жителей необходимыми товарами и услугами – все это составляющие предпринимательского участия в динамичном развитии России.

В условиях кризиса обострились проблемы во всех отраслях, но у малого бизнеса особенно. Сегодня перед многими предприятиями вопрос стоит так: заплатить все налоги и закрыться либо продолжать работать, но налогов не платить. Поэтому любые инициативы от правительства, связанные со снижением налогового бремени, можно только приветствовать. Нулевая ставка налога на прибыль, то есть налоговые каникулы для вновь образованных предприятий, – мера достаточно эффективная. На начальных этапах бизнес не имеет реальной прибыли, а те деньги, которые все-таки зарабатывает, реинвестирует в свою деятельность.

Нельзя забывать, что малое и среднее предпринимательство является движущей силой в достижении устойчивого экономического роста в национальном и региональном масштабах. Как показывает анализ, малый бизнес является значимым фактором социально-экономического развития общества и одним из рычагов выхода из мирового экономического кризиса нашей страны.

Библиографический список

1. Лихерт А. В. Малый бизнес как системная составляющая социальной рыночной экономики России : автореф. дис. ... к.э.н. – К. : ФГОУ ВПО «Сибирский федеральный университет», 2007. – 21 с.

2. Малый бизнес. Организация, экономика, управление : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, по направлениям «Экономика», «Управление» / под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 495 с.
3. Ивасюк Р. Я. Анализ особенностей развития малого предпринимательства на современном этапе // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 4.
4. Постановление от 22 июля 2008 года № 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Россия в цифрах, 2009 г. Предприятия и организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_11/IssWWW.exe/Stg/d01/13-04.htm.
6. Новой А. Российские кризисы образца 1998 и 2008 годов: найди десять отличий // Вопросы экономики. – 2009. – № 2. – С. 24–38.
7. Алексашенко С. Кризис-2008: пора ставить диагноз // Вопросы экономики. – 2008. – № 11. – С. 25–37.
8. Официальный сайт председателя Правительства РФ. Программа антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://premier.gov.ru/anticrisis/>.
9. Опора России. Информационный портал малого и среднего предпринимательства. Дмитрий Медведев поздравил российских предпринимателей с профессиональным праздником [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.opora.ru/press/lenta/2009/05/26/dmitriy-medvedev-pozdravil-rossiyskikh-predprinimateley-s-pro>.
10. Красноярский край. Официальный портал. Программа антикризисных мер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krskstate.ru/antikris/program>.
11. Официальный сайт. Красноярская краевая общественная организация поддержка малого бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kkoo.ru/news?view=32506>.
12. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. Тезисы выступления министра Э.С. Набиуллиной на заседании Президиума Правительства Российской Федерации, 18 мая 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/myconnect/economylib/mert/welcome/pressservice/news/doc1242663218628>.
13. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
14. Закон Красноярского края от 20.12.2007 № 4-1130 «Краевая целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае на 2008 – 2010 годы».
15. Красникова Е. В. Экономика переходного периода : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» и др. экон. специальностям. – М. : Омега-Л, 2005. – 296 с.

V. A. Eremina*

**Eremina Vera Alexandrovna, Krasnoyarsk State Pedagogical University of the name of V. P. Astafjev, Krasnoyarsk*

THE PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN THE SYSTEM OF ANTICRISIS MEASURES

Key words: world economic crisis, development of taxation of small business, state support, small business, anticrisis measures.

In the article the elements of state support of small business are considered in the conditions of development of economy. Development of taxation of small business and state support in the conditions of forming of market economy. The criteria of taking of enterprises to micro, to the small, middle enterprises in the Russian Federation are reflected and also the actual number of small enterprises on the end of 2008 years from the data of Federal service of state statistics. Ten differences of economic crisis of 1998 years and 2008 years. Anticrisis measures accepted by the Government of the Russian federation and by the Government of the Krasnoyarsk region as regards to small business. The project «Development of small and middle enterprise» to 2012 years, developed by Ministry of economic development of the Russian Federation.

© Еремина В. А., 2009

В. В. Котилко*

**Котилко Валерий Валентинович, доктор экономических наук, профессор, академик РАН, г. Санкт-Петербург*

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ТРАНСПОРТНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВ – УЧАСТНИКОВ ЕЭП

Ключевые слова: транспортная система, критерии транспортной политики, международная транспортная статистика, глобализация экономики, интеграция, территориальная транспортная доступность, геополитика.

В данной статье автор приводит критерии оценки транспортной политики государств – участников ЕЭП. Устойчивость работы транспорта зависит от требований безопасности, экологической сбалансированности, а также от динамики достижения социальных, экономических, геополитических и стратегических целей государств – участников СНГ на каждом этапе развития этих стран. Транспорт в условиях глобализации становится инструментом реализации национальных интересов, что позволяет рассматривать его в качестве элемента, способного влиять не только на эффективность экономического развития, но и на предпосылку расширения сотрудничества между странами и укрепление интеграционных процессов.

Транспортная система пронизывает все элементы, отрасли, сектора и территориальные образования России и государств – участников СНГ. Транспорт – это важнейший элемент производственной инфраструктуры. Для него характерна устойчивая доля от основных макроэкономических показателей стран Содружества (например, в России она составляет 9–10% от суммарного объема производства всех товаров и услуг и 10–12% от валового внутреннего продукта). До последнего времени транспортная система России обслуживала в основном внутренние потребности страны. Экспорт транспортных услуг, хотя и имеет тенденцию к росту, все же невелик и колеблется в пределах 9–10% от общего объема транспортной работы.

Роль и значение транспорта для стран СНГ двояка. С одной стороны, развитие транспорта является условием и предпосылкой функционирования как экономического комплекса, так и социальной сферы, а с другой – именно эти сферы в первую очередь формируют потребности потребителей транспортных услуг.

Многофакторная зависимость транспорта от развития отраслей и населения позво-

ляет свести ее к прямой зависимости от динамики и перспектив изменения внутреннего валового продукта – главного макроэкономического показателя развития экономики.

Поставленные задачи ускорения темпов роста национальных экономик государств СНГ налагают определенные требования к транспортным системам и усиливают внимание к понятию устойчивости транспортной системы, которое следует рассматривать в качестве важнейшего критерия применительно к оценке эффективности транспортной политики государств – участников Содружества.

Транспорт – важнейший фактор национальной безопасности, находящийся в прямой зависимости от устойчивого и эффективного функционирования всех звеньев экономики. Транспортная система соединяет различные части стран, обеспечивает их целостность, влияет на уровень национальной безопасности и обороноспособности.

Критерии транспортной политики государств – участников СНГ должны учитывать целевые показатели развития национальных транспортных систем.

В международной транспортной статистике в качестве целевых критериев используют, как правило, три показателя:

- грузоемкость экономики (т км / ВВП в долл. США) (рассчитываемая с использованием значений коммерческого грузооборота), в развитых странах этот показатель колеблется в пределах 0,6 (США) – 1,2 (Великобритания);
- подвижность (км на 1 чел.). В развитых странах этот показатель колеблется от 12000 (США) до 12500 (Япония, Франция);
- число погибших (на 1000 авт. чел. в год). В Японии он составляет 0,3, а в США и Великобритании – 0,6 (для примера: в России в 2004 г. этот показатель был равен 1,54).

Критерии современной транспортной политики должны учитывать цели и задачи национальных транспортных стратегий. В этой связи предлагается представить критерии транспортной политики в виде общей целевой установки и частных критериев, нацеленных на согласование транспортных политик государств – участников Содружества, отраженных в национальных транспортных стратегиях сравниваемых государств.

В качестве общих критериев предлагается выделить показатель интеграционной устойчивости работы единого транспортного пространства государств – участников СНГ, который должен характеризоваться показателями развитости транспорта, согласованности основных принципов, структуры транспорта, регулирования грузоперевозок, условий транзита и равновесия между общеэкономическим ростом и ростом транспортной работы.

Наиболее общими показателями, характеризующими интеграционную устойчивость, являются, на наш взгляд, три показателя:

- грузоемкость экономики (т км/ВВП, в долл. США);
- показатель равновесия, рассчитываемый как равенство прироста объемов общеэкономических показателей и прироста мощности транспорта;
- подвижность экономики, рассчитываемая как частное от деления протяженно-

сти автомобильных и железных дорог и численности занятого населения.

Частные критерии оценки транспортной политики могут включать:

- повышение эффективности товародвижения;
- увеличение транзитного потенциала конкурентоспособности перевозчиков государств – участников СНГ;
- повышение уровня безопасности и экологической сбалансированности транспортной системы;
- повышение уровня доступности транспортных услуг;
- потенциальные возможности государств в реализации единой транспортной политики на общем пространстве СНГ.

При этом частный критерий эффективности товародвижения может быть определен через следующие показатели:

- мощность транспортных комплексов (млн т в год);
- прирост мощности транспортных комплексов;
- ввод в эксплуатацию новых и модернизированных инфраструктурных объектов транспорта (ед.);
- удельная энергоемкость транспорта (в расчете на 1 млн т км);
- доля парка транспортных средств, соответствующего международным требованиям (в части выбросов веществ, шума и др.) по видам транспорта (%).

Показатели, характеризующие критерий транзитного потенциала:

- прирост объема транзитных перевозок (млн т);
- прирост экспорта услуг транспорта (млрд долл.);
- доля национальных перевозок в рамках СНГ (или ЕврАзЭС);
- прирост объемов перевалки грузов (млн т в год);
- доля обновленного парка транспортных средств по видам транспорта.

Показатели, характеризующие критерий безопасности:

- протяженность дорог, обустроенных системой обнаружения и оповещения о дорожно-транспортных происшествиях (тыс. км);

- уровень охвата территории государства деятельностью поисково-аварийно-спасательных служб (%);

- количество дорожно-транспортных происшествий (ед.).

Показатели, характеризующие критерий доступности транспортных услуг:

- протяженность построенных и реконструированных автомобильных и железных дорог;

- обеспечение населенных пунктов постоянной связью по дорогам с твердым покрытием;

- доля охвата удаленных пунктов услугами гражданской авиации.

Показатели, характеризующие потенциальные возможности долевого участия каждого государства в реализации единого транспортного пространства в рамках СНГ (степень участия):

- объем грузовых перевозок (млн т);
- грузообороты (млрд т км);
- объем перевозок пассажиров (млн чел.);

- пассажирооборот транспорта (млрд пасс. км);

- наличие подвижного состава;
- эксплуатационная длина ж/д путей общего пользования (тыс. км);

- средняя участковая скорость в грузовом движении (км/час);

- объемы перевалки грузов в морских портах (млн т в год);

- увеличение пропускной способности морских портов (млн т в год);

- перевозка экспортно-импортных грузов (млн т);

- перевозки международных транзитных грузов (млн т);

- мощность терминально-логистических комплексов (млн т в год).

Устойчивость работы транспорта зависит от требований безопасности, экологической сбалансированности, а также от динамики достижения социальных, экономических, геополитических и стратегических целей государств – участников Содружества на каждом этапе развития этих стран.

Критериальное понятие устойчивости транспорта связано с достижением равно-

весия между общеэкономическим ростом и ростом транспортной работы. Существующие ограничения и негативные тенденции сдерживают достижение «равновесия» и прямо влияют на устойчивость работы транспорта.

Показатель удельной энергоемкости транспорта на пространстве СНГ в расчете на 1 млн т км постоянно растет. Отсюда требование снижения энергоемкости, в конечном итоге связано с фактором повышения конкурентоспособности экономик этих стран.

Например, в России на транспорт приходится 13% национального энергопотребления, 60% всего объема моторных масел. Доля энергозатрат в себестоимости продукции, составляющая в среднем 17%, имеет тенденцию к увеличению, в том числе из-за опережающего роста цен на продукцию топливно-энергетического комплекса. Отсюда очевидно, что энергетическая ситуация в странах СНГ и в мире оказывает существенное влияние на устойчивость транспортной системы.

Особую роль играет требование экологической устойчивости транспортных систем. Ошибочно всю проблему сводить к техническим аспектам и внедрению экологически «чистых» транспортных средств.

В качестве индикатора такого влияния целесообразно рассматривать показатель «доли транспорта в суммарном загрязнении окружающей среды». Ведь транспортные сооружения занимают достаточно большие площади – от 7 до 20–30% (в городах). Отсюда только в нашей стране примерно 53–55% составляет доля транспорта в общем загрязнении. Среди загрязнений такие виды, как выбросы в атмосферу, воду, почву, загрязнение тяжелыми металлами, органикой и др. элементами, что особенно характерно для автомобильного транспорта.

Транспорт в условиях глобализации становится инструментом реализации национальных интересов, что позволяет рассматривать его в качестве элемента, способного влиять не только на эффективность экономического развития, но и на предпосылку расширения сотрудничества между странами и укрепление интеграционных процес-

сов. Кроме того, от него во многом зависит реализация задачи обеспечения достойного места государств – участников СНГ в мирохозяйственных связях.

Глобализация экономики, а также новые тенденции развития внешнеторговых связей предъявляют новые требования к развитию транспорта. Если исходить из этих складывающихся закономерностей, то транспортная инфраструктура государств – участников СНГ не в полной мере соответствует мировым критериям. Например, в России в стадии незавершенности находится транспортная сеть на северо-западе страны, а также на Севере и на Дальнем Востоке.

В частности, не в полной мере соответствуют требованиям и критериям устойчивости:

- В морском транспорте:
 - показатели обновления судов;
 - уровень модернизации российских портов;
 - оснащенность портов на Балтийском и Черном морях;
 - комплексность работы портов, их увязка с работой железнодорожного и автомобильного транспорта, а также своевременная доставка грузов получателям (или их транзит).
- В автомобильном транспорте:
 - несоответствие экологическим требованиям;
 - отставание предложений на транспортные услуги от его спроса.
- В авиационном транспорте:
 - низкие параметры обновления парка транспортных средств;
 - высокий уровень шума от отечественных самолетов, что противоречит требованиям зарубежных стран.
- Во внутренних водных видах транспорта:
 - предельная степень износа речных судов;
 - нехватка в современном флоте судов типа «река-море»;
 - неудовлетворительное эксплуатационное состояние Волго-Донского и Волго-Балтийского каналов;
 - низкая степень подготовки водных путей России для плавания иностранных судов.

Достижению устойчивости транспорта препятствуют низкие показатели территориальной транспортной доступности, которые негативно влияют на социальную стабильность в ряде регионов, препятствуют развитию межрегиональных связей и отечественного рынка труда. Без создания условий для повышения надежности, доступности услуг магистрального пассажирского транспорта может усилиться угроза транспортной разобщенности стран.

Транспортная изоляция северных и восточных районов усугубляется разрывом соотношения между уровнем среднедушевого дохода и средним уровнем пассажирских тарифов. В частности, предстоит большая работа по восстановлению общедоступности гражданской авиации.

Устойчивость транспортной системы зависит от роли государства в развитии и регулировании транспортной деятельности. При этом управление данной системой должно осуществляться как единым целым.

Устойчивое, системное управление транспортным комплексом предполагает:

- внедрение правовых основ транспортной деятельности, опирающихся на единые принципы, учитывающие также международные требования;
- «стыковку» различных транспортных отраслей, а также транспортных систем отдельных регионов;
- координацию развития инфраструктуры различных отраслей транспорта;
- согласование интересов государственных и негосударственных транспортных структур;
- увязку межвидовой конкуренции в транспортной сфере.

Устойчивость развития транспорта – важнейший критерий оценки транспортной политики государств – участников СНГ, предполагает, что удовлетворение транспортных потребностей не должно осуществляться в ущерб охраны окружающей среды.

Транспортная система является «материальным каркасом» межрегиональной интеграции, как внутри, так и вне государств – участников Содружества. Материально-технической базой интеграции, обеспечивающей устойчивость функционирования

всех секторов экономик стран СНГ, является производственная инфраструктура общегосударственного значения.

Так, транспортные возможности России ограничены. Они не соответствуют ее внутренним и геополитическим задачам. В этой связи дальнейшее комплексное развитие опорной транспортной сети (особенно в азиатской части страны) является требованием глобализации, где Россия должна рассматриваться в качестве одной из крупнейших «транзитных» держав мира. В то же время очевидно, что без координации

транспортной политики государств – участников СНГ ни одна из стран не сможет реализовать свои транзитные «амбиции» в полной мере.

Только реализовав стратегию пространственного и функционального единства транспортной системы России с аналогичными системами других стран мира, наша страна получит возможность развивать свою экономику, используя преимущества своего географического и геополитического положения.

V. V. Kotilko*

**Kotilko Valeriy Valentinovich, Doctor of Economics, Academic of Russian Academy of Economical Sciences, St. Petersburg*

TRANSPORT POLICY EVALUATION CRITERIA OF COMMON FREE MARKET ZONE COUNTRIES

Key words: retrieval system, criteria of transport policy, international transport statistics, economic globalization, integration, territorial transport availability, geopolitics.

In the given article the author gives the criteria of transport policy evaluation of common free market zone countries. Transport work stability depends on safety requirements, ecological balance, and also on dynamics of social, economical, geopolitical achievements and strategic goals of CIS countries on each development level of these countries. Transport in globalization conditions becomes the means of national interests realization that considered it like an element capable to influence not only economic development, but also can be an implication for international correlation widening and consolidation of integration processes.

© Котилко В. В., 2009

Е. В. Романеева*

**Романеева Елена Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Ключевые слова: факторы конкурентоспособности товаров, качество, цена, имидж, сегмент рынка, реакция потребителей.

Методология оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров (на примере швейно-трикотажных товаров) позволяет провести оценку не только качественных параметров товара, определить соответствие цены и качества, но также выявить реакцию потребителей на внешние проявления товара и выявить при этом результаты деятельности предприятия-продавца.

Конкурентоспособность товара – сложное свойство, сформированное его качеством (потребительной ценностью), ценой потребления, эффективностью маркетинговой и коммерческой деятельности предприятия-продавца и определяемое реакцией потребления на эти внешние проявления товара и деятельность предприятия-продавца.

При оценке конкурентоспособности товаров следует опираться на совокупность принципов (исходных положений), следование которым позволяет повысить точность оценки, учесть интересы субъектов рынка, унифицировать порядок действий, составляющих содержание процедуры оценки. Различают следующие принципы оценки конкурентоспособности товаров: комплексность, относительность и социальная адресность.

Принцип комплексности конкурентоспособности товаров заключается в том, что при ее оценке должна учитываться совокупность критериев, определяющих особенности товаров-конкурентов.

В зависимости от субъекта рынка (изготовителя, продавца, потребителя) выбирается номенклатура групповых и единичных критериев. Поскольку носители информации о качестве (ГОСТ, ОСТ, ТУ, протоколы испытаний и др.) содержат информацию о технических характеристиках продукции, то эти характеристики необходимо транс-

формировать в потребительские показатели качества.

Изменение ряда критериев отражается как на полезности, так и на стоимости товара. Формирование номенклатуры критериев конкурентоспособности обеспечивает надлежащее качество товара.

Принцип относительности конкурентоспособности предполагает сравнительный характер ее оценки, когда выбранные критерии одного товара сравниваются с критериями другого товара, принятыми за базовые.

Любые товары должны соответствовать Закону «О техническом регулировании». Свидетельством соответствия является сертификат соответствия и/или декларация о соответствии.

Внешний тип рынка диктует требования к патентно-правовым показателям (патентная защита и патентная чистота продукции) и наличие штрихкода на упаковке и маркировке экспортного товара.

Внутренний тип рынка диктует сопоставление соответствующих факторов и внутренней среды, например возможность эксплуатации товара в различных условиях, национальные особенности страны.

Принцип социальной адресности товаров определяется степенью удовлетворения потребностей конкретных социально ориентированных сегментов потребителей. Так,

одни и те же товары могут обладать конкурентоспособностью для определенных потребителей и не обладать ею для других.

Например, дорогая одежда ведущих домов моделей одежды привлекательна для обеспеченных потребителей и не является такой для малообеспеченных. Социальная адресность этих товаров и их конкурентоспособность будут неодинаковыми.

Под сегментацией понимается разделение рынка на сегменты по признаку вида продаваемого товара, территориального расположения, типа наиболее представленных на данной части рынка покупателей, по социальным признакам.

Сегментация может производиться по следующим признакам:

- географический (величина региона, плотность и численность населения, климатические условия, административное деление – город, село, удаленность от предприятия-изготовителя);
- демографический (возраст, пол, размер, жизненный цикл семьи, количество детей);
- социально-экономический (социальное положение, профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов);
- психологический (реакция потребителей на нововведения, мотивы, интересы).

К факторам конкурентоспособности товаров относятся:

1. Фактор времени. Обеспечение конкурентоспособности товаров по фактору времени осуществляется исходя из посылки «сегодняшний рубль дороже завтрашнего».

2. Фактор качества товаров, который проявляется не только в улучшении показателей качества, но и в увеличении годовой производительности (полезного эффекта) товара и росте затрат на эксплуатацию и ремонт.

3. Фактор масштаба (объема) производства товара. За счет роста масштаба производства можно снизить себестоимость продукции и повысить ее качество.

4. Фактор новизны товара. Обеспечение конкурентоспособности осуществляется исходя из удовлетворения новых потребностей человека или удовлетворения уже существующих потребностей принципиально другим способом.

5. Фактор метода получения информации. В процессе производства и потребления продукции следует пользоваться одними и теми же подходами и методами получения информации и выполнения расчетов, так как иначе в исходную информацию будут приноситься разные по величине погрешности и исследуемые образцы не будут сопоставимы.

6. Фактор условий эксплуатации товара. Сохранение качества зависит от правильной эксплуатации товара, соблюдения рекомендаций по уходу за товаром. Важным фактором покупательских предпочтений является продолжительность срока эксплуатации. При прочих равных условиях более конкурентоспособным товаром будет тот, у которого лучшие эксплуатационные свойства.

7. Фактор ценообразования. Цена определяет структуру производства, оказывает решающее воздействие на движение материальных потоков, распределение товарной массы, уровень благосостояния. Правильно установленная цена, разумная ценовая тактика, обоснованная ценовая стратегия составляют необходимые компоненты успешной деятельности любого предприятия.

8. Рыночный фактор. Необходимость в развернутой характеристике рыночных возможностей возникает уже при освоении производства новой продукции, предназначенной для конкретного рынка. Рыночный фактор характеризуется следующими критериями: тип рынка, емкость, стабильность и перспективность, подготовленность рынка.

9. Сбытовой фактор. Удачная конструкция и технология изготовления нового товара не обеспечивают его конкурентоспособности без эффективного сбыта. Сбытовой фактор характеризуется рекламным обеспечением, транспортабельностью товара и надежностью поставки.

Рекламное обеспечение получает высокую оценку, если улучшенные свойства товара предполагают хорошие возможности для проведения эффективной рекламы, стимулирования спроса и демонстрации изделия.

Транспортабельность товара определяется издержками на транспортирование, что

влияет на цену потребления и сохранность товара. Так, если при транспортировании продукции нарушена эстетическая ценность товара, то снижается цена потребления, объем продаж, следовательно, и ее конкурентоспособность.

Надежность поставки предусматривает, что каждое изделие требуемого качества и в нужном количестве должно оказаться в заданном месте в заданное время. В случае нарушения условий поставки товар может морально устареть и тем самым быть причиной того, что потребитель может отказаться от товара. А это приведет к снижению товарооборота и конкурентоспособности товара.

10. Сервисный фактор действует на стадии предпродажного и послепродажного обслуживания. К факторам предпродажного обслуживания относятся:

- условия приобретения товара и форма его оплаты;
- демонстрация товара;
- подбор товара исходя из индивидуальных особенностей покупателя.

К факторам послепродажного обслуживания относятся:

- упаковка и доставка купленных товаров;
- подгонка изделий по фигуре;
- химическая чистка изделий и др.

Факторами, влияющими на имидж, являются:

- влияние изготовителей;
- влияние заказчиков (продавцов);
- влияние клиентов (покупателей).

Наиболее важными факторами конкурентоспособности непродовольственных товаров являются: фактор качества, ценообразования, сбытовой фактор, а также факторы, которые влияют на имидж.

Высокий уровень качества – это первый основополагающий фактор конкурентоспособности товара. Повышение качества является функциональным и эффективным способом повышения конкурентоспособности товаров. Однако мало разработать хороший и нужный потребителям товар, не-

достаточно наладить его качественное производство, необходимо отладить на максимальную эффективность весь цикл операций с товаром.

В статье предлагается провести оценку конкурентоспособности непродовольственных товаров на примере швейно-трикотажных товаров (верхняя женская одежда). При измерении конкурентоспособности швейно-трикотажных товаров необходимо учитывать три характеристики: конкурентоспособность по качественным и экономическим параметрам, влияние имиджа на оба этих показателя.

Оценка конкурентоспособности швейно-трикотажных товаров проводится по сегменту рынка – средний доход семьи (от 24–26 тыс. руб.) и виду товара – джемпер женский.

Необходимо выявить основных конкурентов торгового предприятия ЗАО «Василиса».

Рассмотрев предприятия, реализующие в г. о. Тольятти отечественные швейно-трикотажные товары, имеющие аналогичные ЗАО «Василиса» товарные группы, были выявлены следующие предприятия-конкуренты: ЗАО «Чебоксарский трикотаж» и ЗАО «Русь» (Ульяновская трикотажная фабрика).

Предприятия-конкуренты имеют торговые точки, которые находятся по следующим адресам:

- ул. Дзержинского, 76 (ЗАО «Чебоксарский трикотаж»);
- ул. Дзержинского, 94 (ЗАО «Русь»).

Прежде чем произвести оценку конкурентоспособности швейно-трикотажных товаров, следует выявить, какое предприятие, реализующее данные товары, занимает лидирующее положение на рынке. Для решения данного вопроса необходимо провести оценку конкурентоспособности рассматриваемых предприятий. Оценка проводится экспертом. Проведем оценку конкурентоспособности предприятий, реализующих верхнюю женскую одежду. Данные представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Оценка конкурентоспособности предприятий,
реализующих верхнюю женскую одежду**

Факторы конкурентоспособности	Важность фактора	ЗАО «Василиса»	Предприятия-конкуренты		Индекс конкурентоспособности		
			ЗАО «Чебоксарский трикотаж»	ЗАО «Русь»	ЗАО «Василиса»	ЗАО «Чебоксарский трикотаж»	ЗАО «Русь»
1. Товар							
1.1. Глубина ассортимента	0,19	4	4	3	0,76	0,76	0,57
1.2. Широта ассортимента	0,13	4	5	4	0,52	0,65	0,52
1.2. Уровень торгового обслуживания	0,10	4	4	4	0,4	0,4	0,4
2. Цена							
2.1. Уровень цен	0,17	3	4	3	0,51	0,68	0,51
2.2. Скидки	0,14	4	4	3	0,56	0,56	0,42
3. Продажа							
3.1. Формы торгового обслуживания	0,11	4	4	3	0,44	0,44	0,33
3.2. Уровень квалификации персонала	0,10	4	5	4	0,4	0,4	0,4
4. Продвижение							
4.1. PR	0,06	2	3	2	0,12	0,18	0,12
Итого:	1	29	32	26	3,71	4,07	3,27

Анализируя данные табл. 1, можно сделать вывод, что наиболее конкурентоспособным является предприятие ЗАО «Чебоксарский трикотаж», по которому наибольший индекс оценки, равный 4,07.

Оценка факторов конкурентоспособности предприятия ЗАО «Русь» равна 26 баллам, индекс конкурентоспособности не высокий, равный 3,27, в первую очередь это из-за низких оценок важных факторов и высоких оценок менее важных факторов. Предприятие ЗАО «Василиса» набрало меньшее количество баллов и по факторам конкурентоспособности, и по индексу конкурентоспособности по сравнению с пред-

приятием ЗАО «Чебоксарский трикотаж», но больше по сравнению с ЗАО «Русь».

Оценка конкурентоспособности швейно-трикотажных товаров на примере верхней женской одежды проведена по трем моделям: модель 1, ЗАО «Василиса», цена 0,600 тыс. руб.; модель 2, ЗАО «Чебоксарский трикотаж», цена 0,557 тыс. руб.; модель 3, ЗАО «Русь», цена 0,575 тыс. руб.

Анализ моделей верхней женской одежды свидетельствует о принадлежности их к одному виду – джемпер женский.

Анкетированием выявим, какие свойства верхней женской одежды влияют на выбор потребителей (табл. 2).

Таблица 2

Влияние свойства верхней женской одежды на выбор потребителя

Свойства	% от числа ответивших на вопрос				
	от 18 до 24	от 25 до 34	от 35 до 44	от 45 до 59	старше 60
Функциональные свойства	5,22	13,91	9,57	2,61	1,74
Эргономические свойства	1,74	6,09	5,22	1,74	1,74
Эстетические свойства	11,30	16,52	7,83	6,96	0,87
Эксплуатационные свойства	0,87	2,61	1,74	0,87	0,87

Анализ табл. 2 позволяет сделать вывод, что на выбор верхней женской одежды большее влияние оказывают функциональные (33,05%) и эстетические свойства (43,48%).

Из этих показателей составлена номенклатура показателей качества конкурентоспособности, установлены средние значения их весовости для потребителей (табл. 3).

Таблица 3

Показатели качества конкурентоспособности верхней женской одежды

№ n/n	Показатели качества	Весомость показателей
1	2	3
1	Соответствие современному образу жизни	0,23
2	Соответствие внешнему облику человека	0,16
3	Соответствие силуэта современному стилю и моде	0,10
4	Соответствие покрою современному стилю и моде	0,15
5	Соответствие цветового решения современному стилю и моде	0,25
6	Внешний вид	0,06
7	Выразительность фирменных знаков	0,05
8	Итого	1

Далее проведем оценку качества по функциональным и эстетическим свойствам верх-

ней женской одежды по пятибалльной шкале (табл. 4).

Таблица 4

**Показатели качества,
определяющие конкурентоспособность верхней женской одежды**

№ n/n	Показатели	Модель 1	Модель 2	Модель 3
1	Соответствие современному образу жизни, баллы	5	5	5
2	Соответствие внешнему облику человека, баллы	5	5	4
3	Соответствие силуэта современному стилю и моде, баллы	4	4	3
4	Соответствие покрою современному стилю и моде, баллы	3	4	3
5	Соответствие цветового решения современному стилю и моде, баллы	3	5	2
6	Внешний вид, баллы	4	5	3
7	Выразительность фирменных знаков, баллы	4	4	4
8	Итого	26	32	24

Анализ табл. 4 показал, что наибольшее количество баллов по показателям качества набрала модель 2.

Выбор базовой модели определяется индексом конкурентоспособности предприятия и значениями показателей качества. Высокий индекс конкурентоспособности предприятия и показателей качества имеет

модель 2, что позволяет принять ее в качестве эталона при оценке уровня конкурентоспособности. Рассчитаем показатели качества джемпера женского. Порядок расчета показателей качества для джемпера женского модели 1 отражен в табл. 5.

Результаты расчета по другим моделям представлены в табл. 6.

Таблица 5

Расчет показателей качества модели 1 (по отношению к модели 2)

№ n/n	Показатели	Порядок расчета
1	2	3
1	Соответствие современному образу жизни	$P1 = 5/5 = 1$
2	Соответствие внешнему облику человека	$P2 = 5/5 = 1$
3	Соответствие силуэта современному стилю и моде	$P3 = 4/4 = 1$
4	Соответствие покрою современному стилю и моде	$P4 = 3/4 = 0,75$
5	Соответствие цветового решения современному стилю и моде	$P5 = 3/5 = 0,6$
6	Внешний вид	$P6 = 4/5 = 0,8$
7	Выразительность фирменных знаков	$P7 = 4/4 = 1$
8	$\sum P_i$	6,15

Показатели качества верхней женской одежды

№ п/п	Показатель	Значения показателей	
		Модель 1	Модель 3
1	Соответствие современному образу жизни	1	1
2	Соответствие внешнему облику человека	1	0,8
3	Соответствие силуэта современному стилю и моде	1	0,75
4	Соответствие покрою современному стилю и моде	0,75	0,75
5	Соответствие цветового решения современному стилю и моде	0,6	0,4
6	Внешний вид	0,8	0,6
7	Выразительность фирменных знаков	1	1
8	$\sum P_i$	6,15	5,3

Анализ табл. 6 показал, что наибольшую сумму значений показателей качества имеет модель 1.

После того как собраны данные о конкурентах, выделены наиболее опасные факторы, проведен опрос потребителей, производится расчет уровня качества продукции, конкурентоспособности по цене и степени влияния имиджа, которые комплексно включаются в формулу расчета общей конкурентоспособности:

$$КСП = (K_k + K_u) \times K_n, \quad (1)$$

где $K_k \leq 1$, $K_u \leq 1$;

$КСП$ – уровень конкурентоспособности анализируемого товара на определенном сегменте рынка;

K_k – коэффициент конкурентоспособности товара по качественным параметрам;

K_u – коэффициент конкурентоспособности товара по цене;

K_n – поправочный коэффициент имиджа.

По формуле (1) о конкурентоспособности продукции будет свидетельствовать более значительный показатель $КСП$.

K_k – коэффициент конкурентоспособности по качественным параметрам – является количественной характеристикой нескольких свойств товара, составляющих ее качество, рассчитывается по следующей формуле:

$$K_k = \sum P_i / \sum P_{ik}, \quad (2)$$

где P_i – значение i -го показателя качества оцениваемого товара;

P_{ik} – значение i -го показателя качества аналога, товара-конкурента.

Рассчитаем по формуле (2) коэффициент конкурентоспособности по качественным параметрам для:

- модели 1

$$K_k = 6,15 / 8,25 = 0,76;$$

- модели 3

$$K_k = 5,3 / 8,25 = 0,64.$$

Так как модель 2 при определении показателей качества является эталонной, то коэффициент конкурентоспособности по качественным параметрам будет равен 1.

K_u – коэффициент конкурентоспособности продукции по цене рассчитывается следующим образом:

$$K_u = C_p / D_{нас}, \quad (3)$$

где C_p – реальная товара цена на рынке.

Рассчитаем по формуле (3) коэффициент конкурентоспособности товара по цене для:

- модели 1

$$K_u = 0,600 / 4,698 = 0,13;$$

- модели 2

$$K_u = 0,557 / 4,698 = 0,12;$$

- модели 3

$$K_u = 0,575 / 4,698 = 0,12.$$

$D_{нас}$ – сумма доходов, которую население данного сегмента может направить на покупку товара, в месяц, в расчете на семью рассчитывается за месяц или год, в зависимости от вида товара – длительного или кратковременного пользования.

$$D_{нас} = D_{ср.душ} \times N (Нак/100), \quad (4)$$

где $D_{ср.душ}$ – среднедушевой доход на члена семьи в месяц;

N – количество членов семьи;

$Нак$ – процент возможных ежемесячных накоплений в семье.

Для расчета коэффициента конкурентоспособности товара по цене необходимо рассчитать показатель $D_{нас}$ по формуле (4). Согласно данным Госкомстата, средний размер семьи – около трех человек. Средний доход семьи, относящейся к сегменту рынка по среднему доходу, составляет 25 тыс. руб.

$$D_{нас} = 8,33 \times 3 \times (18,8 / 100) = 4,698 \text{ тыс. руб.}$$

K_n – поправочный коэффициент имиджа, рассчитывается следующим образом:

$$K_n = D' \times K_1 + D'' \times K_2, \quad (5)$$

где K_1 , K_2 – коэффициенты, учитывающие весомость D' и D'' ;

D' , D'' – показатели узнаваемости.

Показатель D' учитывает долю потенциальных потребителей, которые называют данное предприятие первым при ответе на вопрос: «Какие предприятия, производящие данные продукты, вы знаете?» – в общем числе опрошенных потребителей.

Показатель D'' учитывает долю потенциальных потребителей, которые называют

данное предприятие первым при ответе на вопрос: «Данный продукт какого предприятия вы желаете приобрести?» – в общем числе потребителей.

Показатель D'' имеет большую весомость, поскольку он отражает отношение потребителя к качеству и цене продукта. Предложено принять $K_1 = 0,4$, а $K_2 = 0,6$.

Для расчета поправочного коэффициента имиджа были выявлены с помощью анкетирования показатели узнаваемости. Данные представлены в табл. 7.

Таблица 7

Узнаваемость предприятия

№ п/п	Предприятия	Количество человек	Доля
1	«Какие предприятия, производящие данные продукты, вы знаете?», D'		
2	ЗАО «Чебоксарский трикотаж»	42	36,52
3	ЗАО «Русь»	34	29,57
4	ЗАО «Василиса»	39	33,91
5	Итого	115	100
6	«Данный продукт какого предприятия вы желаете приобрести?», D''		
7	ЗАО «Чебоксарский трикотаж»	43	37,39
8	ЗАО «Русь»	38	33,04
9	ЗАО «Василиса»	34	29,57
10	Итого	115	100

Рассчитаем поправочный коэффициент имиджа по формуле (5) для:

- модели 1

$$K_n = 33,91 \times 0,4 + 29,57 \times 0,6 = 31,3;$$

- модели 2

$$K_n = 36,52 \times 0,4 + 37,39 \times 0,6 = 37,04;$$

- модели 3

$$K_n = 29,57 \times 0,4 + 33,04 \times 0,6 = 31,65.$$

Уровень конкурентоспособности анализируемой продукции $KСП$, рассчитанный по определенному сегменту рынка и виду продукции, сравнивается с уровнем $KСП$ продукции предприятия-конкурента. Наиболее конкурентоспособна та продукция, уровень $KСП$ у которой выше.

Рассчитаем по формуле (1) общую конкурентоспособность верхних женских товаров, для:

- модели 1

$$KСП = (0,76 + 0,13) \times 31,65 = 28,17;$$

- модели 2

$$KСП = (1 + 0,12) \times 37,04 = 41,48;$$

- модели 3

$$KСП = (0,64 + 0,12) \times 31,65 = 24,05.$$

Показатели конкурентоспособности свидетельствуют о том, что модели 1 и 3 уступают эталону (модель 2). Такой уровень конкурентоспособности для модели 1 определяется высокой ценой, которая не соответствует показателям качества данной модели. Для модели 3 уровень конкурентоспособности определяется ее низкими показателями качества.

Таким образом, рассчитав уровень конкурентоспособности товаров по выбранному сегменту рынка (средний доход семьи) и виду продукции (джерсер женский), сравнив с уровнем $KСП$ товара предприятия-конкурента, можно сделать вывод, что товары предприятия ЗАО «Василиса» более конкурентоспособны по сравнению с товарами предприятия ЗАО «Русь». Однако уступают товарам ЗАО «Чебоксарский трикотаж».

Библиографический список

1. Еремеева Н. В., Калачев С. Л. Конкурентоспособность товаров и услуг. – М. : КолоС, 2006.
 2. Москвин В. А. Управление качеством в бизнесе: рекомендации для руководителей предприятий, банков и риск-менеджеров. – М. : Финансы и статистика, 2006.
 3. Чубинский А. Н., Ракитова О. С. Расчетная методика оценки конкурентоспособности продукции // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2002. – № 4. – С. 19–26.
 4. Юсипова Д. Швейная промышленность // Конъюнктура товарных рынков – 2007. – № 4. – С. 23–25.
-

Ye. V. Romaneyeva*

**Romaneyeva Yelena Valentinovna, PhD in Economics, associate professor of «Economics, Organization and Commercial activity» chair, Volga Region State University of Service, Togliatti*

COMPETITIVENESS ASSESSMENT OF NON-FOODS

Key words: goods competitive factors, quality, price, public image, market segment, consumer response.

Competitiveness assessment methodology of non-foods (by example of garment and jersey goods) allows to assess goods quality characteristics and to define the coordination of price and quality. It also helps to reveal consumers reaction to product's outer properties and thus assess the producing enterprise activity.

© Романеева Е. В., 2009

Е. В. Романеева*

**Романеева Елена Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Ключевые слова: потребительские свойства, удовлетворение потребностей, алгоритм оценки ассортимента и качества, опрос потребителей.

Современный рынок диктует, какой ассортимент необходимо производить и реализовывать потребителям. В статье предлагается алгоритм проведения потребительской оценки ассортимента и качества непродовольственных товаров, позволяющий оценить данные показатели с позиции предприятия и потребителя. Такой подход позволяет предприятию выбрать оптимальную стратегию поведения на рынке непродовольственных товаров.

В настоящее время потребительский рынок диктует, какой ассортимент необходимо производить и реализовывать потребителям. Потребительская оценка ассортимента непродовольственных товаров имеет большое значение для совершенствования работы торгового предприятия. В условиях жесткой конкуренции и невысокой покупательной способности населения достижение удовлетворенности обслуживаемого контингента покупателей является условием выживания предприятия на рынке. Для эффективного функционирования предприятий необходимо проведение глубокого анализа протекающих на рынке процессов и явлений в целях рационального использования наличных ресурсов и качественного удовлетворения запросов потребителей.

При оценке непродовольственных товаров на примере швейно-трикотажных товаров для потребителей важную роль играют потребительские свойства товара, так как они определяют качество изделий. К швейно-трикотажным товарам предъявляются определенные требования. Комплекс потребительских требований к одежде зависит от ее назначения, условий эксплуатации и многих других факторов. Для удовлетворения предъявляемых требований одежда должна обладать комплексом потребительских свойств, которые проявляются при ее эксплуатации. Одежда как предмет личного пользования обладает следующими групп-

пами потребительских свойств: эргономические, эстетические и требования к надежности (сроку службы) изделия.

Эргономические требования учитываются с учетом взаимодействия элементов системы «человек – одежда – среда». К ним относятся антропометрические, гигиенические и психофизиологические требования.

Эстетические требования к одежде – это ее соответствие современным требованиям человека, выраженным в эстетических вкусах, сложившимся направлениям в моде.

Способность одежды в течение определенного промежутка времени выполнять свои функции характеризуется ее надежностью и определяется основными свойствами: долговечностью, сохраняемостью, ремонтпригодностью. Данные свойства характеризуют эксплуатационные характеристики одежды. Долговечность одежды – это сохранение работоспособности до разрушения. Показатель долговечности – срок службы. Физический износ одежды происходит под одновременным механическим воздействием физико-химических и биологических факторов, ухудшающих свойства материалов, разрушающих ее детали и узлы. Моральный износ выражается в том, что изделия, сохраняя основные свойства, перестают удовлетворять эстетическим потребностям человека в связи с изменением моды.

Изделия, изготовленные из трикотажных полотен, обладают рядом ценных потребительских свойств, которые в выгодную сторону отличают их от изделий из ткани. Они имеют красивый внешний вид, мягки, эластичны и не стесняют движения человека даже при плотном облегающем теле. Они устойчивы к стиранию и почти не сминаются, хорошо драпируются и обладают высокими гигиеническими свойствами – большой воздухопроницаемостью и гигроскопичностью, хорошими теплозащитными свойствами.

Торговый ассортимент на предприятиях должен базироваться на результатах изучения потребностей. Удовлетворение потребности людей в одежде обуславливается различными факторами. Наиболее существенными из них являются: развитие общественного производства, в частности производства одежды; рост материального благосостояния и культурного уровня населения; численность и состав населения (социальный, половозрастной и др.); конституционные (морфологические, функциональные) особенности организма человека и психологический фактор; природно-климатические условия. Потребительская оценка одежды показывает отношение потребителей как к товару в целом, так и к отдельным его свойствам. По потребительской оценке можно судить, в какой мере предприятия промышленности и торговли удовлетворяют потребности покупателей в швейно-трикотажных товарах. Потребительские оценки могут быть использованы предприятиями для формирования ассортимента, а также для принятия определенных мер с целью повышения качества своих товаров. С помощью потребительских оценок выявляется и изучается «социальный портрет» покупателя, его отношение к товарам, мотивы покупки, причины отказов от приобретения, а также предпочтения определенными группами потребителей тех или иных товаров. Для более полного удовлетворения потребностей населения различных групп необходим правильный учет потребительских требований к одежде на стадиях ее проектирования, производства и реализации.

На потребительскую оценку швейно-трикотажных товаров оказывает влияние множество факторов. Особенностью потребительской оценки одежды является то, что люди разного возраста формируют свой гардероб неодинаково, поэтому при оценке используются различные критерии.

Понятие ассортимента товаров тесно связано с понятием качества, которое является одним из наиболее важных параметров при потребительской оценке швейно-трикотажных товаров.

Потребительская оценка товара – это мнение потребителей об уровне качества товара, ценности свойств или его значении. Оценка ассортимента и качества товаров со стороны потребителей может осуществляться при помощи балльной системы.

В статье предлагается провести оценку ассортимента и качества как со стороны потребителей, так и со стороны продавца.

Алгоритм оценки ассортимента и качества швейно-трикотажных товаров:

1. Провести оценку ассортимента с позиции предприятия, используя ABC-, XYZ- и совмещенный анализы.

2. Провести оценку ассортимента и цены товаров на предприятии потребителями при помощи опроса с целью выявления покупательских предпочтений и удовлетворенности ассортиментом и ценой.

3. На основе полученных результатов выявить соответствие или несоответствие фактического ассортимента и цены предприятия покупательским ожиданиям и предпочтениям.

4. Провести оценку качества швейно-трикотажных товаров с позиции потребителей по определенным критериям, используя балльную систему оценок. Выявить наиболее значимые по свойствам и качеству товары, а также товары, качество которых не соответствует требованиям покупателей.

5. Провести экспертизу качества швейно-трикотажных товаров органолептическим методом.

6. Результаты экспертизы сравнить с оценкой качества товаров потребителями и выявить соответствие или несоответствие уровня качества товаров потребительским ожиданиям.

ABC – анализ швейно-трикотажных товаров торгового предприятия ЗАО «Василиса» показал, что лидером продаж необходимо перевести бельевые товары в категорию А для повышения стабильности и устойчивости ассортимента.

Проведем ABC-, XYZ- и совмещенный анализы для бельевых товаров с целью выявления наиболее прибыльных позиций. В табл. 1 представлены данные ABC-анализа бельевой группы товаров. На основании анализа можно выделить явных лидеров продаж по данной группе товаров – пижама женская (блуза, брюки); комплект для девочки (бюстье, трусы); комплект для сна (сорочка укороченная, трусы); сорочка женская с коротким рукавом. Именно эта категория товаров имеет наибольший товаро-

оборот в общем объеме. Данная группа товаров требует более тщательного контроля. Это, возможно, объясняется тем, что товары группы А имеют цены ниже, чем у конкурентов на аналогичный товар, так как имеет место прямая поставка товаров без посредников.

К категории В относятся такие товары, как комплекты для сна, майка мужская. Данные товары имеют более низкий спрос, однако они также обеспечивают основной оборот, и необходимо, чтобы данные товары постоянно находились в продаже. К категории С относятся остальные товары. Данная категория относится к проблемным товарам, но они должны присутствовать в ассортименте для возможности удовлетворения спроса всех групп потребителей.

Таблица 1

ABC – анализ бельевой группы товаров торгового предприятия ЗАО «Василиса»

Наименование бельевых товаров	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	2008 год, т. р.	Уд. вес, % 2008 г.	Доля в об. с накоп. итогом, %	Гр.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Пижама женская	30,46	36,18	29,53	21,95	118,12	14,91	14,91	А
2. Комплект для девочки	26,37	18,07	21,06	31,12	96,62	12,20	27,11	А
3. Комплект для сна	24,06	22,07	21,14	21,03	88,30	11,15	38,26	А
4. Сорочка женская с коротким рукавом	19,33	22,11	18,90	15,55	75,89	9,58	47,84	А
5. Комплект для сна	16,04	19,21	16,44	15,71	67,40	8,51	56,35	В
6. Майка мужская	17,36	21,06	13,24	14,57	66,23	8,36	64,71	В
7. Комплект для сна	18,46	15,34	16,30	15,13	65,23	8,24	72,95	В
8. Майка женская	13,21	19,06	17,33	13,52	63,12	7,97	80,92	С
9. Комплект нательного белья для мальчика	8,56	11,64	7,56	5,45	33,21	4,19	85,11	С
10. Плавки	5,56	8,12	3,19	6,25	23,12	2,93	88,04	С
11. Комплект мужской	4,36	6,09	3,77	7,88	22,10	2,79	90,83	С
12. Сорочка с длинным рукавом ночная	5,78	4,18	3,42	5,29	18,67	2,36	93,19	С
13. Трико мужские	6,78	3,67	5,05	2,95	18,45	2,33	95,52	С
14. Белье мужское удлиненное	8,98	4,32	2,17	2,86	18,33	2,31	97,83	С
15. Белье женское	3,67	4,89	5,18	3,47	17,21	2,17	100	С
Итого					792,00	100,00		

Проведем XYZ-анализ бельевой группы товаров торгового предприятия ЗАО «Василиса» (табл. 2).

Таблица 2

XYZ- анализ бельевой группы товаров торгового предприятия ЗАО «Василиса»

Наименование бельевых товаров	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	2008, т. р.	Сред. знач.	Кв %	Гр.
1. Пижама женская	30,46	36,18	29,53	21,95	118,12	29,53	17,15	У
2. Комплект для девочки	26,37	18,07	21,06	31,12	96,62	24,16	20,70	У
3. Комплект для сна	24,06	22,07	21,14	21,03	88,30	22,08	5,50	Х
4. Сорочка женская с коротким рукавом	19,33	22,11	18,90	15,55	75,89	18,97	12,27	У
5. Комплект для сна	16,04	19,21	16,44	15,71	67,40	16,85	8,23	Х
6. Майка мужская	17,36	21,06	13,24	14,57	66,23	16,56	18,09	У

Продолжение табл. 2

Наименование бельевых товаров	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	2008, т. р.	Сред. знач.	Кв %	Гр.
7. Комплект для сна	18,46	15,34	16,30	15,13	65,23	16,31	8,09	X
8. Майка женская	13,21	19,06	17,33	13,52	63,12	15,78	15,80	У
9. Комплект нательного белья для мальчика	8,56	11,64	7,56	5,45	33,21	8,30	26,86	Z
10. Плавки	5,56	8,12	3,19	6,25	23,12	5,78	30,53	Z
11. Комплект мужской	4,36	6,09	3,77	7,88	22,10	5,53	29,05	Z
12. Сорочка с длинным рукавом ночная	5,78	4,18	3,42	5,29	18,67	4,67	19,81	У
13. Трико мужские	6,78	3,67	5,05	2,95	18,45	4,61	31,68	Z
14. Белье мужское удлиненное	8,98	4,32	2,17	2,86	18,33	4,58	57,94	Z
15. Белье женское	3,67	4,89	5,18	3,47	17,21	4,30	17,27	У
Итого					792,00			

Как видно из данных таблицы, комплекты для сна пользуются устойчивым спросом и можно легко спрогнозировать продажи этих товаров. Однако некоторые категории (комплект нательного белья для мальчика, плавки, комплект мужской, трико муж-

ские, белье мужское удлиненное) продаются нерегулярно. Остальные товары имеют колебания в спросе и средний прогноз продаж. Проведем совмещенный анализ по бельевой группе товаров. Данные представим в табл. 3.

Таблица 3

**Совмещенный ABC- и XYZ-анализ бельевой группы швейно-трикотажных товаров
торгового предприятия ЗАО «Василиса»**

Наименование бельевых товаров	2008, т.р.	Доля в оборо- те, %	Кв, %	Группы	
1. Пижама женская	118,12	14,91	17,15	A	У
2. Комплект для девочки	96,62	12,20	20,70	A	У
3. Комплект для сна	88,30	11,15	5,50	A	X
4. Сорочка женская с коротким рукавом	75,89	9,58	12,27	A	У
5. Комплект для сна	67,40	8,51	8,23	B	X
6. Майка мужская	66,23	8,36	18,09	B	У
7. Комплект для сна	65,23	8,24	8,09	B	X
8. Майка женская	63,12	7,97	15,80	C	У
9. Комплект нательного белья для мальчика	33,21	4,19	26,86	C	Z
10. Плавки	23,12	2,93	30,53	C	Z
11. Комплект мужской	22,10	2,79	29,05	C	Z
12. Сорочка с длинным рукавом ночная	18,67	2,36	19,81	C	У
13. Трико мужские	18,45	2,33	31,68	C	Z
14. Белье мужское удлиненное	18,33	2,31	57,94	C	Z
15. Белье женское	17,21	2,17	17,27	C	У
Итого	792,00	100,00			

Для наглядности построим матрицу совмещенного анализа (табл. 4). При построении матрицы совмещенного анализа становится видно, что ассортимент данной группы товаров достаточно стабилен, однако отсутствуют товары со стабильным спросом группы С. Товары группы АУ и ВУ важны для оборота предприятия, но имеют сред-

нюю прогнозируемость спроса. Необходимо, чтобы эти товары постоянно были в продаже, так как их отсутствие может привести к значительным потерям. Группа СУ слишком велика, а более важная группа ВУ небольшая, поэтому имеет смысл перевести часть ассортимента из группы СУ в группу ВУ.

Таблица 4

Матрица совмещенного анализа бельевой группы швейно-трикотажных товаров

AX Комплект для сна	AU Пижама женская Комплект для девочки Сорочка женская с короткими рукавами	AZ Нет
BX Комплект для сна Комплект для сна	BU Майка мужская	BZ Нет
CX Нет	CU Майка женская Сорочка с длинным рукавом ночная Белье женское	CZ Комплект нательного белья для мальчика Комплект мужской Плавки Трико мужские Белье мужское удлиненное

Необходимо отметить, что большую группу товаров составляет группа CZ. Эти товары вносят незначительный вклад в прибыль предприятия и имеют значительные колебания в продажах. Необходимо наблюдать за этими товарами. Эти товары первые кандидаты на вывод, и для них предусматриваются такие меры, как распродажи, снижение цен и т. д.

Проведем анализ сезонности спроса для бельевой группы товаров, реализуемых торговым предприятием ЗАО «Василиса». Данный анализ позволяет выявить измене-

ния закономерностей спроса покупателей в течение года. Сезонные колебания спроса на бельевые товары, как правило, не имеют ярко выраженной тенденции роста или убывания, поэтому для проведения анализа используем метод простой средней. Показатели сезонной волны методом простой средней определяются процентным отношением соответствующих средних месячных уровней к их общей месячной средней за весь изучаемый период. Данные расчета представлены в табл. 5.

Таблица 5

Продажа товаров бельевой группы торгового предприятия ЗАО «Василиса», тыс. руб.

№	Годы и показатели	МЕСЯЦЫ												Итого за год
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	2006	53,23	52,44	55,11	49,12	45,23	43,32	41,66	41,07	43,65	45,32	47,87	54,98	573,00
2	2007	58,92	57,34	60,23	53,11	52,96	51,01	50,12	50,12	52,16	54,45	56,67	59,91	657,00
3	2008	71,15	70,56	73,82	64,73	63,14	62,12	60,95	60,12	62,67	63,18	67,56	72,00	792,00
4	Итого	183,30	180,34	189,16	166,96	161,33	156,45	152,73	151,31	158,48	162,95	172,10	186,89	2022,00
5	Средний уровень	61,10	60,11	63,05	55,65	53,78	52,15	50,91	50,44	52,83	54,32	57,37	62,30	56,17
6	Индекс сезонности, %	108,78	107,03	112,26	99,09	95,74	92,85	90,64	89,80	94,05	96,71	102,14	110,91	100,00

По данным таблицы построим график сезонности продаж бельевых товаров (рис. 1).

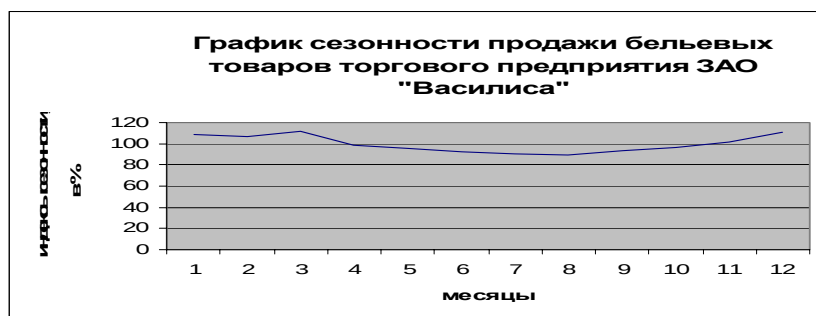


Рис. 1. График сезонности продажи бельевых товаров торгового предприятия ЗАО «Василиса»

Сезонная волна, изображенная графически (рис. 1), показывает, что выше среднего уровня наблюдается реализация бельевых товаров в январе, феврале, марте, а также в декабре. Это повышение объясняется тем, что товары бельевой группы относительно недорогие по сравнению с другими видами одежды и покупатели достаточно часто приобретают их в качестве подарков на праздники. Весенне-зимний период более насыщен праздничными днями, чем летний и осенний периоды. Теплые пижамы и сорочки с длинными рукавами приобретаются на зиму, чем также объясняется повышение спроса на бельевые товары именно в этот период.

Для того чтобы выявить требования, предъявляемые покупателями к ассортименту и качеству товаров, был проведен опрос. При проведении анкетирования опрошено 110 посетителей торгового предприятия «Василиса».

В результате были сделаны следующие выводы:

- основная группа товаров, приносящая наибольший доход предприятию, – это верхняя одежда. Однако эта группа имеет некоторые колебания в спросе. Тенденция темпов роста бельевой группы товаров свидетельствует о возможном переходе данной группы в категорию наиболее доходных. Это возможно за счет такого наименования, как комплект для сна (сорочка укороченная и трусы), который имеет самый большой товарооборот в бельевой группе товаров и устойчивый спрос;

- многие товарные позиции бельевой группы имеют неустойчивый спрос и невысокий товарооборот, что говорит о вероят-

ности вывода их из ассортимента. Аналогичная ситуация и у головных уборов. Данная группа товаров является самой малоценной для предприятия;

- по некоторым позициям бельевой группы товаров наблюдается снижение полноты ассортимента, что характеризуется вероятностью снижения уровня удовлетворения спроса на товары данной группы;

- наибольшим спросом бельевые товары пользуются в весенне-зимний период, поэтому необходимо проводить изменения в ассортименте в этом периоде, что позволит повысить спрос и принесет дополнительную прибыль;

- основным контингентом покупателей исследуемого предприятия являются женщины в возрасте от 20 до 35 лет и со средним доходом в пределах от 8 до 15 тысяч рублей в месяц, поэтому необходимо в большей степени ориентироваться на предпочтения данной группы людей, однако фактический ассортимент предприятия не удовлетворяет требованиям покупателей, и основным недостатком ассортимента «Василисы» являются несоответствие моделей современным требованиям моды. Также многие потребители не удовлетворены уровнем цен на товары, представленные в ассортименте торгового предприятия ЗАО «Василиса».

Для того чтобы оценить качество предлагаемых образцов товаров бельевой группы, среди посетителей торгового предприятия ЗАО «Василиса» провели опрос об отношении к качеству предлагаемых моделей. Респонденты должны были оценить по пятибалльной шкале следующие параметры качества по каждому наименованию товара:

– привлекательность внешнего вида изделия:

а) соответствие фасона современному стилю и моде;

б) соответствие цветового решения современному стилю и моде;

в) соответствие отделочных деталей и фурнитуры современному стилю и моде;

г) универсальность;

– волокнистый состав;

– качество обработки изделия, внутренняя отделка.

Особое внимание было уделено эстетическим свойствам. Эстетические свойства занимают особое место при оценке качества одежды как предмета личного потребления, так как данная потребность определяется как нужда человека в красоте и в творчестве по законам красоты. Сложность проводимого опроса заключается в том, что потребитель при оценке качества товаров ориентируется в значительной мере не на регламентируемые нормативными документами показатели качества, а на собственные вкусы и представления о том, каким должен быть товар. Причем иногда представления о товаре у многих потребителей поверхностные, на уровне в основном органолептических показателей, которые не всегда достаточно полно и объективно характеризуют полезность товара для них.

В результате проведенного анкетирования выяснилось, что 61,82% опрошенных удовлетворены качеством предлагаемых товаров, 38,18% качество не устраивает, причем 9,09% респондентов полностью не удовлетворены качеством товаров.

При оценке первого изделия (белье женское) выяснилось, что 89,09% опрошенных оценили соответствие фасона современному стилю и моде на «хорошо» и «отлично», 70% опрошенных оценили соответствие цветового решения современному стилю и моде на «хорошо». Наихудшую оценку «удовлетворительно» данное изделие получило по позиции универсальность (79,09% респондентов). Волокнистый состав изделия был оценен только на «хорошо» и «отлично», причем пять баллов дали 83,63% респондентов. Качество обработки изделия также было оценено только с положительной стороны всеми опрошиваемыми.

Второе предлагаемое для оценки изделие (сорочка женская из кулирного интерлочного полотна с короткими рукавами, отделанная шитьем) по привлекательности внешнего вида оценку «отлично» не получило практически не по одной категории. На четыре балла оценили соответствие фасона изделия современному стилю и моде всего 10% опрошенных. По остальным показателям привлекательности изделия также была дана в основном оценка «удовлетворительно». По оценке всех респондентов, данное изделие не является универсальным. Волокнистый состав сорочки был оценен на четыре и пять баллов 76,35% респондентов. 23,65% опрошиваемых дали оценку «удовлетворительно». По качеству обработки 41,81% респондентов второму изделию дали три балла. Остальные оценили данный критерий положительно.

Третье изделие (сорочка женская с длинными рукавами, отделанная бейкой из футерованного полотна) по соответствию фасона современному стилю и моде получило в основном два балла (61,81% респондентов). По остальным показателям привлекательности внешнего вида изделие получило в основном три балла. Практически все респонденты не считают данное изделие универсальным. По волокнистому составу изделия 87,27% респондентов поставили положительные оценки, 12,73% оценили этот параметр на «удовлетворительно». По качеству обработки изделия на «хорошо» и «отлично» оценили этот параметр 95,54% респондентов. 3,65% ограничились тремя баллами.

96,36% респондентов считают, что фасон четвертого изделия (пижама женская, состоящая из блузы на пуговицах с длинными рукавами и укороченных брюк с разрезами, изготовленная из кулирного футерованного полотна) соответствует современному стилю и моде. Цветовое решение изделия оценили также положительно. Однако 66,36% потребителей оценили отделку изделия только на три балла. 97,27% респондентов считают изделие универсальным. Следует отметить, что этот товар единственный, получивший такие баллы по показателю универсальности. Волокнистый состав респонденты оценили только на четы-

ре и пять баллов. Отрицательных результатов дано не было. Однако качество обработки изделия 52,72% оценили только на удовлетворительно, также данное изделие по качеству обработки было оценено на два балла 2,73% респондентов.

Пятое изделие (комплект для сна женский, состоящий из блузы и шорт, отделанный кружевом, изготовленный из кулирного интерлочного полотна) по соответствию фасона современному стилю и моде 66,36% опрошенных оценили на три балла. 20% дали четыре балла. Соответствие цветового решения изделия современному стилю и моде 68,18% оценили на три балла. 24,5% дали четыре балла. На «отлично» данный показатель не оценил никто. Большинство респондентов также считают, что отделка изделия не соответствует современной моде. 30,9% опрошенных оценили универсальность изделия на четыре балла. Остальные ограничились двумя и тремя баллами. Волокнистый состав и качество обработки изделия было оценено в основном положительно.

Исходя из вышеприведенного анализа видно, что наибольшее количество оценок «хорошо» и «отлично» получило первое изделие. На втором месте изделие под номером четыре. Потребители оценили критерии внешнего вида изделия положительно,

однако данное изделие получило два и три балла по такому показателю, как качество обработки. Наименьшее количество положительных отзывов у изделия номер два. Многие респонденты считают, что фасон большей части предлагаемых для оценки товаров не соответствует современной моде и эти изделия нельзя назвать универсальными.

Проведем экспертизу качества этой продукции. Проведем оценку качества по каждому наименованию органолептическим методом, сравним действительные значения показателей с базовыми, выявим их соответствие либо несоответствие нормативной документации. Для этого используем ГОСТ 12566-88 «Изделия швейные бытового назначения. Определение сортности»; ГОСТ 904-87 «Изделия трикотажные бельевые для женщин и девочек. Общие технические условия»; ГОСТ 3897-87 «Изделия трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» и пять образцов женского бельевых трикотажа, реализуемого в магазине «Василиса». В табл. 6 представлены данные об оценке качества бельевых товарах торгового предприятия ЗАО «Василиса». Номера изделий в таблице соответствуют порядку, в котором проводилась экспертиза качества товаров.

Таблица 6

Оценка качества бельевых товаров торгового предприятия ЗАО «Василиса»

№ n/n	Наименование дефекта внешнего вида	Номера изделий и наличие дефектов				
		1	2	3	4	5
1	Искривление края шва, строчки	-	+	-	-	-
2	Несимметричность расположения парных деталей (вырезов)	+	-	-	+	-
3	Излишнее натяжение или слабина нитей в строчках	-	+	-	-	-
4	Изменение ширины шва в деталях изделия	-	-	-	-	+
5	Замины	-	-	-	+	-

Исходя из вышеизложенного, все товары, подвергшиеся экспертизе качества, в целом соответствуют требованиям ГОСТов. Недопустимые дефекты отсутствуют.

Таким образом, с помощью оценки качества товаров было выявлено следующее:

- качество товаров, предлагаемых торговым предприятием ЗАО «Василиса», соответствует требованиям ГОСТов, однако потребители оценивают качество обработки

изделий, относящихся ко второму сорту, только как удовлетворительное;

- волокнистый состав всех представленных изделий удовлетворяет запросы покупателей;

- предлагаемые для оценки изделия по показателям привлекательности внешнего вида не соответствуют требованиям покупателей.

Отсюда следует, что необходимо отслеживать качество предлагаемых изделий для более полного удовлетворения потреби-

лей с целью привлечения дополнительной прибыли.

Библиографический список

1. Дзахмишева И. Ш. Обеспечение конкурентоспособности швейной продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 69–83.
2. Мелихов Е. Х. Технология швейного производства. – М. : ИНФРА-М, 2005.
3. Неверов А. Н., Горюнова О. Б. Практикум по товароведению и экспертизе промышленных товаров : учеб. пособие. – М. : Изд. центр «Академия», 2007.
4. Шепелев А. Ф., Печенежская И. А. Товароведение и экспертиза швейно-трикотажных товаров : учеб. пособие. – Ростов н/Д : Изд. центр «МарТ», 2006.

Ye. V. Romaneyeva*

**Romaneyeva Yelena Valentinovna, PhD in Economics, associate professor of «Economics, Organization and Commercial activity» chair, Volga Region State University of Service, Togliatti*

CONSUMER ASSESSMENT OF ASSORTMENT AND QUALITY OF NON-FOODS

Key words: consumer properties, satisfaction of needs, assortment and quality assessment algorithm, consumer survey.

Modern market stipulates the assortment being produced and sold. The research contains the algorithm of conducting consumer assortment and quality assessment for non-foods. This algorithm allows to assess these data from producer's and consumer's point of view. Such approach lets the enterprise develop its own optimal strategy of behavior in non-foods market.

© Романеева Е. В., 2009

С. С. Смелов***Смелов Сергей Сергеевич, аспирант Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

ТРЕНДОВОЕ ДВИЖЕНИЕ ЦЕН

У движений цены есть одна существенная особенность. При анализе графиков цен становится заметным, что есть периоды времени, когда цена устойчиво движется в одном направлении. Это движение носит название тренда.

Любое движение цены на рынке имеет свойство усиливаться благодаря психологическим особенностям поведения трейдеров. Однако не всякое движение, раз начавшись, перерастает в тренд. Для этого нужно, чтобы большинство участников торгов были настроены в поддержку этого движения, чтобы оно рассматривалось ими как вполне разумный и ожидаемый сценарий развития событий. Иными словами, если большинство хочет тренда, тренд, скорее всего, будет.

Однако, поскольку игра идет одновременно в разных временных масштабах, позицию большинства не так-то легко определить. Все же если позиция большинства участников рынка склонилась в сторону тренда, цена начинает двигаться. Движение это вряд ли будет прямым и ровным. Общее мнение трейдеров по поводу продолжения тренда не будет постоянным, как нет ничего постоянного на рынке, оно будет меняться в ту или другую сторону в зависимости от новостей, прогнозов аналитиков и прочих факторов. Иногда трейдеров охватывает оптимизм, и цена ускоряет движение, побивая рекорды прошлых дней. Затем все больше спекулянтов решают, что заработали уже достаточно, и фиксируют свою прибыль, продавая акции и увеличивая тем самым продажи. Все больше находится желающих сыграть против тренда, поставив свои деньги на то, что тренд выйдет и движение вскоре сменит свой знак. Они открывают противоположные тренду позиции, еще больше усиливая предложение. Цена замедляет свой рост, и вот уже аналитики предсказывают коррекцию.

Коррекции являются обычным явлением. Рынок пытается найти приемлемый для большинства ценовой уровень, трейдеры привыкают к уже случившемуся и формируют новое представление о ближайшем поведении цены. Коррекции по величине, как правило, значительно меньше предшествующего им движения. Многие инвесторы не закрывают свои позиции, а пережидают коррекцию в надежде на продолжение тренда.

Существует очень популярная теория, приводящая в некоторую систему многочисленные наблюдения за развитием трендов. Это теория волн Эллиота. Она утверждает, что движение на рынке (для определенности – рост) развивается пятью волнами вверх (рост-коррекция-рост-коррекция-рост), за которыми следует коррекция, состоящая из трех волн (падение-коррекция-вверх-падение). Каждая из этих волн вместе с последующей волной коррекции, в свою очередь, делится подобным же образом на пять более мелких волн и три волны коррекции. И так далее вплоть до самых мелких масштабов. Теория даже предсказывает размеры этих волн на основании соотношений Фибоначчи.

Система эта сама по себе красива и временами даже срабатывает, отчего у нее имеется множество сторонников. Однако, как всегда, рынок оказывается гораздо разнообразнее, и не все движения на нем могут быть красиво разложены подобным образом. В действительности различные финансовые рынки обладают различной степенью эффективности, оценка эффективности представляет собой одну из важных задач биржевых аналитиков. На абсолютно эффективных рынках наилучшим прогнозом будущего уровня цены финансового актива является текущая цена этого актива. В этом случае методы технического анализа не дадут практического результата.

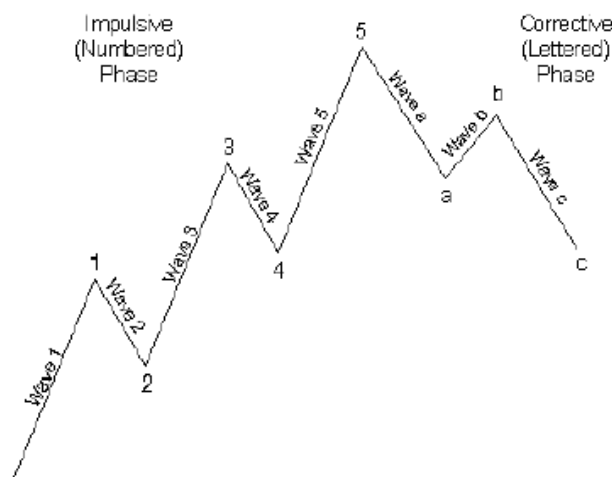


Рис. 1. Трендовое движение по теории волн Эллиота

Все трендовые стратегии сводятся к одному принципу: покупать надо сильный рынок, потому что сильный рынок скорее всего будет расти. В качестве признака силы рынка используется существующая повышательная динамика. То есть покупать надо растущий рынок, потому что в этом случае имеем хорошую вероятность открыть длинную позицию по тренду.

Выход же из позиции получается исходя из такой же логики относительно падения рынка. Рынок падает – значит, рынок слаб. Раз он слаб, его надо продавать, от него надо избавляться, потому что слабый рынок, скорее всего, расти в ближайшем будущем не будет, а дальнейшее снижение более чем вероятно.

Поэтому правила для входа придумываются вокруг пересечения ценой какой-нибудь линии сверху графика, а правила выхода – вокруг пересечения ценой какой-нибудь линии внизу графика. Вместо цены иногда используют быструю скользящую среднюю, которая якобы убирает ложные входы. Вообще для трендовых систем и в особенности для российского трендового рынка оптимально быстрое вхождение в позицию. Перестраховка от ложных входов приводит только к тому, что часть прибыли пропускается. Хорошим сигналом для входа служит пробой явных уровней сопротивления. При нахождении в позиции необходимо определить место и время выхода из нее. Есть представления, что вход и выход должны быть симметричными по смыслу, однако это не совсем так. Когда трейдер

находится без позиции и ждет входа, он может позволить себе пропустить достаточно много недополученной прибыли. Но когда открыта позиция, существует ограничение на убыток. В общем случае требования на сигнал выхода жестче, чем на сигнал входа. Тем не менее, «симметричное» решение стоит рассмотреть. Симметричность означает, что выход должен происходить, когда рынок демонстрирует очевидную слабость. При коррекции размером более 40% от текущей волны роста. Однако, если рост длится уже давно, эти 40% падения могут привести к недопустимо большой просадке портфеля, поэтому "симметричное" решение подходит не всегда и не везде. Необходимо искать другое условие выхода, более быстрое и более близкое, позволяющее контролировать максимальный убыток на сделке. В этом случае следует исходить из допустимого убытка при подборе соответствующего ему уровня стопа.

Вариант 1. В пределах допустимого убытка определяется наиболее сильный уровень поддержки и ставится стоп за ним.

Вариант 2. В качестве стопа используются техническая линия, скользящее среднее, или ценовой канал, или доля от ценового канала, или скользящий стоп. В этом случае оптимальный размер скользящего стопа или параметры технической линии необходимо определить, создав систему и протестировав ее на исторических данных.

Можно комбинировать оба варианта, например определить уровень поддержки вблизи технической линии. Психологически трен-

довая стратегия довольно сложна, поскольку требует покупать растущее и продавать дешевеющее. «Естественный» подход подразумевает, наоборот, покупать дешевое и продавать дорогое.

Наиболее распространенная игра такого рода – это ожидание отката, чтобы войти в рынок. Или, соответственно, ожидание отскока, чтобы из рынка выйти. Такая практика держится не только потому, что делает вход психологически проще, но и потому, что часто откат действительно происходит и дает возможность купить дешевле. Однако, в случае когда пробивается сильный уровень наверху, например исторический максимум, эта игра в среднем оказывается убыточна. Часто удается купить дешевле, однако в тех случаях, когда отката не происходит, упущенная прибыль значительно перекрывает эту выгоду. Однако есть отдельные ситуации, когда такая игра все-таки может дать какой-то результат. Эти ситуации на сильной волатильности, которая возникает после окончания очередной волны, роста либо падения.

Например: волна падения, рынок нащупал дно, сделал отскок 35% от падения.

Здесь ситуация пока еще не определена, но в возможно начало следующей волны роста, покупать в случае отката вниз к минимуму на 50% от отскока, ставя стоп ниже минимума. Однако при этом иметь в виду также вероятность того, что достаточного отката вниз может и не произойти, что рынок сразу пойдет наверх. В этом случае покупать уже после отскока 50% от падения. Точно так же можно использовать волатильность на конце тренда для выхода из позиции. Т. е. после хорошей коррекции можно ждать отката на 50% вверх и там продавать, имея стоп на приемлемом по риску уровне.

Вообще, игры такого рода сами по себе сильной прибавки к прибыли не дают, однако, если комбинировать их с обычной стратегией, за счет некоторой разницы в капитале можно уменьшить просадки по портфелю. Комбинировать следующим образом: половину продать по «обычному» стопу, остальную поставить в ожидании возможного отката линии стопа и ставить стоп за этим уровнем.

Библиографический список

1. Фондовый рынок : учеб. пособие для вузов / И. И. Берзон, А. Ю. Аршавский, Е. А. Буянова ; под ред. И. И. Берзона. – М. : ВИТА, 2002.
2. Биржевое дело : учеб. пособие для вузов / под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова. – М. : Финансы и статистика, 2001.

S. S. Smelov*

**Smelov Sergey Sergeevich, postgraduate of Volga Region State University of Service, Togliatti*

TREND PRICE DEVELOPMENT

Key words: trend, correction, market, money, liquidation, price, cost increase, decrease, trade, stock, dynamic, position, trader.

In the paper the author gives the main usage principles of trend price development on stock market with the purpose of benefit increase. The author uses systemic approach for making a decision on finance market. Some algorithms on making the decision with a glance to risk restrictions are given. The article relevance defines by inner surrounding demands of the investments processes, appeared in market activities in conditions of indeterminateness. The author offers to make the price decrease by means of algorithms development of systemic decision acceptance.

© Смелов С. С., 2009

А. Ю. Трифонов*

**Трифонов Артем Юрьевич, инженер НК «Роснефть» ЗАО «Ванкорнефть», аспирант Красноярского государственного педагогического университета имени В. П. Астафьева, г. Красноярск*

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

Ключевые слова: теневая экономика, неформальная экономика, криминализация, коррупция, история отечественной теневой экономики.

Как ни печально, но сегодня теневая экономика охватывает почти все сферы жизнедеятельности россиян. С каждым годом теневой сектор разрастается и так тесно переплетается с легальным сектором, что уже трудно разграничить эти элементы экономической системы. И это, в свою очередь, влияет на внешнюю экономику нашей страны тоже. Постоянно ведется множество разговоров о путях преодоления этой проблемы. Но прежде чем начать решать эту проблему, следует проанализировать причины роста и развития теневой экономики в России.

Едва возникло государство, налагающее на своих подданных определенные обязательства и ограничения, родилась и теневая экономика – внегосударственная деятельность лиц, игнорирующих принятые законы. Теневая экономика (ТЭ) существует в любых экономических системах с государственной организацией, однако в разных системах она имеет свою специфику.

Уже в самых ранних доиндустриальных обществах – обществах азиатского способа производства – мы встречаем теневую экономическую деятельность. Восточные трактаты о науке государственного управления буквально переполнены жалобами на коррупцию чиновников. В XVII в. китайский мыслитель Гу Яньу пишет сочинение «Цянь лян лунь» («Рассуждения о налогах и сборах»), которое можно считать одним из первых в мире специальных исследований о «второй» экономике в государственно-натуральном хозяйстве [1, с. 91]. В другом великом китайском произведении – «Янь те лунь» («Спор о соли и железе») – представляется «стенограмма» древнейшей дискуссии (81 г. до н. э.) о неформальном секторе хозяйства: государственная монополия на соль и железо привела к массовому «подпольному» производству этих дефицитных продуктов [6, с. 124–128]. Что касается «черной» (криминальной) экономики, то

известной древнейшей формой организованной преступности можно считать деятельность грабителей гробниц в Древнем Египте.

В античных и средневековых обществах Европы, где государство не стремилось к тотальному контролю над обществом, теневая экономическая деятельность развивалась в значительно меньшей степени. Ярким примером ТЭ стало ростовщичество в христианских странах: хотя согласно каноническому праву оно было запрещено, фактически им занимались, не афишируя этого, не только светские, но даже церковные феодалы [7, с. 170–172].

Трансформация доиндустриального общества в индустриальное вызвала в эпоху нового времени всплеск деловой теневой активности во всех ее видах. Ранние формы капиталистического производства (например, рассеянная мануфактура) представляли «подпольную» оппозицию легальному цеховому ремеслу. Пиратство процветало в XVI – XVIII вв. в Средиземном и Карибском морях, в Индийском океане, нанося чувствительные удары по морским путям. Казнокрадство и коррупция поразили государственный аппарат всех абсолютистских держав. Эта деловая теневая активность была реакцией на наступление власти денежного богатства, которое, однако, еще не имело институционального фундамента. Эпоха

нового времени завершается узакониванием одних форм теневого бизнеса (например, банковской деятельности) и ужесточением борьбы с наиболее криминальными его формами (пиратством, коррупцией).

Новый взлет теневой экономики наблюдается во 2-й половине XX века, что связано с глобальной трансформацией хозяйства. В развивающихся странах разрастание теневой экономической деятельности вызвано приобщением этих стран к современному индустриальному обществу. Усиливающаяся с 1970-х годов криминализация экономики «социалистических» стран стала результатом поражения командной модели индустриального общества в соревновании с его рыночной моделью. Лаконичное объяснение основной причины тотальной криминализации «социалистического» хозяйства дал американский экономист М. Олсон: если отсутствует частная собственность, то все граждане материально заинтересованы в разворовывании государственного богатства, но никто не заинтересован лично в его сохранении [8, с. 62–63].

Хотя проблемы неформальной экономики оказались в центре внимания обществоведов только с 70-х гг. XX в., это явление возникло гораздо раньше. Если попытаться проанализировать его в контексте теории экономических систем, то становится очевидным, что неформальная экономика (НЭ) есть постоянный спутник цивилизованного человечества. Эта деятельность за рамками «общественного договора» возникает одновременно с возникновением первых, наиболее примитивных форм общественного контроля над индивидом. История обществ с государственной организацией уже неотделима от истории НЭ: формирование НЭ есть условное правило – некоторое отклонение от нормы само становится нормой.

Проблемы теневой экономики привлекли внимание исследователей еще в 30-е годы. В конце 70-х годов появились достаточно глубокие исследования этой сферы. Одним из них в числе первых можно считать работу П. Гутманна (США) «Подпольная экономика» (1977 г.), в которой, в частности, обращалось внимание на недопустимость игнорирования ее масштабов и ро-

ли. В 1983 году в г. Бельфелде была проведена первая международная конференция по теневой экономике, на которой было представлено около 40 докладов, затрагивавших проблемы теневой экономики в условиях различных хозяйственных систем. В 1991 г. в Женеве прошла конференция европейских статистиков, посвященных скрытой и неформальной экономике. По ее материалам опубликовано специальное руководство по статистике теневой экономики в странах с рыночной системой хозяйствования. Регулярно проходят конференции и семинары по оценке и мониторингу неформального сектора, в том числе специально для стран СНГ. В мае 1996 г. на совместном заседании ЕЭК ООН (Евростат) ОЭСР по национальным счетам среди других вопросов была рассмотрена проблема оценки масштабов теневой экономики. В Евростате создана специальная рабочая группа по вопросам скрытой экономики.

В отечественной науке и экономической практике интерес к проблемам теневой экономики отчетливо проявился в 80-е годы. Это было обусловлено как социально-экономическими причинами, связанными с возрастанием ее роли в народном хозяйстве и криминализацией, так и с идеологическими причинами. Последние проявились в стимулировании руководством страны научных исследований, направленных на выявление деформаций и дискредитацию командной социально-экономической системы государственного социализма.

В России коррупция исторически различалась по такому основанию: происходило ли получение неправомερных преимуществ за совершение законных действий («мздоимство») или незаконных действий («лихоимство»).

Долгое время коррупция для чиновников была законным видом получения доходов: до XVIII века государственные чиновники жили благодаря коррупции, т. е. на средства, полученные от лиц, заинтересованных в соответствующем решении их вопросов. С 1715 года получение взятки в любой форме стало считаться преступлением, так как чиновникам стали платить фиксированную зарплату. Однако количество чиновников

при Петре I возросло настолько, что жалование, как правило, выплачивалось нерегулярно и взятки, особенно для чиновников низших рангов, вновь стали основным источником дохода. Вскоре после смерти Петра коррупционная система была восстановлена, и к фиксированному жалованию вернулась лишь Екатерина II. Жалование чиновникам выдавали бумажными деньгами, которые в начале XIX века начали сильно обесцениваться по сравнению с металлическими. Недостаточная материальная обеспеченность бюрократии вновь привела к повышению коррупции. В Советской России взяточничество считалось контрреволюционной деятельностью, и Уголовный кодекс 1922 года предусматривал за это преступление высшую меру наказания – расстрел, что, заметим, и ныне практикуется в КНР.

Теневая экономическая деятельность развивается особенно бурно в переломные моменты социально-экономического развития, когда формирование новых формальных институтов отстает от ломки старых. История «смутных времен» российской истории убедительно подтверждает этот вывод и одновременно показывает, как отличаются преобладающие формы теневой экономической деятельности в разные эпохи.

Рассмотрим некоторые эпизоды из истории отечественной теневой экономики XX века:

Россия конца XIX – начала XX века. Взаимоотношения крестьян и дворян-землевладельцев в России конца XIX – начала XX века можно назвать нестабильными. Временами (как в 1905–1907 гг.) происходили крестьянские восстания. Чаше до столь крайних форм противоборства не доходило, однако такие правонарушения со стороны крестьян, как порубки, потравы, запашки, являлись постоянным элементом экономических отношений России конца XIX – начала XX века. Эти действия следует интерпретировать как проявление неформальной экономической деятельности, направленной против привилегированных слоев землевладельцев-помещиков. Главным и неизменным требованием крестьян была ликви-

дация дворянского землевладения, раздел помещичьих земель между крестьянами.

Главная ошибка большинства исследователей аграрного вопроса, требовавших для ликвидации крестьянского малоземелья использовать помещичьи земли, заключалась, по мнению известного политического деятеля и ученого-аграрника рубежа XIX – XX вв. А. С. Ермолова, в слишком узком подходе к анализу факторов сельскохозяйственного производства. «Они все свое внимание уделяли земле, доказывая ее недостаточность для нужд крестьянского населения, и оставляли в стороне другой источник существования сельского населения и способ удовлетворения его нужд – его труд, оплачиваемый... во многих случаях лучше при применении его на чужой частновладельческой, а не на собственно принадлежащей ему земле, как ни расширай ее площадь» [3, с. 28, 267]. Руководствуясь этим принципом, А. С. Ермолов вычислил основные потоки крестьянских доходов при существующей в начале XX в. системе хозяйства, а затем показал, как они изменились бы при разных вариантах земельных реформ – отчуждении помещичьих земель за выкуп и без выкупа.

Для правильного понимания модели А. С. Ермолова следует учитывать, что обрабатываемые земли в аграрной экономике России 1861–1917 гг. можно условно разделить на три основные категории:

1. Крестьянские земли (надельные и частные) – принадлежат крестьянам и обрабатываются их трудом.

2. Земли, арендованные крестьянами, – принадлежат частным владельцам. Обрабатываются крестьянами как арендаторами, выплачивающими за их использование арендную плату.

3. Помещичьи земли – принадлежат частным владельцам. Обрабатываются крестьянами как наемными работниками, получающими за свой труд заработную плату.

Статистические данные, на которые ссылался А. С. Ермолов, показывают, что в 1900 г. урожайность на частновладельческих землях была выше урожайности крестьянских земель на 12–18%. По мнению А. С. Ермолова, однако, разница показате-

лей эффективности помещичьих и крестьянских хозяйств еще выше – до 30–40%. Статистика дает заниженные цифры из-за того, что «цифра сбора с частновладельческих земель включает земли, как находящиеся в собственном хозяйстве владельцев (земли типа 3), так и сдаваемые в аренду крестьянам (земли типа 2), и последние значительно и понижают средний вывод, так как урожаи на арендных землях всегда ниже не только по сравнению с первыми, но даже с надельными крестьянскими землями» [3, с. 273].

Поскольку помещичье хозяйство оказывается значительно эффективнее крестьянского, то доходность десятины крестьянской земли (типа 1) оказывается неизмеримо ниже заработков, которые крестьяне получали за обработку десятины помещичьей земли (типа 3).

Расчеты выгод и потерь от радикальных аграрных реформ произведенные А. С. Ермоловым показывают, что при ликвидации культурно-капиталистических помещичьих хозяйств и передачи всей земли в руки крестьян сами же крестьяне больше потеряют, чем выиграют. «Всякая аграрная реформа, – делает вывод А. С. Ермолов, – направленная только к увеличению крестьянского землевладения за счет частновладельческого хозяйства, не улучшит, а ухудшит положение крестьян, сократив их доход на сумму большую, чем сколько принесет им увеличенная площадь земли в их руках» [3, с. 286]. Альтернативные издержки потерянной заработной платы с избытком перекроют выгоды от увеличения принадлежащей крестьянам земли.

Хотя модель А. С. Ермолова подвергалась острой критике, в целом можно считать доказанным, что передача помещичьих земель крестьянам серьезно сократила бы (по крайней мере, в краткосрочной перспективе) доходность аграрной экономики России. Последующая история, в сущности, подтвердила этот вывод. Когда в 1917–1918 гг. крестьяне явочным порядком осуществляли повальный разгром помещичьих усадеб и провели незаконный передел, то их уровень жизни (несмотря на одновременный развал системы государственных сборов) возрос довольно незначительно.

Теневая экономическая деятельность в России времен гражданской войны 1917–1920 гг. Изучение ТЭ времен гражданской войны наталкивается на два препятствия. Прежде всего над изучающими эту эпоху продолжают довлеть традиции классово-идеологического подхода, когда во всех событиях обязательно хотят разглядеть конфликт классово-партийных интересов. В результате мало кто из исследователей обращает внимание на участников теневого рынка как на самостоятельных субъектов исторических событий. В то же время понимание проблемы затрудняется элементарной нехваткой фактических данных: если о событиях на «красной» территории можно найти довольно обширную информацию, то экономическое развитие «белых» территорий все еще продолжает оставаться малоизученным.

Махинации представителей легального государственного и коммерческого секторов экономики, как правило, развиваются обособленно от иных форм НЭ. Но гражданская война создала сверхприбыльный мешочнический бизнес, который захватил в свою орбиту все другие разновидности ТЭ.

Хорошо известно, что к созданному ими государственному аппарату лидеры большевиков относились критически, понимая, что он насквозь пропитан коррупцией и мошенничеством. Уже в 1918 г. установилась своеобразная шкала взяток, за которые продотрядовцы пропускали в города не только отдельных мешочников, но и целые нелегальные обозы [2, с. 105–106]. На исходе «военного коммунизма» в занятиях хищениями и спекуляцией органами ВЧК были уличены работники едва ли не всех наркоматов. Следует заметить, что рядовые работники национализированных предприятий разворовывали до 2/3 производимой ими продукции [9, с. 236–241, 154]. Украденное немедленно уходило на теневой рынок.

На территории, оккупированной «белыми», ТЭ тоже развивалась активно. Казнокрадство и спекуляция всем, что имело хоть какую-нибудь ценность, приобрело в Крыму при Врангеле невообразимые размеры, ознаменовав тем самым провал «белого дела» [5, с. 101–106].

«Черный» сектор теневой экономики в собственном смысле слова в России времен гражданской войны отсутствовал. Хотя бандитизм достиг огромного размаха, источники не сообщают об организации рэкета, криминального наркобизнеса или торговли оружием. Это объясняется тем, что криминальные промыслы – это «преступления без жертв», которыми начинают заниматься профессиональные преступники, желающие уменьшить издержки и повысить выгоду в сравнении с обычными «преступлениями с жертвами». В атмосфере крайне малоэффективной работы правоохранительных органов издержки бандитизма были достаточно низкими, а тяжесть наказания в условиях военного времени оказывалась примерно одинаковой и за вооруженные грабежи, и за спекуляцию. Самое главное, наркотики и оружие были настолько широко распространены, что торговля ими не приносила выгоды. В принципе, профессиональные отечественные преступники могли монополизировать торговлю хлебом и алкоголем, так же как именно из подполья родилась в 1920-е годы американская «Коза Ностра». Однако российский уголовный мир отличался гораздо более низкой степенью организованности, поэтому чисто криминальный бизнес в России того времени практически отсутствовал. В сущности, мешочник занял ту нишу, которую в развитых странах обычно занимал гангстер: поскольку торговля хлебом была объявлена вне закона, мешочничество стало своеобразным «серо-черным» видом ТЭ – «черным» по объектам (хлеб как запрещенный товар), но «серым» по субъектам (обычные люди, отнюдь не профессиональные преступники) теневых отношений.

Период 1917–1921 гг. демонстрирует редкую для развитого цивилизованного общества картину, когда неформальный сектор экономики сравнился с формальным практически во всех сферах хозяйственной жизни или даже превосходил его. Советские экономисты оценивают долю нелегального рынка в товарообороте периода «военного коммунизма» величинами порядка 50% [4, с. 118]. Ситуация, сложившаяся в Советской России в годы граждан-

ской войны, исключительна, но не уникальна. Командная экономика эпохи нового времени – эпохи преобладания рыночных связей – всегда и везде провоцирует взрыв «черного» рынка, где спекулируют обычными товарами повседневного спроса, распределение которых государство считает нужным строго контролировать.

Неформальная торговля наблюдалась, в частности, во всех странах, активно участвовавших в первой и второй мировых войнах. В западных оккупационных зонах Германии 1945–1948 гг., где и после окончания войны продолжала действовать командно-распределительная система, размах «черного» рынка ничем не отличался от событий в России 1917–1921 гг.: легально отоварить талоны было весьма трудно, зато у спекулянтов можно купить все что угодно, но по ценам в несколько раз выше легальных. Как в Советской России, так и в послевоенной Германии конец буйству неформального «черного» рынка был положен легализацией рыночных отношений (нэп в России, реформы Л. Эрхарда в Германии).

Теневая экономика в советском обществе. Теневая экономика не является феноменом исключительно рыночной экономики с ее либеральными правилами экономического поведения. В условиях жесткой командно-распределительной системы хозяйствования при социализме, с его ограничениями экономических свобод, существовал теневой сектор экономики. На наш взгляд, для более полного раскрытия проблемы теневой экономики в России необходимо рассмотреть теневую экономику в СССР, потому что одним из немаловажных факторов существования теневых отношений в современной России является наследие прошлого. Переход к рыночным отношениям сопровождался радикальными изменениями в экономическом мышлении членов общества. В определенной степени и с этим психологическим фактором связан рост масштабов теневой экономики.

В советское время теневая экономика в большей мере охватывала виды хозяйственной деятельности, которые осуществлялись вне прямого контроля и санкций со стороны официальных органов управления,

включая партийные комитеты, вплоть до ЦК КПСС, советы разного уровня и их исполнительные комитеты, министерства и ведомства, правительства страны и союзных республик, администрации предприятий.

К числу распространенных теневых видов деятельности относились: бартерные обмены; несанкционированное совместительство (дополнительная занятость); поставки продукции «неприкрепленным» потребителям; неплановое строительство; выпуск неучтенной продукции помимо плановых заданий; запуск в коммерческий оборот материальных ресурсов, сэкономленных сверх официальных норм расхода сырья и материалов; деятельность фарцовщиков; оказание за плату или по блату услуг, которые должны были оказываться бесплатно; взятки при поступлении в вуз и за принятие любых других решений; валютные операции и т. п.

Условно теневая экономика включала в себя три части. Во-первых, «легкую», то есть хозяйственную, деятельность, не контролировавшуюся властями, прямо не связанную с нарушением законов, но балансирующую на его грани, или же активность в сферах, которые закон не регламентировал вообще. Во-вторых, «среднюю», представлявшую собой нарушение советских законов, но легитимную в странах с рыночной экономикой. В-третьих, «тяжелую», связанную с прямым нарушением законов как советских, так и принятых в странах с рыночной экономикой. К «легкой» теневой экономике относились, например, широко распространенная несанкционированная дополнительная занятость (так называемые «подснежники» – люди, числящиеся на работе, но реально не работающие, большую часть зарплаты которых получали и распределяли руководители работодатели) или деятельность «толкачей» – работников, выбивающих для своего предприятия дефицитные ресурсы; к «средней» – частное предпринимательство, валютные операции, бартерные сделки, оказание услуг за плату в частном порядке; к «тяжелой» – торговля наркотиками, воровство, коррупция, мошенничество, рэкет.

В советской научной литературе публикации о теневой экономике появились только в конце 80-х – начале 90-х годов, тогда как западные ученые уделяли этой проблематике немало внимания. В их работах описаны основные виды теневой деятельности с особым акцентом на коррупцию и ее роль в советской хозяйственной системе и некоторые другие виды экономических преступлений [10, с. 98]. По вполне понятным причинам такие работы не могли базироваться на данных официальной статистики, что позволило бы дать достаточно полную картину теневой экономики СССР. Однако в ряде работ содержались обобщающие оценки масштабов теневой компоненты советской экономики, представляющиеся вполне реалистичными. Так, по мнению Г. Офера и А. Винокура, в 1973 г. в СССР она составляла 3–4% от ВВП – ниже, чем в развитых странах с рыночным хозяйством.

Тем не менее исследования, которые проводились с участием авторов в начале 80-х годов, позволяют сделать вывод, что практически все директора предприятий и большая часть линейных руководителей (начальники цехов, участков, мастера и др.) регулярно осуществляли деятельность в рамках «легкой» и «средней» теневой экономики. Прежде всего это относилось к таким отраслям, как агропромышленный комплекс, строительство, нефтехимия, торговля, легкая и пищевая промышленность, жилищно-коммунальное хозяйство. Можно сказать, что в работе руководителей этих отраслей была постоянная теневая составляющая. Самыми распространенными видами теневой деятельности были бартерные обмены материальными ресурсами, продажа ресурсов (стройматериалов, горючесмазочных материалов, продовольственных товаров и др.) «на сторону», взятки за принятие нужных «клиенту» управленческих решений, в особенности это касалось коррекции плановых заданий предприятиям, ведомствам, перевыполнение которых материально поощрялось в солидных масштабах. В результате сформировалась экономика, параллельная официальной, без которой последняя в 70–80-е годы фактически

уже не могла нормально работать. Иными словами, в советской хозяйственной системе теневая экономика выполняла важные функции. Главными из них было две.

Первая функция – экономическая, состоявшая в компенсации недостатков работы официальной советской экономики. Очевидно, что оптимально спланировать сверху всю экономическую деятельность страны нельзя. И чем более сложной и развитой становилась хозяйственная деятельность, чем сильнее была потребность в технологическом обновлении, тем сложнее было осуществлять директивное управление сверху. Поэтому в централизованном плановом хозяйстве постоянно возникали «диспропорции»: на каком-то предприятии не хватало определенных ресурсов, другое имело ненатянутый производственный план и избыток соответствующих ресурсов. Предприятия устанавливали неконтролируемые сверху горизонтальные связи, с помощью которых подобные диспропорции стремились преодолевать. Такая система стихийных обменов и составляла главную основу теневой экономики в плановом хозяйстве. В ее рамках осуществлялись неформальные взаимодействия между руководителями и работниками различных рангов, обеспечивавшие функционирование этой системы.

Вторая функция – социальная. Она заключалась в обеспечении социальной ниши для предприимчивых людей, которые не могли реализовать себя в официальных структурах, не создававших в рамках общественной собственности необходимой мотивации, как и условий для работы многих людей в СССР, стремившихся самореализоваться, владеть собственностью и получать адекватное вознаграждение за свой труд. Даже если согласиться, что доля таких людей составляла всего лишь немногим более 1% населения страны, то абсолютное их число существенно превышало миллион человек. В действительности их было намного больше, поскольку к ним в той или иной мере следовало бы относить многих хозяйственных и партийных руководителей как внизу (на уровне предприятия), так и наверху (на уровне республиканских и союзных органов власти). Безус-

ловно, дух предприимчивости и развитые потребительские ориентации этих людей не соответствовали официальной советской уравнилительной идеологии, а их экономическое поведение нередко вступало в противоречие с требованиями финансовой дисциплины и законов СССР, что для некоторых из них заканчивалось даже тюремным сроком. Теневая же экономика предоставляла определенную отдушину для самой предприимчивой части советского общества и пусть в уродливой форме, но выполняла функцию обеспечения ее самореализации. Справедливости ради следует признать, что большая часть теневых операций осуществлялась для решения критических проблем предприятия, предотвращения остановок производства, удержания людей на том или ином участке, внедрения нововведений, которые не были санкционированы сверху.

Официально в 1985 г. было зарегистрировано в СССР 64 тыс. человек, занимавшихся частной практикой. Расширение теневой экономики было вполне предсказуемо. Помимо фундаментальных причин существования и расширения теневой экономики существовали и факторы, привнесенные необдуманной политикой властей. Как известно, в 1956–1960 гг. была фактически ликвидирована промысловая кооперация. Следствием этого стал мощный толчок к развитию теневой экономики. Выше отмечалось, что власти в той или иной мере практически признавали существование теневой экономики. Косвенной иллюстрацией данного утверждения является тот факт, что официально объемы подрядно-строительных работ в целом по стране планировались существенно выше, чем имевшиеся учтенные производственные и трудовые ресурсы. Свидетельством существования и развития теневой экономики являлось наличие в нашей стране определенной прослойки очень богатых людей. В их числе, несомненно, были люди, заработавшие эти деньги праведным путем: известные деятели науки и культуры, к примеру. Но число таких людей могло измеряться десятками, но не сотнями и тысячами.

С нарастанием кризисных явлений в командно-административной экономике росли и масштабы теневого сектора. Вызвано это было, во-первых, нарастанием дефицитности экономики, во-вторых, с конца 80-х годов государство не самым рациональным образом стало вводить экономические регуляторы (налоги, кредиты, цены и др.), что также способствовало развитию теневой экономики.

Таким образом, теневая экономика в условиях административно-командной системы являлась необходимым компенсато-

ром, а факт быстрого развития этого сектора свидетельствует о нарастании ситуации разрегулированности экономики в целом.

Теневая экономика в России в 1990-х гг. Стало уже банальным утверждение, что Россия 1990-х гг. пережила «великую криминальную революцию», суть которой – в тотальной криминализации всех сторон хозяйственной жизни. Действительно, статистические оценки масштабов теневой экономики в постсоветской России рисуют картину малопривлекательную, хотя и не безысходную.

Таблица 1

Средние масштабы теневой экономики 1989–1993 гг., в % от ВВП

Типы стран	Масштабы теневой экономики
<i>Развивающиеся страны</i>	
Африка	43,9
Центральная и Южная Америка	38,9
Азия	35,0
<i>Страны с переходной экономикой</i>	
СССР	25,7
Восточная Европа	20,7

Источник: Schnaider F., Enste D. Increasing Shadow Economies All Over the World – Fiction or Reality. A Survey of the Global Evidence of their Size and of their Impact from 1970 to 1995. www/economics.unilinz.ac.at.

Уже в самом начале 1990-х гг. определилась иерархия стран по масштабам из «затененности их экономики» (табл. 1): если в развивающихся странах теневая экономика (в первую очередь это неформальный сектор) составляла порядка 35–45% от ВВП, то

в развитых – 10–20%, а страны с переходной экономикой находились как раз посередине между ними – 25–30%, причем страны Восточной Европы тяготели к развитым странам Запада, а бывшие республики СССР – к не очень развитым странам Востока. В последующие годы ситуация принципиально не изменилась, хотя практически во всех группах стран масштабы теневой экономики несколько выросли (табл. 2).

Таблица 2

Оценка динамики масштабов теневой экономики в странах с переходной экономикой в 1990–1995 гг., % от ВВП

<i>Страны с переходной экономикой</i>	<i>Неофициальная экономика</i>					
	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<i>Центральная и Восточная Европа</i>						
Болгария	25,1	23,9	25	29,9	29,1	36,1
Чешская Республика	6,7	12,9	16,9	16,9	17,6	11,3
Венгрия	28,0	32,9	30,6	28,5	27,7	29,0
Польша	19,6	23,5	19,7	18,5	15,2	12,6
Румыния	13,7	15,7	18,7	16,4	17,4	19,1
Словакия	7,7	15,1	17,6	16,2	14,6	5,8
Хорватия	22,8	22,9	24,7	33,7	32,8	24,2
<i>Бывший Советский Союз</i>						
Азербайджан	21,9	22,7	39,2	51,2	58,0	60,6

Продолжение табл. 2

<i>Страны с переходной экономикой</i>	<i>Неофициальная экономика</i>					
	<i>1990</i>	<i>1991</i>	<i>1992</i>	<i>1993</i>	<i>1994</i>	<i>1995</i>
Белоруссия	15,4	16,6	13,2	11,0	10,9	19,3
Эстония	19,9	26,2	25,4	24,1	25,1	11,8
Грузия	24,9	36,0	52,3	61,0	63,5	62,6
Казахстан	17,0	19,7	24,9	27,2	34,1	34,3
Латвия	12,8	19,0	34,3	31,0	34,2	35,3
Литва	11,3	21,8	39,2	31,7	28,7	21,6
Молдова	18,1	27,1	37,3	34,0	39,7	35,7
Россия	14,7	23,5	32,8	36,7	40,3	41,6
Украина	16,2	25,6	33,6	38,0	45,7	48,9
Узбекистан	11,4	7,8	11,7	10,1	9,5	6,5

Источник: Schnaider F., Enste D. Increasing Shadow Economies All Over the World – Fiction or Reality. A Survey of the Global Evidence of their Size and of their Impact from 1970 to 1995. www/economics.unilinz.ac.at.

Причинами того, что либерализация экономики, вместо того чтобы вывести из «тени» ранее запретный рынок, не уменьшила, а увеличила «затененность» экономики, стали, с одной стороны, специфическая «советская наследственность», с другой стороны – это результат политики того государственного режима, который существовал в России в 1990-е годы.

Осенью 1991 г. положение в экономике СССР было близко к катастрофическому. Потребительский рынок практически не существовал, прилавки магазинов в городах были пустыми, торговля осуществлялась по талонам и карточкам, которые повсеместно не обеспечивались ресурсами. Причем реальная угроза голода в крупных городах возникла не из-за плохого урожая и нехватки продовольствия в стране. Просто сельскохозяйственным предприятиям было невыгодно продавать государству урожай по официальным ценам, и они выжидали роста закупочных цен. А поскольку цены на «черном» рынке были в несколько раз выше, то хлеб скупался и вывозился контрабандой за рубеж. Так, к ноябрю 1991 года правительство закупило менее 20% урожая.

Дефицит бюджета составлял 20% ВВП, иностранные кредиты были полностью исчерпаны, и зарубежные банки не хотели больше предоставлять их, т. к. страна не могла выплатить по ним проценты. Золотовалютные резервы были исчерпаны и дос-

тигли небывало низкого уровня, не сопоставимого с неотложными финансовыми обязательствами и потребностями страны. В преддверии зимы города испытывали большие проблемы с энерго- и теплоснабжением из-за неритмичных поставок топлива.

Теневая экономика – это особый институт в экономической системе, как и любой другой институт, она должна выполнять в обществе определенные функции. Она по большому счету выполняет две функции в обществе, которые имеют прямо противоположный характер.

1. Стабилизирующая (регулятивная).

Для некоторых социальных групп и слоев общества теневая экономика выступает стабилизирующим фактором. Во-первых, с точки зрения экономических агентов теневая экономика позволяет хозяйствовать эффективнее, поскольку экономит на налоговых изъятиях. Уклонение от налогов дает возможность предприятию увеличить чистую прибыль.

Во-вторых, теневая экономика расширяет возможность дополнительных заработков для занятых на официально зарегистрированных промышленных предприятиях.

Создавая новые рабочие места и источники дохода, теневая экономика выполняет роль социального стабилизатора, она способна сглаживать чрезмерное неравенство доходов, уменьшать социальное напряжение в обществе.

2. Дестабилизирующая.

Во-первых, теневая экономика вытесняет официальные механизмы налогообложения. Можно считать, что бурный рост теневой экономики представляет собой одну из

главных причин финансово-бюджетного кризиса 1998 г.

Во-вторых, теневая деятельность дезорганизует производственный процесс в легальной экономике, ослабляет трудовую мотивацию работников, приводит во многих случаях к их деквалификации.

В-третьих, теневая экономика порождает многочисленные конфликты, часть которых разрешается только с применением прямого насилия.

В-четвертых, криминальные процессы в отечественной экономике вышли за пределы государства. Россия попала в черный список стран с испорченной коммерческой репутацией, что, в частности, негативно влияет на ее инвестиционную привлекательность у международного бизнеса.

Как ни печально, но сегодня теневая экономика охватывает почти все сферы жизнедеятельности россиян. С каждым годом теневой сектор разрастается и так тесно переплетается с легальным сектором, что уже трудно разграничить эти элементы экономической системы. И это, в свою очередь, влияет на внешнюю экономику нашей страны тоже. Постоянно ведется множество разговоров о путях преодоления этой проблемы. Но прежде чем начать решать эту проблему, следует проанализировать причины роста и развития теневой экономики в России

Главной причиной роста теневой экономики в современной России, по мнению многих исследователей [10, с. 109–123], была «незавершенная либерализация». Из всего набора «экономических свобод» (свобода конкуренции, свобода ценообразования и др.) одни были введены, другие – нет (хотя они также необходимы для нормального функционирования рыночного механизма, что, например, касается продажи и покупки земли). Добавим при этом, что даже в ряде тех сфер, где свобода формально разрешена фактически, еще отсутствуют ее гарантии, защита со стороны государства. В итоге многие преобразования были проведены так, что сформировали у населения и деловых людей России боязнь привлечь к себе, своей деятельности и своей организации внимание государства и должностных

лиц даже тогда, когда никаких нарушений правил и законов не было. Эта атмосфера, естественно, благоприятствует развитию теневой экономики, отражая определенные особенности и процесс реализации в России реформ. На наш взгляд, можно выделить здесь шесть важнейших особенностей.

Первая особенность – возникновение делового тандема чиновника и предпринимателя. Преобразования были проведены так, что предприниматели попали в зависимость от чиновников. Произошла приватизация функций государства отдельными группами чиновников.

Вторая особенность – чрезмерно большая роль государства в экономике. Она находит свое выражение в двух формах. Во-первых, в сохранении значительного государственного сектора без прежних экономических и правовых ограничений. Во-вторых, в чрезмерном и практически бесконтрольном вмешательстве государства в экономическую деятельность.

Третья особенность – сохранение прежних (характерных для советской системы) форм монополизма и появление новых. Первые связаны с деятельностью государства. Например, сохранение государственного контроля за золотодобычей и ограничение доступа туда частного капитала служат источником существования черного рынка торговли золотом, оборот которого составляет многие десятки, а возможно, и сотни килограммов в год.

Четвертая особенность – чрезвычайно высокий уровень налоговых изъятий и репрессивный характер системы налогообложения, одинаково расценивающей уклонение от уплаты налогов и ошибку их исчисления.

Пятая особенность – асоциальный характер рыночных преобразований в России. Рыночные реформы лишили миллионы людей привычных социальных ниш, уровня жизни и сбережений.

Шестая особенность – внеправовой характер экономических преобразований, обусловленный тем, что реальное поведение населения и властей в период реформ лишь в малой степени регулируется формальными законами.

Итак, разрастание теневого сектора в России обусловлено прежде всего ломкой старой системы госконтроля, неразвитостью новой рыночной инфраструктуры и культуры поведения, низким уровнем управления, нестабильность политической и экономической ситуации в стране.

В качестве общего вывода о роли теневых экономических отношений в хозяйственной жизни общества считаем необходимым подчеркнуть, что практически традиционное не полностью отражает его суть, поскольку последствия теневой экономической деятельности нельзя оценивать строго однозначно. Многие виды ТЭ помогают развитию официальной экономики, а не только препятствуют.

Хотя не вызывает сомнений крайне негативное в целом влияние ТЭ на общество. С одной стороны, крайне несправедливым перераспределением доходов общества в пользу немногих привилегированных групп. С другой стороны, разрушается система цен-

трализованного управления экономикой, как и само единое экономическое пространство.

В ближайшем будущем незаметны факторы, которые ликвидировали бы спрос на «продукты» теневой экономики, что, как известно, рождает и предложение. Общая тенденция к активизации роли государственного регулирования, четко прослеживаемая на протяжении всего XX века, неизбежно вызывает и будет вызывать развитие неформальных экономических отношений. С другой стороны, однако, нет и причин, способствующих безграничному разрастанию теневой экономики, которое все более невыгодно большинству законопослушных граждан. Поэтому речь должна идти о совершенствовании всего механизма управления нашей экономической системы в целях укрепления основ законной экономики и все более последовательного вытеснения теневой экономики из российской системы социально ориентированных рыночных отношений.

Библиографический список

1. Власов В. С. К характеристике «хо хао» – термина экономической мысли Китая (по материалам «Цянь лян лунь» Гу Янью, XVII в.). Вопросы истории Китая. – М. : Изд-во Московского университета, 1981. – С. 91–99.
2. Давыдов А. Ю. Соч. С. 98, 105–106.
3. Ермолов А. С. Соч. С. 273.
4. Кабанов В. В. Крестьянское хозяйство в условиях «военного коммунизма». – М. : Наука, 1988.
5. Карпенко С. Соч. С. 101–106.
6. Кульпин Э. С. Человек и природа в Китае. – М. : Наука, 1990. – С. 124–128.
7. Лозинский С. Г. Средневековые ростовщики. Страницы из экономической истории церкви в средние века. – Пг., 1923; Экономическая школа. Вып. 2. – СПб. : Экономическая школа, 1992. – С. 170–172.
8. Олсон М. Рассредоточение власти и общество в переходный период. Лекарство от коррупции, распада и замедления темпов роста // Экономика и математические методы. – 1995. – № 4. – С. 62–63.
9. Павлюченко А. С. Соч. С. 236–241, 154.
10. Ofer G., Vinokur A. Private Sources of Income of the Soviet Urban Household // Rand Corporation report R-2359-NA, Santa Monica, 1980.
11. Schnaider F., Enste D. Increasing Shadow Economies All Over the World – Fiction or Reality. A Survey of the Global Evidence of their Size and of their Impact from 1970 to 1995. www/economics.unilinz.ac.at.

A. Yu. Trifonov*

**Trifonov Artem Yurievich, engineer of oil company «Rosneft» close corporation «Vankorneft», postgraduate of Krasnoyarsk State pedagogical university named by V. P. Astaf'eva, Krasnoyarsk*

HISTORY OF DEVELOPMENT OF SHADOW ECONOMY IN RUSSIA

Key words: shadow economy, oil economy, criminalization , corruption, the history of Russian shadow economy.

Unfortunately, but today the shadow economy covers almost all spheres of ability to live of Russians. Every year the shadow sector expands and so closely intertwines with legal sector that it is already difficult to differentiate these elements of economic system. And it in turn influences external economy of our country too. The set of conversations on ways of overcoming of this problem is constantly conducted. But before to start to solve this problem, it is necessary to analyze the reasons of growth and shadow economy development in Russia.

© Трифонов А. Ю., 2009

УДК 331.526

В. Н. Дудко*

**Дудко Виктор Николаевич, кандидат технических наук, доцент кафедры «Экономика и внешнеэкономическая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК ТРУДА И ЕГО СУЩНОСТЬ

Ключевые слова: внутренний рынок труда, человеческий капитал, занятость, капиталистический менталитет, безработица.

В статье раскрываются основы функционирования и структура рынка труда. Особое внимание уделяется внутреннему рынку труда и связи концепции «внутреннего рынка труда» с теорией «человеческого капитала» и «капиталистическим менталитетом».

Формирование занятости на микроуровне происходит под воздействием общеэкономических факторов, ситуации на национальном и региональном рынке труда. При этом сильное влияние испытывает состояние функционирования внутренних рынков труда.

Однако ряд авторов считают, что внутренних рынков труда не существует, поскольку все рабочие места заняты и работники осуществляют свою трудовую деятельность. Данная точка зрения кажется достаточно спорной, так как:

- на отдельных предприятиях возникает движение рабочей силы в пределах одного предприятия;

- осуществляется вертикальное движение рабочей силы на основе карьерного, а также в связи с изменением образовательного и квалификационного уровня работников;

- возникают и формируются новые рабочие места, упраздняются старые, в результате чего также осуществляется перераспределение работников в рамках одного предприятия. В конечном счете внутренние рынки труда могут развиваться как на основе постоянного привлечения кадров со стороны, так и благодаря подготовке и переподготовке работников в рамках данного предприятия.

В литературе отмечается, что первый тип – это рынок, ориентирующийся на территориальное перемещение рабочей силы, то есть на заполнение рабочих мест путем движения работников между предприятия-

ми (фирмами). Ему соответствует профессиональная подготовка вне фирмы. Фирма комплектуется кадрами со стороны, выбирая уже подготовленных вне предприятия работников нужных профессий и квалификации. Такой рынок в экономической литературе еще называют «моделью рынка труда США».

Второй вид – это рынок с ориентацией на внутрифирменное движение работников. Подготовка кадров, формирование структуры по профессиям и квалификации, перемещения работников по горизонтали (по рабочим местам в рамках участка, цеха и так далее) и по вертикали (по иерархической лестнице) происходят внутри фирмы в соответствии со структурой рабочих мест, перспективой развития предприятия. Данный тип рынка решает две задачи: 1) обеспечение процесса передачи специфических знаний и внутрифирменного опыта от старых работников к новым; 2) предотвращение утечки накопленных знаний и опыта за пределы фирмы. Такой тип рынка характерен для Японии.

В конце 1950-х годов в западной экономической науке получили распространение предположения о существовании на внутри- и межфирменном уровнях параллельных структур, объединяющих однородные рабочие места, причем в каждой такой структуре складывался свой уровень оплаты труда. В начале 70-х годов такого рода идеи закрепляются в экономической теории. Выдвигается положение о том, что наряду с

неким внешним рынком труда, подобным рассматриваемому экономической теорией конкурентному рынку, крупные предприятия создают свои внутренние рынки труда. Эти рынки труда в значительной степени отгорожены от внешнего конкурентного рынка и не подвержены его спонтанным колебаниям. В рамках крупных национальных и транснациональных корпораций складываются свои внутренние рынки труда.

В работах зарубежных специалистов по управлению персоналом концепция «внутреннего рынка труда» стоит достаточно близко к теории «человеческого капитала». В этих концепциях содержится много продуктивных идей: о полезности периодического внутрифирменного перемещения работников по горизонтали и по вертикали, об экономической целесообразности затрат на образование, переподготовку работников предприятия, их духовное совершенствование и отдых, о конкуренции и сотрудничестве во внутрифирменных отношениях, об опыте «пожизненного найма» и сохранения квалифицированных кадров в периоды временного спада экономической конъюнктуры, о методах стимулирования трудовой мотивации и производительности. Эффективное применение теории внутреннего рынка и человеческого капитала на микроэкономическом уровне в нашей стране на практике не получило широкого распространения.

Существует и другое мнение: внутрифирменный рынок труда не может быть рынком в полном смысле этого слова. Действительно, здесь отсутствуют многие рыночные черты: отсутствует свободное ценообразование рабочей силы, практически отсутствует свобода выбора покупателя и продавца, присутствуют многочисленные внешние и внутренние барьеры и т. д. В связи с этим ряд авторов предлагают отказаться от классификации рынков труда в зависимости от направлений мобильности наемных работников и рынком труда в полном смысле этого слова считать только «внешний» рынок труда.

Тем не менее в ряде работ по рынку труда есть мнение, что некоторая польза от использования понятий «внешнего» и «внутреннего» рынков труда может быть извлечена при анализе «открытого» и «скрытого»

(«формального» и «неформального», «официального» и «неофициального») рынков труда, реально развившихся на российской почве. В экономической периодике приходилось встречаться с мнением, что скрытый рынок труда включает две группы явлений: потенциальную (скрытую) безработицу и неформальную занятость. Наличие неформальной занятости непосредственно говорит о существовании внутренних рынков труда, существующих на данных предприятиях. Если бы не существовало внутренних рынков труда, фактически нигде было бы развиваться неформальной занятости. Скрытая же безработица является неотъемлемой частью официального рынка труда. Так или иначе, исследование неформальной занятости и скрытой безработицы весьма перспективно, так как эти явления обуславливают закономерности становления и функционирования российского рынка труда. Необходимо исследовать данные явления, поскольку они характеризуют «гибкость» внутреннего рынка труда (существует неформальное деление трудовых коллективов на «кадровое ядро» и «периферию»). Функционирование внутреннего рынка труда может быть дополнено другими характеристиками: традиционными видами структурной дифференциации (но формам собственности, социально-демографическим группам, профессиональным и отраслевым группам населения) и нетрадиционными видами. К ним можно отнести разделение рынка труда на «элитарный» (высокооплачиваемые профессионалы в сферах менеджмента, маркетинга, бухгалтерии, юриспруденции и других областях, связанных финансово-банковским рынком с «большим» и «средним» бизнесом и экспортно-импортным рынком, а также в рамках отдельных государственных структур), «основной» (большинство профессий главным образом «формального» сектора) и «маргинальный» (тяжелые и низкооплачиваемые, временные и нерегулярные работы для неквалифицированных работников, нелегальных иммигрантов и так далее, как правило, в «неформальном» секторе).

Структура внутреннего рынка труда достаточно жесткая, и в ее пределах наблюдается кадровая мобильность различного на-

правления: не выдержавшие конкуренции в «элитарном» секторе работники вытесняются в «основной» сектор, откуда редко возвращаются обратно. Из «основного» сектора подобное вытеснение идет в «маргинальный».

Содержательные процессы развития внутренних рынков труда могут быть рассмотрены через изменения ментальности предпринимателя в условиях XXI века.

Рассматривая развитие внутреннего рынка труда, следует обратить внимание на связь с «капиталистическим менталитетом». В экономической литературе выделяется два типа мышления: первый тип мышления мы можем назвать традиционным капиталистическим менталитетом. Технология рассматривается как средство усиления контроля и замены рабочей силы. Цель – достижение максимальной продуктивности путем снижения затрат за счет автоматизации, повышения устойчивости производственного процесса, снижения квалификации работников и т. п. В частности, традиционный капиталист заинтересован больше в максимальной производительности, чем в гибкости производства.

Второй тип мышления можно назвать современным капиталистическим, он предполагает понимание того, что для улучшения дела необходимо совместно наращивать и человеческий фактор, и технику. Гибкость важнее, чем производительность, и требует участия трудовых ресурсов. Труд понимается не только как физическое, но и как умственное усилие.

Уже указывалось на различные подходы, присущие американским и японским фирмам, однако исследования большого числа японских и американских фирм показывают, что японцы являются современными капиталистами, а в Соединенных Штатах есть как современные капиталисты, так и традиционные. Хотя выбор того или иного «образа мышления» объясняется рядом исторических и культурных факторов, в США наблюдается четкая связь между отдельными отраслями промышленности и преоб-

ладанием современного капиталистического менталитета. В отраслях, где велики затраты на исследования и разработки, наблюдается более быстрое распространение компьютеров, автоматизированного оборудования, а также различных организационных форм, направленных на мобилизацию человеческого фактора, например кружков качества и т. п. Таким образом, чем совершеннее производство, тем сильнее активизируется проблема внутреннего рынка труда. Следовательно, для развития современного предприятия необходима выработка стратегии по развитию внутреннего рынка труда. Практика показывает: обычно те, кто продолжает придерживаться традиционного капиталистического «образа мышления», вытесняются из бизнеса, теряют рынки сбыта и постепенно их доля рынка захватывается импортными товарами. Это исследование необычно в двух отношениях: во-первых, оно очень велико по масштабу и, во-вторых, «образы мышления», или стратегия, определяются в нем ретроспективно – не столько по высказываниям, сколько по поступкам. В литературе указывается, что стратегии не осознаются, а проявляются лишь на большом отрезке времени и могут быть поняты только путем изучения «продольного среза».

Эттли и Бридисесон отмечают, что есть и обратная связь между развитием внутренних рынков труда и техникой: именно те фирмы, которые различными способами подчеркивают значение человеческого фактора, обладают и четкой стратегией технического развития.

Следовательно, процессы формирования мировой экономики в контексте глобализации связаны с существенными изменениями рынка труда и занятости населения. Эти тенденции связаны с научно-техническим прогрессом и инновациями в различных областях знания. В результате в рамках «новой экономики» происходит существенное изменение профессионально-квалификационной и отраслевой структур занятости.

Библиографический список

1. Долголаптев А.В. Использование интеллектуального ресурса России // Внешняя торговля. – 2002. – № 4-5. – С. 19.
 2. Медведев В. Глобализация экономики: тенденции и противоречия // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 2. – С. 3-10.
 3. Уткин А. И. Перспективы однополярности в XXI в. // Канада: ЭПК. – 2000. – № 12.
-

V. N. Dudko*

**Dudko Victor Nikolayevich, PhD in Technique, head of «Economics and external economic activity» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*

INTERNAL LABOR MARKET AND ITS ESSENCE

Key words: internal labor market, human capital, employment, capitalist mentality, unemployment.

The article deals with the basis and structure of labour market. The author considers both structure and activity of internal labour market on the basis of human resources and capitalistic mentality theory.

© Дудко В. Н., 2009

УДК 331.526

В. Н. Дудко*

**Дудко Виктор Николаевич, кандидат технических наук, доцент кафедры «Экономика и внешнеэкономическая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ТРУДА

Ключевые слова: внутренний рынок труда, нововведение, инновация, информационные технологии, трудовые ресурсы, занятость.

В статье рассматривается сочетание человеческого фактора и гибкого производственного процесса, а также развитие конкуренции на внутренних рынках труда. Автор раскрывает несколько стратегий управления трудовыми ресурсами в ситуации внедрения новой технологии, делает различия между понятиями «нововведение» и «обновление», а также характеризует связь внутренних рынков труда с организационной структурой и управленческой стратегией, устанавливающей общие рамки процесса труда.

Тенденции развития занятости в «новой экономике» связаны с научно-техническим прогрессом, который в совокупности с возможностями возникновения структурной безработицы делают актуальными проблемы создания атмосферы взаимного доверия. Для доказательства того, что менеджеры и рабочие являются членами одной семьи, необходимо не только обеспечить гарантии занятости, но и, главное, вовлекать и тех и других в перестройку производственных и управленческих процессов при появлении нового оборудования. На возможность и необходимость такой политики указывают экономисты других стран. Так, Йонссон (Швеция) подробно описывает типы управленческого менталитета, которые наблюдаются в Швеции, где (в отличие от англосаксонских стран) широко преобладает «микроэкономическое» мышление, и подчеркивает необходимость смены привычных порядков и установок, если происходит смена оборудования. Для успешного освоения новой техники, особенно для творческого развития первоначально намеченных планов, необходимо активное участие тех рабочих, которые трудятся на новых машинах. Они обладают тем, что Полини назвал «молчаливым знанием», и именно это знание нужно мобилизовать.

Эти положения позволяют сделать предположение о том, что традиционные спе-

цифичные рыночные отношения возникают и на предприятиях в процессе создания новых и модернизации старых рабочих мест. Такое понимание внутренних рынков труда предполагает модернизацию традиционного капиталистического образа мышления, опирающегося на экономические теории, в которых технология (как оборудование) и труд считаются в определенной мере взаимозаменяемыми. Это имеет смысл, если функция производства (она является экономической моделью, лежащей в основе такой системы доказательств) ограничивается только повышением производительности, т. е. определяется крайне узко. Если же функция производства понимается шире и включает проблемы качества, гибкости, способность выпускать изделия по индивидуальным заказам или делать прототипы, то становятся более важными иные факторы производственного процесса. По мере того как значение перечисленных параметров на рынке возрастает, решающую роль начинает играть человеческий фактор.

В определенном случае концепция производительности нуждается в расширении с учетом тех перемен, которые произошли на рынке и в природе конкуренции. Японские предприниматели четко продемонстрировали, что производительность, даже в узком смысле слова, должна рассматриваться как проблема непрерывная, постоянно тре-

бующая совершенствования. Этого можно достичь только путем объединения усилий рабочих и управляющих.

Внимание к развитию внутренних рынков труда можно оценить по материалам учебных программ технических вузов, например, в США. Инженеров учат проектировать производственные системы как последовательность машин, а не как последовательность машин и людей. Социотехнические аспекты часто игнорируются. Более того, даже в социотехнических отделениях, где проблемы взаимодействия людей и машин понимают лучше, чем где бы то ни было, не всегда концентрируют внимание на технической системе в целом, т. е. на такой комбинации людей и машин, которая позволила бы получить оптимальное сочетание человеческого фактора и гибкого производственного процесса. Исследователи показывают, что в США есть необходимость создания программ обучения, объединяющих как социальное, так и техническое проектирование и сконцентрированных на использовании возможностей человеческого капитала. Для типичного менеджера эта проблема отнюдь не тривиальна. Если даже, надеясь повысить производительность, с помощью машин улучшают управление производством и снижают потребность в высококвалифицированной рабочей силе, рабочие все равно присутствуют, но их навыки и умение не используются. Постепенно высококвалифицированный рабочий может быть заменен низкоквалифицированным, как это происходит в станкостроении, но можно ли считать такую замену наилучшим подходом к проблеме конкуренции с японцами, которые успешно развивают внутренние рынки труда и мобилизуют человеческий капитал.

Сегодня на заводы приходят более образованные рабочие. Выбрасывать такие ресурсы на ветер – абсурд, даже если в каких-то конкретных производственных процессах квалификации не требуется.

Весьма важным аспектом существования внутренних рынков труда является развитие организационной структуры. Точно так же как существуют две точки зрения на труд (труд как таковой и труд как человеческий фактор, который необходимо акти-

визировать), есть и различие во взглядах на организационную структуру: одни организации считают, что эта структура должна постоянно изменяться, другие рассматривают ее как нечто неприкосновенное. При решении этой проблемы применяется подход либо технологического, либо структурного детерминизма. Организационная структура фирмы порождает своего рода консерватизм, который проявляется в том, что внедрение нового оборудования сопровождается лишь небольшими организационными переменами. В то же время многие авторы утверждают, что в США существуют группы фирм (там, скорее всего, преобладает «образ мышления» современного капиталистического типа), где организационная структура постоянно изменяется. Тут созданы целевые группы специалистов, задачей которых является обеспечение необходимого уровня организационной гибкости, позволяющей приспосабливаться к переменам, постоянно происходящим в технологии и на рынке (в книге основное внимание уделено приспособлению к условиям рынка). Жесткие структуры вряд ли хорошо уживаются с новыми технологиями, а вот как обстоит дело с гибкими, постоянно меняющимися структурами? При этом на практике следует исходить из того, что существуют оба варианта, а реальная проблема состоит в том, чтобы разобраться, в каких случаях вероятно преобладание одного из этих вариантов. Вероятно, следует исходить из того, что там, где происходит быстрая смена технологии и быстро меняются условия рынка, там и организационные структуры подвижны, способны к восприятию новых технологий и активно развиваются новые рынки труда. Если условия отличаются стабильностью, то и адаптация новых технологий происходит путем их подгонки под старые структуры.

Высший слой управления и рядовые менеджеры сталкиваются с проблемами нарастания потока информации. Информационная технология порождает и возможности, и проблемы самого разного характера. Менеджеры связаны различными представлениями с нововведениями, изобретениями, открытиями.

Нововведение связано с первым применением, использованием новой концепции или идеи. Признание ее полезности конечным потребителем вызывает изменение социально-экономической среды. Польза, полезная функция – это отличие нововведения от открытия и изобретения. Открытия и изобретения не имеют социальной или экономической ценности, если они не становятся основой нововведения. Диффузия нововведения – это процесс его распространения на рынке.

Инноватор применяет что-то новое и впервые. Новинкой оно является не только для него самого, но и вообще в мире. Тот, кто использует уже существующее нововведение, новое для него, но не для других, инноватором не считается. Он является имитатором – правильно применяет то, что уже известно и доступно за пределами его организации. Правда, для самой организации результаты во многих отношениях сходны. И нововведение, созданное самой организацией, и адаптация уже существующего нововведения нарушают статус-кво и сказываются на балансе сил и влияний в организации.

Менеджеры склонны смешивать понятия «нововведение» и «адаптация нововведения». Дабы избежать путаницы, удобно обозначить диффузию, или адаптацию нововведения, термином «обновление», имея в виду адаптацию того, что ново для данной организации, но не для внешнего мира. Когда мы говорим о диффузии нововведения, то концентрируем внимание на нем самом. Говоря об обновлении, напротив, подчеркиваем новизну явления для организации, а это, собственно, и является для менеджера главным. Различие между нововведением и обновлением фундаментально. Нововведение – это своего рода игра в превосходство, доступная немногим счастливицам. Они первые, другим придется следовать их примеру. Поэтому рассматривать нововведение как необходимость для всех фирм столь же абсурдно, сколь абсурдно требовать от всех спортсменов участия в олимпиадах. Нововведение не обязательно для всех фирм, но обновление – обязательно. Когда конкуренты добиваются снижения

затрат, используя речевые процессоры вместо обычных пишущих машинок, нет другого пути, как последовать их примеру. И лишь в том случае, если данная фирма претендует на лидерство в создании электронных устройств распознавания и обработки речи, ей надо заниматься нововведением. Необходимость нововведений, таким образом, зависит от позиции фирмы по отношению к данной технологии. Все это сказывается на развитии внутреннего рынка труда.

Создатель новой технологии выделяется благодаря нововведению, руководствуясь при этом такими категориями, как жизненный цикл изделия и экономическая эффективность, а не производительность.

Такого рода стратегия нацелена на то, чтобы превзойти конкурентов, создав новое изделие или новый вид услуг, которое может быть признано уникальным в масштабах всей промышленности. А уникальность может быть достигнута лишь в том случае, если фирма обладает собственными, оригинальными знаниями и навыками, относящимися к данной промышленной сфере.

Пользователь новой технологии руководствуется при этом другими категориями – производительностью, параметрами «кривой накопления опыта». Его стратегия направлена на достижение лидерства в снижении производственных затрат и требует энергичной борьбы за экономически выгодные масштабы производства, за снижение себестоимости, требует жесткого контроля накладных расходов, расходов на исследования и разработки, сервис, сбытовую сеть и рекламу. Таким образом, нововведения расширяют круг деятельности и тем самым способствуют появлению новых рабочих мест. Осуществление нововведений на предприятии часто требует привлечения консультантов, что также вносит новые элементы в развитие регионального рынка труда. В некоторой степени это можно оценить как развитие отношений конкуренции на внутренних рынках труда.

В общем, техническое нововведение – не единственный способ делать деньги. Нововведение важно только для тех организаций, которые продают лицензии. А главная цель – достичь превосходства, быть луч-

шим – доступна лишь немногим. Обновление необходимо всем фирмам, а главная задача при этом – правильно использовать то, что уже известно и доступно. Большую пользу здесь могут принести консультанты.

Информационные технологии и нововведения оказывают сильное влияние на трудовые ресурсы (кадры).

Возникает несколько стратегий управления трудовыми ресурсами в ситуации внедрения новой технологии: исключение непосредственного труда (т. е. уменьшение прямого участия человека в трудовом процессе); контрактация (работа на дому и т. п.); формирование поливалентного трудового процесса (отмена классификации видов работ, позволяющая работникам чередовать разные виды труда).

Развитие внутренних рынков труда связано с изменением концепций управления. Возникает ряд проблем. Во-первых, в некоторых исследованиях процесса труда в качестве аксиомы принимается, что при создании управленческой стратегии прежде всего учитывается роль труда в процессе производства. На практике роль труда оказывается вторичной, а решения по вопросу найма рабочей силы и составления штатного расписания ставятся в зависимость от решения других проблем. Управленческая стратегия предусматривает получение прибавочной стоимости, прежде всего за счет улучшения условий сбыта либо при помощи финансовых рычагов. Инвестиции в новую технику, которые автоматически изменяют процесс труда, могут объясняться желанием производителя усилить рыночные позиции компании благодаря выпуску новой или усовершенствованной продукции в тех случаях, когда удастся получить необходимые для этого средства на приемлемых условиях. Эта оговорка показывает, что при рассмотрении управленческой политики особое внимание следует обращать на мотивацию тех или иных решений и отказаться от мысли, что она разрабатывалась с учетом уже готовой, более или менее ясной концепции организации процесса труда. Тем не менее это не означает, что управленческая политика независимо от ее целей не затронет процесс труда.

Во-вторых, возникает разрыв между сущностью управленческих решений и их выполнением. Как отмечают Вуд и Кели (1979), разработка управленческой политики еще не означает ее осуществления. А также не обязательно, чтобы стратегия учитывала особенности условий производства и снабжения. Инициатива учета этих факторов при разработке стратегии, скорее всего, может исходить от управленческого персонала нижнего звена либо непосредственно от рабочих. Например, представители нижнего звена часто производят перестановку рабочих и перераспределение их обязанностей, особенно в тех случаях, когда производственное задание изменяется из-за замены сырья, модификации конечного продукта либо поломок оборудования. Возможность проявить свой опыт и квалификацию для линейных руководителей во многом зависит от результатов неофициального согласования их решений с управляющими среднего звена. Томпсон (1983) также отмечает, что при переводе рабочего на другое место особое значение придается защите его интересов в том плане, что должна сохраняться тождественность старой и новой работ. В этом заключается отличие обычной практики от управленческой политики, то есть слабость практики объясняется потерей контроля одним из звеньев управленческой иерархии.

Тем не менее личная договоренность и неформальные отношения среди персонала нижних звеньев управленческого эшелона могут содействовать организации эффективного рабочего процесса, и в этом случае длительное время не потребуется вмешательства руководства более высокого ранга. Оно сможет заняться устранением недостатков в управленческой деятельности либо исправлением их последствий. Когда такая практика младшего звена оказывается малоэффективной, более высокое руководство вынуждено решать проблему путем принятия корректирующих мер. Конечно же, существуют пределы допустимого отклонения управленческой практики от намеченной линии, но этот вопрос требует более подробного исследования. Замена ручного труда машинным и усовершенствование тех-

нических средств контроля помогут нивелировать подобные отклонения. Таким образом, не только инвестиции в новую технику являются стержнем управленческой политики, но внедрение этой техники на рабочих местах способствует успешному ее осуществлению.

Управленческий аппарат многих фирм в современных условиях выступает за большую гибкость в подборе рабочих кадров, хотя производственные процессы на предприятиях всех этих фирм отличаются большим разнообразием.

Внедрение той или иной техники предъявляет новые требования к технологии и распределению рабочей силы, и если стратегические установки, в основе которых лежит применение данной техники, накладывают определенный отпечаток на производственные процессы, то видоизменяется и сам процесс труда. Более того, воздействие руководства на внедрение этих стратегических установок будет сказываться даже при выборе тех или иных специалистов, в функции которых войдет реорганизация процесса труда. Каждый из них, будь он инженером-технологом, инженером-экономистом, специалистом по системному анализу, линейным руководителем или социологом, будет иметь отношение к организации и контролю над процессом труда.

Таким образом, внутренние рынки труда всегда связаны с той или иной управленческой стратегией, устанавливающей общие рамки процесса труда, она всегда необходима, даже если возникают трудности при ее осуществлении. Современное большое предприятие, его руководство имеет фирменную систему централизованного планирования и финансового контроля, направленную на решение всех вопросов, касающихся доходов и найма рабочей силы. Таким образом, в тех случаях, когда управленческие инициативы реализуются на рабочих местах, управленческая стратегия играет роль «управленческого плана», имеющего консолидирующий эффект. Тем не менее большая или меньшая степень централизации и односторонний или двусторонний порядок формирования стратегии зависят от принадлежности предприятия к

той или иной отрасли экономики. Однако порой стратегия может оказаться недостаточно привязанной к условиям данного предприятия. В этом случае она может быть неверно понята функциональными и младшими руководителями, а также ей может быть оказано неофициальное (на рабочем месте) или официальное (через профсоюз) сопротивление со стороны рабочих. Даже если противодействия концепции не возникнет, все равно требуется ее детальная проработка руководителями нижнего звена, специалистами, а также рабочими.

Степень осуществления на практике управленческих инициатив руководителей высшего звена, касающихся организации процесса труда, рассматривается как переменный фактор, от которого зависит, насколько сложно будет происходить процесс реализации стратегических установок.

Основными мотивами внедрения новой техники являются традиционные цели капиталистического производства. Стратегия разрабатывается в виде управленческого плана, в котором обосновывается необходимость закупки новой техники. Хотя нельзя сказать, что фирменная стратегия четко определяет направление пересмотра организации трудового процесса, но в нее включены основные параметры, в рамках которых происходит изменение характера работы и производственных отношений. Переход к осуществлению этих стратегических установок, естественно, нарушит прежнюю организацию процесса труда и изменит технологию, то есть должны приниматься во внимание персонал предприятия, технологические процессы и связанные с ними условия производства.

Развитие занятости на основе совершенствования внутренних рынков труда в значительной степени связано с ситуацией в регионе (занятости и рынка труда). Большую роль играют местные власти в развитии инновационных процессов на предприятиях, в том числе и в промышленности. Несмотря на преобладание в промышленности предприятий негосударственной формы собственности и независимость предприятий в принятии решений, местная администрация играет существенную роль как

на стадии планирования инновации, так и в процессе ее реализации. Однако принципиальное значение имеет то, насколько действенной является помощь региональных властей, стимулирует ли политика местных вла-

стей инновационные процессы в регионе в целом либо ограничивается помощью отдельным предприятиям без какой-либо стратегии.

Библиографический список

1. Карачаровский В. В. Высокотехнологичное развитие и либеральная парадигма // ЭКО. – 2003. – № 9.
 2. Оболенский В. П. Научно-техническая сфера России и ее позиции на внешнем рынке // Внешнеэкономический бюллетень. – 2003. – № 9.
 3. Черевикина М. Ю. Посредники инновационного рынка. Опыт СО РАН: проблемы и решения / М. Ю. Черевикина, Ю. В. Лобурец // ЭКО. – 2002. – № 12.
-

V. N. Dudko*

**Dudko Victor Nikolayevich, PhD in Technique, head of «Economics and external economic activity» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*

MODERN PROBLEMS OF INTERNAL LABOR MARKET

Key words: internal labor market, introduction, innovation, information technologies, labor resources, employment.

The article deals with the combination of human factor and flexible productive process. It also analyzes competitiveness at internal labor market.

The author describes some strategies of human resources management through introduction of new technologies. He also distinguishes «innovation» and «renovation» meanings and characterizes interrelation between internal labour market, organization structure and management strategies.

© Дудко В. Н., 2009

УДК 331.526

Е. В. Мещерякова*

**Мещерякова Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и внешнеэкономическая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Ключевые слова: поддержка инновационных предприятий, инновационная деятельность, местные органы власти, государственная поддержка, инновационные процессы.

В статье анализируется диверсификация форм поддержки предприятий в их инновационной деятельности со стороны местных властей и появление новых форм такой поддержки. При прямых и косвенных мерах поддержки инновационных предприятий со стороны региональных властей автор рассматривает положительные и негативные моменты данного сотрудничества.

Поскольку наиболее острой проблемой предприятий при реализации инноваций является финансирование, то именно в решении финансовых вопросов ждут они помощи от местных властей. В подавляющем большинстве случаев местные администрации либо сами принимали финансовое участие в проектах, либо способствовали поиску инвесторов.

В Самарской области существует целый спектр как прямых, так и косвенных мер поддержки инновационных предприятий со стороны региональных властей.

Во-первых, администрации осуществляли прямое финансирование из местного бюджета проектов, включенных в областные и городские программы. Так, самарские предприятия «Старт» и «Новый Эдем» финансировались в рамках программ «Чистый город» и «Дети Самары».

Во-вторых, льготное кредитование промышленных предприятий на конкурсной основе. Например, по решению Самарского областного инвестиционного комитета кредиты получили «Экран» и «Стекло».

В-третьих, финансирование деятельности за счет привлеченных региональными властями иностранных кредитных ресурсов, распределяемых, как правило, на конкурсной основе, например «Стекло» в Самаре.

Среди наиболее распространенных мер косвенной поддержки инновационной деятельности выделяется налоговое регулирование в виде предоставления налоговых льгот, освобождения (полного или частичного) от уплаты налогов. «Старт» получил налоговые льготы с условием сохранения уровня занятости и заработной платы; ОАО «Стекло» полностью освобождено от местных налогов при условии увеличения объемов производства на 5% на основании представленного бизнес-плана).

Помимо прямой или косвенной финансовой поддержки использовались и нематериальные формы поддержки и стимулирования инновационной активности отдельных предприятий. В условиях недостаточно отработанной маркетинговой политики большим подспорьем для предприятий служили городские заказы, обеспечение гарантированного рынка сбыта («Стекло», «Протез»).

Информационно-маркетинговая деятельность, которую организует местная администрация, также может вносить свой вклад в инновационный процесс на предприятии. Самарский «Химик» в своих расчетах опирался на данные исследований рынка, проведенных департаментом по строительству областной администрации, который предоставил им данные по группе регионов «Большая Волга».

Итак, на основании изученных примеров можно сделать вывод о диверсификации форм поддержки предприятий в их инновационной деятельности со стороны местных властей и появлении новых форм такой поддержки. Но насколько это увеличивает эффективность взаимодействия местных властей с промышленным сектором, способствует эффективному развитию инновационных предприятий?

Несмотря на довольно обширный арсенал использованных мер, инновационные истории предприятий, воспользовавшихся помощью местных властей, далеко не всегда являются примером успешной инновации. Существует целый ряд негативных примеров сотрудничества с администрацией.

Во-первых, значительное число предприятий «погорели» из-за невыполнения администрацией своих обязательств. Причем подобные истории характерны для предприятий многих регионов. Информация от фирмы «Стекло» (Самара): В результате всех экспертиз проекта было получено положительное заключение на выделение льготного кредита из Еврофонда (через областную администрацию), но в связи с кризисом денег не дали ни одному проекту. Были попытки осуществить закупки оборудования с помощью «Российского центра содействия иностранным инвестициям», однако также неудачно. Казалось, с большим трудом финансовый вопрос был решен (обещали кредит из областного бюджета), и с марта 1999 года предполагалось начать монтировать оборудование, в июне приступить к выпуску стекла с теплоотражающим покрытием. Однако обещанные льготные кредиты так и не были получены, и реализация проекта была приостановлена.

Таким образом, государственная поддержка оказывается фиктивной и зачастую превращается в фактор, тормозящий модернизацию, если финансовые средства поступают нерегулярно либо не в форме реальных денег. Участие местных властей в финансировании проекта – это иногда фактор риска, однако застраховаться от него у предприятия нет никакой возможности.

Во-вторых, конкурсная идея распределения средств зачастую трансформируется

в «конкурс» для своих, когда образуется довольно узкий круг предприятий, допущенных к «кормушке». Так, о распределении средств еврозайма в Нижегородской области было известно ограниченному кругу предприятий.

В-третьих, оценка результатов осуществления некоторых проектов позволяет усомниться в эффективности финансовых вложений. Причиной неэффективности вложений служит, в частности, непроработанность процедур отбора проектов. Например, тяжелая ситуация на предприятии «Сладкий», помимо финансового кризиса, очевидно, сложилась и из-за неэффективного использования полученного кредита. Огромные валютные средства были вложены в здание, вспомогательное производство, кардинальных же изменений в технологии произведено не было. Тем не менее предприятие функционирует с огромными долгами, при этом надеясь (не без основания) и на дальнейшую поддержку областной администрации.

Оценивая методы и результативность воздействия местных властей на ход инновационных процессов на предприятиях в предшествующие годы, следует подчеркнуть, что практически отсутствуют проработанные институциональные механизмы воздействия властей на инновационные процессы в регионе. Критериями выборочной поддержки предприятий являются прежде всего рост объемов производства, сохранение занятости, а не инновационный характер преобразований. Если же рассматривать примеры поддержки конкретных инновационных проектов, то здесь критерии отбора гораздо более размыты и не проработаны. Подобная ситуация порождает преобладание субъективного подхода и неформальных отношений при отборе объектов для поддержки. В условиях, когда процедуры оценки проектов недостаточно проработаны, эти скрытые формы «сотрудничества» становились основными.

Отсутствие четких критериев отбора объектов для первоочередной поддержки могло бы объясняться нерегулярностью поступления финансовых ресурсов для этих целей, а следовательно, «разовым» характе-

ром помощи. Но глубинной причиной все же является отсутствие четкой заинтересованности местных властей в конкретных результатах. В появлении финансовых ресурсов в ряде регионов власти поторопились распределить их, поддерживая перспективные, с их точки зрения, проекты, но без должного экономического обоснования. С другой стороны, недостаток финансовых ресурсов стимулировал местные власти ряда регионов к поиску других путей оживления экономики. В одно и то же время разные районы одной области могли проводить разные типы политики в области поддержки промышленности. Это свидетельствует о том, что положительный опыт на уровне региона не обобщается и в целом промышленная политика в рамках региона не скоординирована. При таком положении дел районы более самостоятельны, но в то же время действуют изолированно друг от друга из-за отсутствия стратегической промышленной инвестиционной политики.

Итак, действия местных властей оказываются на практике довольно хаотичными и сиюминутными, не связанными с реализацией целенаправленной политики. Логика местной администрации при проведении политики поддержки своих производителей должна строиться на заинтересованности в достижении каких-то определенных целей и результатов. Однако трудно выявить конкретные интересы местных органов управления в инвестировании инноваций. Поддержкой могут пользоваться (и пользуются) отдельные предприятия, однако остается открытым вопрос о целесообразности и эффективности этой помощи с точки зрения региона. Между тем последствия инноваций нужно оценивать не только с точки зрения экономической эффективности работы предприятий региона и налоговых поступлений от них в местный бюджет, но и с точки зрения их социальной эффективности, т. е. просчитывать социальные последствия инновационно-ориентированной промышленной политики.

Библиографический список

1. Бюро экономического анализа: обзор экономической политики в России за 2007 год. – М. : ТЕИС, 2008.
2. Житенко Е. Д. Как стимулировать инновационную деятельность // ЭКО. – 2002. – № 3.
3. Медведев В. Глобализация экономики: тенденции и противоречия // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 2. – С. 3-10.

Ye. V. Meshcheryakova*

**Meshcheryakova Yelena Vladimirovna, PhD in Economics, head of «Economics and external economic activity» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*

LOCAL AUTHORITIES INTERRELATION IN THE PROCESS OF ENTERPRISE INNOVATIVE DEVELOPMENT

Key words: support of innovative enterprises, innovative activity, local authorities, State support, innovative processes.

The article analyzes diversity of enterprise governmental support forms in their innovative activities. It also studies new (direct and indirect) ways of such local governmental support.

The author studies the advantages and disadvantages of enterprise and local authorities cooperation.

© Мещерякова Е. В., 2009

**Требования к материалам,
представляемым для публикации в журнале
«Вестник Поволжского государственного
университета сервиса. Серия Экономика»**

1. Редакция принимает к публикации только открытые материалы на русском и английском языках (для иностранных авторов).
2. В журнале публикуются статьи, представляющие научный и практический интерес.
3. Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте Поволжского государственного университета сервиса и на сайте Российской Научной Электронной Библиотеки (НЭБ) электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия Экономика». Автор исходит из понимания, что доступ к базе НЭБ регламентирован, осуществляется по паролю, контролируется технологическими средствами системы.
4. Отклоненные статьи не возвращаются авторам, на них не дается внешняя рецензия.
5. Материалы для публикации в журнале должны быть представлены на бумажном и электронном носителях в формате MS Word (e-mail: nic@tolgas.ru)
6. Текст должен быть отпечатан через 1,5 интервала кеглем 12 на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с полями шириной 2,0 см, без помарок и вставок.
7. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.
8. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.
9. К статье должны быть приложены на **русском и английском языках**: название статьи, аннотация (5–6 строк), ключевые слова (не более 5–7), список литературы (не более 15 источников).
10. В статье указываются УДК, полностью ФИО автора(ов), места их работы, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов)).
11. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).
12. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисовочными подписями.
13. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями **ГОСТ 7.1-2003** «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок **ГОСТ 7.0.5-2008** «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».
14. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.
15. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.
16. Статья сопровождается разрешением на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).
17. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.

18. В анкете указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.

19. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора(ов) и датой.

20. Статьи, соответствующие пп. 1–19, регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел. (8482) 264561.

21. Дополнения в авторском экземпляре и в корректуре против рукописи не допускаются.

22. Редакция журнала оставляет за собой право производить сокращения и редакционные изменения рукописей.

23. Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора).

С аспирантов за публикацию рукописей плата не взимается

Научное издание

ВЕСТНИК ПВГУС

Серия
ЭКОНОМИКА

Выпуск 6

Главный редактор
ректор ПВГУС, заведующий кафедрой «Экономика и управление»,
д-р экон. наук, профессор **Л. И. Ерохина**

Редактор *Н. Г. Батырева*
Технический редактор *Р. Т. Якупова*

Подписано в печать с электронного оригинал-макета 12.10.2009.
Формат 60/80¹/₈. Бумага офсетная. Печать трафаретная. Усл. печ. л. 13,5.
Тираж 1000 экз. Заказ 5/02.

Издательско-полиграфический центр
Поволжского государственного университета сервиса.
445677, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4.
rio@tolgas.ru, тел. (8482) 222-650.