МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

№ 2 (29) Апрель – июнь 2011

ИЗВЕСТИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

СОЦИОЛОГИЯ. ЭКОНОМИКА. ПОЛИТИКА.

Издается Тюменским государственным нефтегазовым университетом с 2002 г.

Учредитель журнала
Тюменский государственный нефтегазовый университет

Соучредители журнала
Институт социально-политических исследований РАН,
Институт социологии РАН,
Российский университет дружбы народов

Аккредитован международным агентством научных журналов «Cabell» (США)

Главный редактор
Н.Н. Карнаухов

Редакционная коллегия
К. Г. Барбакова, О. М. Барбаков, М. Л. Белоножко, В. Е. Генин, З. Т. Голенкова,
В. К. Левашов, Н. П. Нарбут, В. В. Пленкина,
Н. Г. Хайруллина (зам. главного редактора)

Редактор - Л. Н. Морокова
Оператор электронной верстки – Х. Н. Садыкова, Н. В. Шуваева
Адрес редакции: 625000, Россия, г. Тюмень, ул. Володарского, 38
Тел./факс: (3452) 20-20-46
E-mail: nur@tsogu.ru

ISSN 1993-1824
ИЗВЕСТИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Социология. Экономика. Политика, 2011

MINISTRY OF RESEARCH AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION

№ 2 (29) April – June 2011

NEWS FROM HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

SOCIOLOGY. ECONOMICS. POLITICS.

(PEER-REVIEWED JOURNAL)

Published by Tyumen State Oil and Gas University, Since 2002

Founder Tyumen State Oil and Gas University

Co-Founders:
Institute of Social and Political Research of the Russian Academy of Sciences,
Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences,
Peoples' Friendship University of Russia

Accredited by «Cabell», the international publishing directory of journals
for professors and researchers (U.S.A.)

Editor-in-Chief
N.N. Karnaukhov

Editorial Board
Klara G. Barbakova, Oleg M. Barbakov, Marina L. Belonozhko, Vlad E. Genin,
Zinaida T. GoLenkova, Viktor K. Levashov, Nikolai P. Narbut, Vera V. Plenkina,
Nursafa G. Khairullina (Deputy Editor-in-Chief)

Computer Design - H. N. Sadykova, N. V.Shuvaeva
Address: 625000, Russia, Tyumen, Volodarskogo St., 38
Telephone/Fax: +7 (3452) 20-20-46
E-mail: nur@tsogu.tyumen.ru

СОД :АНИЕ
Contents

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ
MANAGERIAL PROCESSES

Зобнин Ю. А.
Zobnin Yu. A.
Современные проблемы государственного регулирования банковской системы Российской Федерации **6**
Current problems in state regulation of the Russian Federation banking system

Ленкова О. В., Молдованова Е. В.
Lenkova O. V., Moldovanova E. V.
Особенности формирования миссии нефтегазовых компаний **10**
Some particularities of oil and gas companies mission formation

Норчак А. А.
Norchak A. A.
Эффективность управления Российским предприятием: основные компоненты **14**
Basic components of a Russian enterprise effectiveness

Силин А. Н., Ермаков С. А.
Silin A. N., Ermakov S. A.
Управление нефтегазовой компанией: социодиагностика вахтового труда **19**
Social diagnostics of shift work arrangement in an oil and gas company

Фролова С. В.
Frolova S. V.
Генезис контроллинга **22**
Genesis of controlling

Шведова М. Ф.
Shvedova M. F.
Формирование социальной ориентации в деятельности бизнес-структур **25**
Social component of business structures activity

Чупашева Е. В.
Tchupasheva E. V.
Модель компетенций менеджеров **27**
Development of the competence model for managers working in the North of Tyumen region

ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОЦЕССЫ
POLITICAL AND LEGAL PRPCESSES

Давыдов А. В.
Davydov A. V.
Национальные интересы России в идеологическом противодействии терроризму **30**
Importance of national interests of Russia in ideological counteraction to terrorism

Курашенко И. А.
Kurashenko I. A.

Участие населения в принятии управленческих решений органами местного самоуправления **34**
Public opinion in making managerial decisions by local self-government bodies
Ракша И. Р.
Raksha I. R.
Проблемы развития малого бизнеса в периферийных муниципальных образованиях **37**
Problems of development of small business in the peripheral municipalities

Самойлик И. В.
Samoylik I. V.
Избирательная кампания: анализ понятия **39**
Analysis of the concept «election campaign»

Устинова О. В.
Ustinova O. V.
Готовность населения противостоять коррупции в органах власти **42**
Readiness of the population to counteract against corruption in the power bodies

На Чуаньлинь
Na Chuanlin
Процесс институциализации политических партий (на материалах постсоветской России) **46**
Process of institulization of political parties (based on materials of post-Soviet Russia)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ
ECONOMIC AND DEMOGRAPHIC PROCESSES

Емельянов Ю. А.
Emelyanov Y. A.
Оценка уровня доходов населения через социально-экономические нормативы **50**
Assessing the level of income through socio-economic standards

Заведеев Е. В.
Zavedeev E. V.
Риски в деятельности нефтегазодобывающих компаний России **53**
The reasons, factors and types of risks in the activity of oil and gas producers of Russia

Мишин В. А.
Mishin V. A.
Оценка качества жизни населения в субъектах РФ **57**
Assessment of the population life quality in RF regions

Лазарев И. А.
Lazarev I. A.
Анализ доступности жилья для населения: по результатам опроса населения г. Тюмени **60**
Analysis of dwelling availability for population based on the results of the public inquiry survey

Дебердиева Е. М., Пригодская О. С.
Deberdieva E. M., Prigodskaya O. S.
Использование бенчмаркинга для оценки бизнес-процессов нефтедобывающей структуры **63**
Using benchmarking for evaluation of business processes in oil producing structure

Плотникова А. С.
Plotnikova A.S.
Реструктуризация машиностроения РФ как приоритет в процессе модернизации экономики **65**
Restructuring of machinery-producing industry of Russian Federation as a priority in the process of modernization of the economy

КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ
CULTURAL TRADITIONS AND INNOVATIONS

Герасимова Г. И.
Gerasimova G. I
Междисциплинарность в исследованиях теории связей с общественностью **71**
Interdisciplinary aspect in studies of public relations theory

Костко Н. А., Попкова А. А.
Kostko N. A., Popkova A. A.
Использование в практике муниципального управления социологических методов исследования экстремизма в молодежной среде **75**
Use of sociological methods of studying extremism in youth environment in municipal administration practice

Костова Р. С.
Kostova R. S.
Социальная роль библиотеки в жизнедеятельности населения г. Тюмени **78**
A library social role in the life activity of the population of Tyumen

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
PROBLEMS AND PROSPECTS OF SCIENCE AND EDUCATION DEVELOPMENT

Хуснутдинова М. Р.
Husnutdinova M. R.
Социологическая диагностика экспертных мнений руководителей о влиянии образовательных компетенций на успешность управленческой деятельности **82**
Social diagnostic of managers' expert opinions about the influence of educational competence on successfull management behavior

Коневская Е. В.
Konevskaya E. V.
Брендинг как инструмент конкурентоспособности высшего учебного заведения на рынке образовательных услуг **85**
Branding as a tool of competitiveness of a higher education institution in the market of educational services

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВИРТУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО
INFORMATION TECHNOLOGYAND VIRTUAL SPACE

Колмакова А. В.
Kolmakova A. V.
Методы обеспечения информационной безопасности предприятий **88**
Methods to guarantee the business information security

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

УДК 336.7

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ю. А. Зобнин

Ключевые слова: ***государственное регулирование, банковская система, банковский надзор, кредитные организации***

Key words: ***state regulation, banking system, banking supervision, credit institutions***

Дан обзор некоторых актуальных проблем регулирования банковской системы России. Для изучения указанных проблем и нахождения путей их решения предлагается использовать методы социологического исследования, в частности, специализированный (экспертного) опрос.

Current problems in state regulation of the Russian Federation banking system. Yu. A. Zobnin

The article overviews some actual problems of the Russian banking system regulation. To study the given problems and to find their solutions, it is proposed to use social research methods, namely a specialized (expert) interviewing method.

Невмешательство государства в социально-экономические процессы немыслимо в современном мире. Дискуссии сегодня идут лишь о масштабах, формах и интенсивности государственного регулирования экономики. Для России эта проблема особенно актуальна. Обычно подразумевается, что переход от административной экономики к рыночной сопровождается неизбежным и достаточно резким снижением уровня государственного регулирования. Однако в нашей стране роль государства в социально-экономических процессах существенно преувеличена, благодаря сохранению сильных исторических традиций, подпитывающих стремление к централизованному управлению процессами в стране. Кроме того, в условиях любого кризиса роль государства как стабилизирующего фактора в экономических и политических процессах дополнительно возрастает. На современном этапе это реализуется в максимально возможной централизации и концентрации финансовых и денежных ресурсов в бюджетной системе (казначействе) и крупнейших коммерческих банках – представителях банковской системы России, в основном, с преобладающим государственным участием.

Проблема формулировок законодателя. Важнейшей составляющей государственной экономической политики является денежно-кредитная политика, разрабатывает и проводит которую Центральный банк Российской Федерации (Банк России), во взаимодействии с Правительством Российской Федерации, в соответствии с Конституцией страны [1]. Законодателем также установлено, что основной функцией Банка России является защита и обеспечение устойчивости рубля, а осуществление денежной эмиссии является исключительным правом Банка России. Вместе с тем, в ст. 3 Закона о Центральном банке [2] указанная выше основная функция обозначена уже как цель деятельности Банка России. Другой целью названо укрепление банковской системы Российской Федерации. При этом в ст. 4 названного закона перечислено 19 функций Банка России, среди которых нет ни одной, направленной на достижение этой цели. Другим примером неточности формулировок законодателя является функция Банка России, определенная как «эффективное управление золотовалютными резервами». Получается, что Банк России управляет золотовалютными резервами только эффективно и никак не иначе. Другими словами, каким бы образом Банк России ни управлял, все равно получится эффективно.

Проблема правового статуса. Законодатель нечетко определил место Банка России в системе органов государственной власти, не указал его организационно-правовую форму как юридического лица. Банк России не является органом государственной власти, вместе с тем его полномочия по правовой природе относятся к функциям государственной власти и носят ярко выраженный государственно-властный характер. В результате, Банк России, с одной стороны, является органом государственного управления банковской системой, а с другой – юридическим лицом, занимающимся коммерческой деятельностью, доходами от которой он финансирует собственные расходы.

Двойственная правовая природа статуса Банка России является существенным фактором регулирования банковской системы, что демонстрирует следующий пример. Прибыль Банка России за 2008 год (в острой фазе мирового кризиса) в сравнении с предыдущим годом выросла в 4 раза, с 25 до 100 млрд р. Источник – резкий рост объемов рефинансирования коммерческих банков Банком России. Формально Банк России действовал совершенно адекватно ситуации, ведь угроза разрушения банковской системы была реальной. Вместе с тем, признаки дисбаланса ипотечного рынка США проявлялись уже в 2006 году [3], что должно было попасть в поле зрения аналитиков Банка России и Минфина, которые могли упредить необходимость «закачки» в коммерческие банки РФ огромных ресурсов Банка России – в сумме около 3,4 трлн р. [4]. Однако предпринятое финансирование коммерческих банков принесло Банку России ощутимую материальную выгоду, позитивно сказалось на результатах его коммерческой деятельности.

Проблема субъектов управления. Субъектами государственного регулирования и управления банковской системой, наряду с Банком России, является ряд государственных институтов РФ: Президент, Государственная дума, Совет Федерации, Счетная палата, Правительство, министерства и федеральные службы, Государственная корпорация «Агентство по страхованию вкладов» и другие, всего – по оценкам специалистов [5] – более 15 регуляторов. Во-первых, возникает закономерный вопрос: насколько эффективно может регулироваться система таким количеством государственных ведомств? Во-вторых, и здесь положение Банка России также характеризуется двойственностью: с одной стороны, его деятельность регулируется государством, с другой – он имеет самостоятельность в проведении кредитной политики. С одной стороны, будучи федеральным органом государственного управления, Банк России выполняет задачи, связанные с защищенностью национальной валюты, но одновременно с этим, с другой стороны – выступает в качестве центра самоуправляющейся банковской системы, осуществляя банковское регулирование, надзор и подзаконное нормотворчество [6].

Проблема независимости. Принцип независимости Банка России закреплен в статье 75 Конституции Российской Федерации и федеральном законодательстве: свои функции и полномочия Банк России осуществляет независимо от федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления. Однако реальность независимого статуса Банка России регулярно ставится специалистами под сомнение: мало кто сомневается, что решение серьезнейших проблем, связанных с экономическим благополучием целой страны, да еще и в условиях растущего мирового кризиса, может быть делегировано Банку России без каких-либо директив или даже прямых установок правительства. Эта дискуссия обострялась в связи с дефолтом 1998 года, когда звучали резко негативные оценки по поводу триллионных вложений Банка России в государственные краткосрочные обязательства, поскольку данное обстоятельство расценивалось рынком как признак их сверхнадежности.

Кризис 2008 года также показал, что Банк России не является совершенно независимым институтом: указания правительства и министерства финансов в адрес не только Банка России, но и ряда коммерческих банков неоднократно звучали в прямом эфире государственных каналов телевизионного вещания. Сама по себе ограниченная независимость центрального банка не является негативным фактором регулирования, но степень этой независимости (или, наоборот, зависимости), ее границы формально законодателем не определены до настоящего времени.

Проблема функций. Широким перечнем разнообразных функций по уровню регулирования и управления и по направлениям, законодатель фактически закрепил в деятельности Банка России целый спектр конфликтов интересов. Наряду с макрофункцией по защите и обеспечению устойчивости рубля, Банк России осуществляет функцию надзора за деятельностью кредитных организаций, предусматривающего, в том числе, деятельность по регулированию конкретного банка и даже отдельных сторон его функционирования. Такая универсальность, «всеохватность» функций Банка России негативным образом сказывается на эффективности всей системы его деятельности.

В частности, довольно острая полемика развернулась в 2007 году в Государственной думе РФ по вопросам развития надзора и регулирования банковской деятельности [7]. Поводом послужила, с одной стороны, – полная непрозрачность процедуры принятия решения Банка России о возможности участия коммерческих банков в системе страхования вкладов, а с другой стороны – последовавшие факты отзыва лицензий у банков, ставших членами этой системы после прохождения всех необходимых и очень сложных процедур допуска. В дальнейшем в деятельности Банка России сформировалась практика регулярного отзыва лицензий у коммерческих банков в объеме 50-70 штук ежегодно. Публично же руководители Банка России неоднократно заявляли, что никакой

«внутренней» программы уменьшения численности российских коммерческих банков не существует. Вопрос в дискуссии ставился следующим образом: как же можно достичь основной цели осуществления банковского надзора – стабильности банковской системы, защиты интересов вкладчиков и кредиторов, если вся надзорная деятельность Банка России направлена на противоположное – отзыв лицензий по основаниям, не связанным с финансовым состоянием, который к тому же ущемляет права вкладчиков и кредиторов [8].

Проблема государственного участия. Декларируемые правительством цели в отношении развития конкуренции на банковском рынке расходятся с практикой и не позволяют Банку России достигать установленной законом цели развития банковской системы. В Стратегии развития банковского сектора до 2008 года, утвержденной Правительством РФ, зафиксирована цель государственных регулирующих органов – сохранение (неувеличение) государственного участия в капиталах коммерческих банков и снижение доли государственного участия в капитале Внешторгбанка (ВТБ). Однако фактически [9] доля банков, принадлежащих государственному капиталу, выросла с 35,9% в начале 2001 г. до 57,1% совокупных активов к середине 2009 г. Что касается ВТБ, то действительно, после проведения так называемого «народного» IPO процентная доля государства в капитале банка снизилась с 99,9% до 85,5%. Такого рода снижение, во-первых, конечно, никак не сказывается на степени влияния государственного акционера на политику банка, а во-вторых, в денежном измерении государственное участие в капитале ВТБ все-таки значительно выросло: с 2 151 млн $ в 2003 г. до 2 637 млн $ в 2009 г., то есть на 23% [10].

Перечисленные выше некоторые особенности государственного регулирования банковской системы России постоянно порождают возникновение различного рода дискуссий как в среде ученых и практикующих экономистов, так и в отраслевых сообществах, в представительных и исполнительных органах, структурах власти и управления.

Вместе с тем, известны примеры банковских систем, успешно функционирующих в развитых странах Европы, Азии и Америки на протяжении многих десятилетий. Деятельность министерства финансов и центрального банка в них пропитывается совместными координирующими усилиями под контролем правительства, которое может вмешиваться в денежную и курсовую политику центрального банка и даже отменять его решения, если они не соответствуют стратегии государственного регулирования. Такая практика реализуется, например, в Великобритании, Италии, Нидерландах, Швеции, Франции и Японии. Во Франции, в частности, управление центральным банком осуществляется под сильным влиянием Министерства финансов. Кроме того, компетенции центрального банка, включая регулирование и надзор могут не концентрироваться, как это наблюдается в России, в одном этом органе, но распределяться по нескольким независимым структурам разного уровня управления, которые взаимодействуют между собой, согласовывая свои действия посредством совместного участия в работе различных внеструктурных образований – координационных советов и консультативных органов при правительстве, министерствах и др.

Вопросы эффективного регулирования банковской системы и в целом денежно-кредитной сферы чрезвычайно важны, поскольку имеют в своей природе не только экономический и правовой аспекты, но и социальный. Деятельность банковской системы направлена на защиту и обеспечение устойчивости российского рубля, сохранение единства экономического пространства России, свободного перемещения финансовых средств на территории страны, эффективности кредитно-денежного и инвестиционного процессов, а также платежно-расчетных отношений. В конечном итоге функционирование системы нацелено на обеспечение надежного банковского обслуживания организаций, общественных объединений, граждан, государственных органов и оказанию им иных услуг в денежно-кредитной сфере.

Социально-правовой характер экономических отношений в денежно-кредитной сфере обуславливает необходимость государственного регулирующего воздействия, поскольку эта сфера оказывает прямое влияние на поступательный экономический рост, социальную и политическую стабильность любого общества. Таким образом, денежно-кредитная система в целом и банковская система в частности могут как способствовать экономическому росту и социально-политической стабильности государства и общества, так и – спровоцировать кризисные явления, ведущие к экономическому обнищанию и, как следствие, социально-политической нестабильности и утрате суверенитета.

В этих условиях следует полагать, что продолжение полемики о статусе Банка России, его функциях и правовой природе будет способствовать появлению новых идей и подходов, которые позволят расширить позитивное воздействие Банка России на кризисную и посткризисную

экономику РФ, повысить эффективность государственного регулирования банковской системы страны. В таком случае разработка конкретных моделей управления и регулирования банковской системы, нахождение, выбор оптимальных на данном историческом этапе вариантов таких моделей или их элементов, имеющих в своей основе значимые аспекты социальной направленности, становится актуальной задачей исследователя в сфере социологии управления.

Для изучения изложенной проблематики, формулировки предложений по совершенствованию отдельных сторон государственного регулирования и управления банковской системой, выявления подходов к созданию как минимум отдельных элементов будущей модели эффективного управления представляется целесообразным провести соответствующие социологические исследования. Общим источником, фактором изложенных выше проблем является множество функций государственного регулирования банковской системы, наложенное на множество субъектов регулирования, что при отсутствии достаточной системности и наличии многочисленных противоречий такого наложения влечет неадекватную требованиям времени эффективность государственного управления банковской системой.

Представляется также, что с учетом профессиональной специфики банковской сферы одним из наиболее продуктивных методов социологического исследования для получения необходимой информации об изучаемом явлении станет именно специализированный опрос экспертов. Из всего разнообразия форм экспертных опросов наиболее предпочтительным выглядит анкетный опрос в очной форме.

При отборе экспертов, а также конструировании формулировок вопросов анкеты необходимо принять во внимание, что современная действительность характеризуется отчетливыми признаками нарастающего авторитаризма органов исполнительной власти. Можно поэтому ожидать, что на ответы респондентов будут оказывать влияние публичные заявления представителей правительства и центрального банка относительно регулирования денежно-кредитной сферы. Также может сказаться эффект отраслевого субординационного давления, поскольку само строение российской двухуровневой банковской системы и наблюдаемая сегодня довольно энергичная реализация Банком России своей надзорной функции не способствуют прямоте и откровенности в высказываниях банкиров. В этой связи, в ходе подготовки экспертов к опросу, возможно, понадобится особый акцент на анонимность анкетирования.

Очевидно, что подбор экспертов (с соблюдением существующего в науке стандарта проведения экспертного опроса) должен осуществляться во всех основных группах предприятий, организаций и органов, выступающих в качестве субъекта или объекта государственного управления и регулирования банковской системы Российской Федерации: а) коммерческие банки, небанковские кредитные и финансовые организации, их филиалы и представительства; б) отраслевые общественные банковские и финансовые объединения, союзы и ассоциации; в) Центральный банк и его территориальные управления; в) структуры законодательной власти, в частности, профильные думские комитеты; д) структуры исполнительной власти, специализирующиеся на деятельности в денежно-кредитной сфере.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации. - М.: Собрание законодательства Российской Федерации от 26 января 2009 г. № 4 ст. 445.

2. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)». – М.: Собрание законодательства Российской Федерации от 15 июля 2002 г. № 28 ст. 2790.

3. Минервин И. Г. Крах системы жилищного кредитования в США: как это случилось? // Вестник Ассоциации российских банков. № 23. - Москва. 2008. - С. 39.

4. Обзор банковского сектора Российской Федерации. Интернет-версия. // Департамент банковского регулирования и надзора ЦБ РФ. Москва. 2009. № 76. http://www.cbr.ru/archive/root_get_blob.asp?doc_id=8720, табл. 12.

5. Гейвандов Я. А. Национальные регуляторы. // РФБС.РУ. Январь. - Москва. 2009. http://rfbs.ru/content/view/76/130/.

6. Тосунян Г. А. Государственное управление в области финансов и кредита в России. Учебное пособие. - М.: Дело, 1997. - С. 159.

7. Мурычев А. В. Банковский надзор: каким ему быть? // Деньги и кредит. № 4. - Москва. 2007.

8. Карающий меч надзора. Интервью с председателем комитета Государственной Думы по кредитным организациям и финансовым рынкам В. Резником. // Аналитический банковский журнал. № 02 (141). - Москва. 2007.

9. Верников А. В. Доля государственного участия в банковской системе России. // Деньги и кредит. № 11. - Москва. 2009.

10. Официальный сайт ОАО Банк ВТБ. http://www.vtb.ru/we/ir/statements/.

Сведения об авторе

Зобнин Юрий Александрович, *старший преподаватель кафедры «Математические методы в экономике», Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.:(3452) 416398*

Zobnin Iu. A., *senior lecturer, Department of Mathematical Methods in Economics, Tyumen State Oil and Gas University, phone: (3452) 416398*

УДК 65.012

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МИССИИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

О. В. Ленкова, Е. В. Молдованова

Ключевые слова: ***миссия, предназначение, ориентация, политика, нефтегазовые компании***

Key words: ***mission, destination, orientation, policy, oil and gas companies***

Приведена сравнительная характеристика миссий российских вертикально-интегрированных нефтяных компаний, а также результаты их компонентного и типологического анализа. Обозначены факторы и условия, определяющие особенности формулирования миссии данными отраслевыми субъектами хозяйствования.

Some particularities of oil and gas companies mission formation. Lenkova O. V., Moldovanova E. V.

A comparative analysis of missions of Russian vertically-integrated oil and gas companies, as well as the results of their componential and typological analysis are presented. The factors and conditions that determine the specific features of the mission formulation by this industry market participants are determined.

Роль миссии в повышении эффективности функционирования компании в настоящее время трудно переоценить: она способствует снижению степени неопределенности представлений о фирме всех групп субъектов, каким-либо образом связанных с ней, является одним из элементов организационной культуры. При этом на выбор вида и содержание миссии может оказывать влияние большое количество факторов и условий, среди которых отраслевые занимают не последнее место. С целью выявления наиболее важных компонентов при формулировании миссии отраслевыми компаниями, а также особенностей раскрытия этих компонентов, представлялось интересным провести анализ состава миссий нефтегазовых компаний России. Результаты такого исследования могут быть учтены при формулировании (корректировке) миссий нефтегазовых компаний в будущем.

Для реализации компонентного и типологического анализов и повышения степени визуализации полученных результатов на основе систематизации соответствующих общетеоретических положений разработана аналитическая форма, содержащая перечень возможных компонентов миссии организации (таблица). Проведенное с помощью данной формы исследование позволяет сделать вывод о том, что на формирование миссии нефтегазовых компаний решающее воздействие оказывают особенности производства, продукции и особенности ведения бизнеса в нефтегазовой промышленности.

Среди особенностей производства в нефтегазовой промышленности наибольшее влияние оказывают: 1) высокая капиталоемкость; 2) сильное негативное воздействие на окружающую среду; 3) высокая неравномерность размещения по территории страны. Основные особенности отраслевой продукции: 1) широкое производственное и личное потребление продукции; 2) стратегическое

значение продукции. Из вышеприведенных особенностей вытекают особенности ведения бизнеса в нефтегазовой отрасли: 1) ввиду высокой капиталоемкости наиболее приемлемой организационно-правовой формой организации бизнеса является открытое акционерное общество; 2) высокая капиталоемкость и неравномерность размещения на рынке предопределяет ограниченное количество крупных нефтяных компаний; 3) ввиду негативного воздействия на окружающую среду, стратегического значения продукции и масштаба бизнеса, деятельность нефтегазовых компаний находится под строгим регулированием и контролем со стороны государства.

Примечательно, что компании, имеющие одинаковую отраслевую принадлежность, по-разному подходят к формулированию миссии. Интересно, что наиболее крупные из них, занимающие лидирующие позиции в различных рейтингах, это преимущество при обозначении своей миссии не используют. В то же время компании, находящиеся на средних позициях, в большинстве случаев указывают на факт вхождения в десятку лучших.

Таблица 1

Наличие отдельных компонентов в миссиях нефтегазовых компаний

	Возможные компоненты миссии														
Миссии	1. Миссия-предназначение	1.1. Указание на место в рейтинге	1.2. Продукция, работы, услуги	1.3. Категории целевых потребителей	1.4. Рынки	1.5. Забота о выживании, росте и прибыльности	1.6. Технология	1.7. Конкурентные преимущества	2. Миссия-политика	2.1. Финансовые цели	2.2. Стратегические цели	2.3. Миссия-ориентация	2.4. Теоретические ценности	2.5.Экономические ценности	2.6. Социальные ценности
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	ОАО «НК РОСНЕФТЬ» нацелено на инновационное, экологически безопасное и экономически эффективное удовлетворение потребностей общества в энергоресурсах. Благодаря уникальной ресурсной базе, высокому технологическому уровню и команде профессионалов, приверженных своему делу, компания обеспечивает устойчивый рост бизнеса и повышение доходов акционеров. Мы верим, что наша деятельность способствует социальной стабильности, процветанию и прогрессу регионов. НК «РОСНЕФТЬ» стремится укрепить свое положение среди ведущих мировых энергетических корпораций и занять лидерские позиции по операционным и финансовым показателям, а также по акционерной стоимости [5]														
			+			+	+	+			+			+	+
	Компания **«ЛУКойл»** создана, чтобы энергию природных ресурсов обратить на благо человека, способствовать в регионах деятельности долгосрочному экономическому росту, социальной стабильности, содействовать процветанию и прогрессу, обеспечивать сохранение благоприятной окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов. Обеспечить стабильный и долгосрочный рост бизнеса, трансформировать «ЛУКойл» в лидирующую мировую энергетическую компанию. Быть надежным поставщиком углеводородных ресурсов на глобальном рынке энергопотребления [4]														
			+		+	+					+			+	+
	«ТНК-ВР» осуществляет деятельность на основе безупречной репутации, признает и высоко оценивает вклад сотрудников в создание сильной и успешной организации. Компания нацелена на рентабельность и эффективный рост, сопровождающийся улучшениями в области охраны труда, промышленной безопасности и охраны окружающее среды [11]														
						+							+		+

	ОАО «Сургутнефтегаз» – динамично развивающаяся энергетическая компания, ориентирующаяся на применение самых передовых наукоемких технологий. Компания стремится оптимально сочетать достижение производственных целей и обеспечение экологической безопасности, создание оптимальных социально-бытовых условий для своих сотрудников и участие в социально-экономическом развитии регионов [9]														
			+				+							+	+

Продолжение таблицы

	Возможные компоненты миссии														
	1. Миссия-предназначение	1.1. Указание на место в рейтинге	1.2. Продукция, работы, услуги	1.3. Категории целевых потребителей	1.4. Рынки	1.5. Забота о выживании, росте и прибыльности	1.6. Технология	1.7. Конкурентные преимущества	2. Миссия-политика	2.1. Финансовые цели	2.2. Стратегические цели	2.3. Миссия-ориентация	2.4. Теоретические ценности	2.5.Экономические ценности	2.6. Социальные ценности
Миссии	**ОАО «Газпром нефть»** – один из лидеров российских вертикально интегрированных нефтяных компаний. Деятельность компании основана на убеждении, что эффективное и устойчивое развитие бизнеса неразрывно связано с национальной экономической конкурентоспособностью, социальным благополучием, сохранением природных богатств [3]														
	+	+												+	+
	ОАО «Славнефть» входит в десятку крупнейших нефтяных компаний России. Вертикально-интегрированная структура холдинга позволяет обеспечить полный производственный цикл: от разведки месторождений и добычи углеводородных запасов до их переработки. Максимальная безопасность производства, забота о благосостоянии сотрудников и решение социальных вопросов и задач в регионах своего присутствия остаются основными ценностями в работе компании [8]														
		+	+												+
	«РуссНефть» – одна из ведущих российских нефтяных компаний, в состав которой входит ряд нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих предприятий. Холдинг имеет вертикально-интегрированную структуру и ведет активную деятельность на территории Российской Федерации. Компания стремится всемерно способствовать развитию экономики регионов и благосостояния их жителей, направляя весомые налоговые платежи в местные бюджеты, создавая новые рабочие места, строя новые производственные объекты на территориях регионов [7]														
		+	+		+									+	
	Укрепление за **«Татнефтью»** статуса международно признанной, финансово устойчивой компании, как одного из крупнейших вертикально-интегрированных отечественных производителей нефти и газа, продуктов нефтепереработки и нефтехимии, с обеспечением высокого уровня корпоративной социальной ответственности [10]														
			+								+				+
	ОАО «Газпром» видит свою миссию в максимально эффективном и сбалансированном газоснабжении потребителей Российской Федерации, выполнении с высокой степенью надежности долгосрочных контрактов по экспорту газа [2]														
			+		+									+	
	ОАО «НОВАТЭК» – ведущий независимый производитель природного газа в России после компании «Газпром». Осуществляет разведку, добычу, переработку, транспортировку и реализацию газа и жидких углеводородов, способствуя улучшению социально-экономической ситуации в регионах присутствия и сведению к минимуму негативной техногенной нагрузки на окружающую среду [6]														
		+	+		+			+						+	+

Кроме того, практически ни одна нефтегазовая компания не приводит в миссии все обязательные элементы: характеристика продукта (работы, услуги), целевой потребитель, рынки. Это, вероятнее всего, можно объяснить приведенными выше факторами, а также известностью этих компаний. Отметим, что, чем больше доля участия иностранного капитала в компании, тем более «размыты» формулировки, тем более четко прописана социальная и экологическая составляющие.

Учитывая воздействие вышеупомянутых факторов, можно обозначить список рекомендуемых компонентов при формулировании миссии нефтегазовой компании, а также сформулировать отраслевые особенности раскрытия этих компонентов.

1. Указание на место в рейтинге. Стратегические цели. Ввиду небольшого количества крупных компаний, действующих на рынке, указание на место в рейтинге несет большую смысловую нагрузку для пользователей миссии и обязательно упоминается при выгодной позиции. Стратегические цели компании следует указывать в разрезе повышения рейтинга.
2. Продукция, работы, услуги, категории целевых потребителей, рынки. Ввиду широкого производственного и личного потребления продукции компаний, их ограниченного числа и широкого профиля, миссия нефтегазовых компаний формулируется в широком понимании, без жесткой привязки к номенклатуре производимой продукции, группе потребителей и рынкам.
3. Забота о выживании, росте и прибыльности. Ввиду того, что крупные нефтегазовые компании существуют в форме открытых акционерных обществ, в миссии следует указывать направленность компании на долгосрочный рост, который является, как правило, для собственников гарантом устойчивых доходов.
4. Технология и конкурентные преимущества. Поскольку крупные нефтегазовые компании работают в рамках национального рынка и за рубежом, то есть являются частью глобальной системы энергообеспечения, они осознают, что ключевыми факторами конкуренции на глобальном рынке в настоящее время выступают новейшие технологии. Упоминание в миссии об инновационном характере производственной деятельности способствует формированию имиджа передового успешного участника глобального рынка.
5. Экономические и социальные ценности. Вследствие масштабов деятельности, сильного негативного воздействия на окружающую среду и пристального внимания со стороны государства в качестве обязательного элемента миссии нефтегазовых компаний следует обозначить возможное влияние деятельности компании на экономико-социальное развитие и экологическую безопасность в регионах присутствия.

Миссии нефтегазовых компаний формулируются исходя из широкого понимания миссии, чаще всего представляя комбинацию миссии-предназначения и миссии-ориентации.

Список литературы

1. Стратегический менеджмент: учебное пособие / В.В. Пленкина [и др.]. Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. - 196с.
2. Официальный сайт компании ОАО «Газпром». [Электронный ресурс] URL: http://www.gazprom.ru/.
3. Официальный сайт компании ОАО «Газпром нефть». [Электронный ресурс] URL: http://www.gazprom-neft.ru/.
4. Официальный сайт компании ОАО «ЛУКойл». [Электронный ресурс] URL: http://www.lukoil.ru/.
5. Официальный сайт компании ОАО «НК РОСНЕФТЬ». [Электронный ресурс] URL: http://www.rosneft.ru/.
6. Официальный сайт компании ОАО «НОВАТЭК». [Электронный ресурс] URL: http://www.novatek.ru/rus/.
7. Официальный сайт компании ОАО «РуссНефть». [Электронный ресурс] URL: http://www.russneft.ru/.
8. Официальный сайт компании ОАО «Славнефть». [Электронный ресурс] URL: http://www.slavneft.ru/.
9. Официальный сайт компании ОАО «Сургутнефтегаз». [Электронный ресурс] URL: http://www.surgutneftegas.ru/.
10. Официальный сайт компании ОАО «Татнефть». [Электронный ресурс] URL: http://www.tatneft.ru/.
11. Официальный сайт компании ОАО «ТНК-ВР». [Электронный ресурс] URL: http://www.tnk-bp.ru/.

Сведения об авторах

Ленкова Ольга Васильевна, *доцент кафедры менеджмента в отраслях топливно-энергетического комплекса Тюменского государственного нефтегазового университета, e-mail: olga_lenkova@mail.ru*

Молдованова Елена Владимировна, *студентка кафедры менеджмента в отраслях топливно-энергетического комплекса Тюменского государственного нефтегазового университета, тел.: 89097345235*

Lenkova O. V.*, associate professor, Department of Management in Fuel and Energy Complex Sectors, Tyumen State Oil and Gas University, e-mail: olga_lenkova@mail.ru*

Moldovanova E. V.*, student, Department of Management in Fuel and Energy Complex Sectors, Tyumen State Oil and Gas University, mobile phone: 89097345235*

УДК 519.71

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ: ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ

А. А. Норчак

Ключевые слова: ***социальная эффективность, экономическая эффективность, эффективность управления предприятия***

Key words: ***social effectiveness, economic effectiveness, effectiveness of enterprise management***

На основе проведенного авторского теоретико-методологического анализа категории эффективности определены ее компоненты: социальная и экономическая эффективность, эффективность управления и управленческой деятельности, выделены основные факторы, условия и показатели формирования системы эффективности российского предприятия.

Basic components of a Russian enterprise effectiveness. Norchak A. A.

Based on the theoretical-methodological analysis of the effectiveness category carried by the author this category components are determined, namely the social and economic effectiveness, effectiveness of management and managerial activities. The basic factors, conditions and indices of Russian enterprise effectiveness system formation are also outlined.

В литературе присутствует несколько разработанных понятий эффективности (социальной и экономической), часто смешиваемых между собой: эффективность предприятия, эффективность управления, эффективность управленческой деятельности, эффективность производственной деятельности, эффективность деятельности персонала предприятия. Выявление соотношения этих категорий и их направленности внесет свой вклад в достижение оптимальных результатов предприятия.

Представляется, что социальная и экономическая эффективность – это две составляющие всех элементов эффективности предприятия (рис. 1).

Эффективность предприятия можно определить как последовательное, закономерное, целевое изменение состояния предприятия в процессе его функционирования до достижения оптимального эффекта (достижения оптимума - наилучшего состояния системы), определяемого соотношением полученных результатов и затраченных на их получение ресурсов.

Экономическая составляющая эффективности предприятия рассматривается как результативность экономического обеспечения функционирования предприятия, достижение экономических целей – экономического эффекта или экономического результата – наибольшего объема производства при определенных экономических затратах.

Экономичность предприятия как одна из составляющих эффективности – разумная и рациональная экономия средств, фактически минимизация затрат на достижение экономического результата.

Эффективность производства – это достижение высокого уровня развития и рациональной организации производства на предприятии в процессе его функционирования и получении экономического результата при минимизации затрат (экономический эффект).

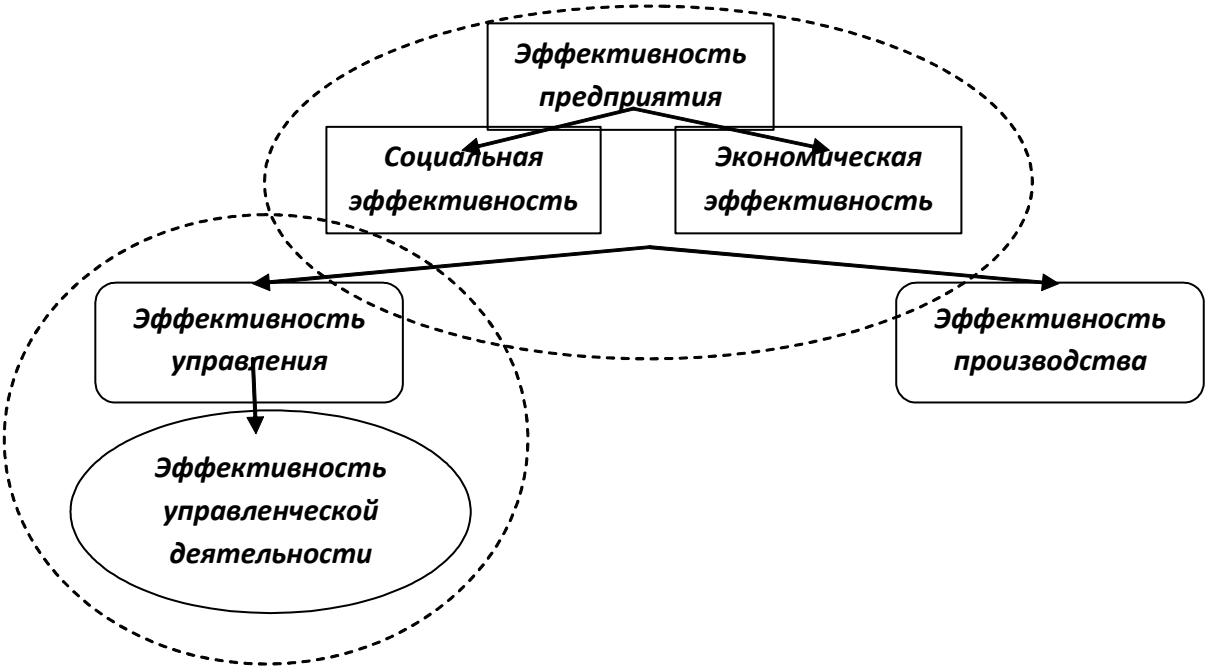


Рис. 1. Соотношение элементов понятия эффективности предприятия

Элемент эффективности предприятия: эффективность управления, в том числе, и ее составная часть – эффективность управленческой деятельности включает такую же экономическую составляющую, как и эффективность предприятия в целом.

Экономический аспект эффективности управления заключается в получении оптимального экономического результата в процессе организации управления предприятием.

Социальная эффективность предприятия представляет достижение социального эффекта как социально значимого формирования и развития личности работника: высоконравственного, интеллектуального, толерантного, социализированного, социально-активного гражданина и профессионала – в комфортной среде жизнедеятельности для самих сотрудников, для населения территории функционирования предприятия, для всего общества в целом.

В социологии управления управление трактуется как систематическое воздействие субъекта управления на социальный объект.

В качестве такого выбрали нефтегазодобывающее предприятие, с тем, чтобы обеспечить его целостность, нормальное функционирование, совершенствование и развитие, достижение заданной цели. Тогда социальная эффективность управления предприятием определяется как достижение социального эффекта: формирование и развитие личности, обеспечение комфортной среды ее жизнедеятельности, – путем целенаправленного влияния на сотрудников в процессе их взаимодействия с управленцами, их поведение и ценностные ориентации, преобразования условий их производственной деятельности и семейной жизни.

Очевидно, что в качестве основной задачи управления являются взаимодействие сотрудников и управленцев, обеспечение четко скоординированной целенаправленной их совместной деятельности и всего предприятия в целом, для достижения социальных результатов есть основа управления и социальная эффективность управленческой деятельности.

Социальная эффективность субъектов управления и персонала фактически является социальной эффективностью управленческой деятельности предприятия.

Целесообразно ввести в научный оборот, а затем и в практику управления для достижения социального эффекта, следующие содержательные характеристики социальной эффективности (рис. 2).

Представляется возможным рассматривать социальную эффективность предприятия как социальную результативность взаимодействия ее субъектов.

Результатом социально направленной деятельности предприятия являются социальные блага обществу, с одной стороны, и субъектам производственной деятельности, с другой:

- работникам, включая не только денежное вознаграждение, но и уверенность в сохранении работы, в перспективном карьерном росте, в повышении образовательного и квалификационного

уровня, в обеспечении социальных гарантий, в создании комфортного климата трудовой деятельности и др.;

- для общества (населения города) – это благотворительная функция предприятия для жителей: организация детских садов, школ, центров досуга, парков и т.д.



Рис. 2. Содержательные характеристики формирования социальной эффективности предприятия

Таким образом, условия социальной эффективности управления предприятием фактически означают наличие совокупности явлений или процессов, которые делают возможным достижение социального эффекта; факторы социальной эффективности – явления или процессы, оказывающие влияние, воздействие на управление и получаемые результаты – социальный эффект; критерии-признаки состояния социальной эффективности, позволяющие оценить степень достижения социального эффекта; показатели – количественное и качественное выражение критериев социальной эффективности управления. Представлены условия, факторы и критерии социальной эффективности управления предприятием (таблица).

Основные характеристики социальной эффективности управления предприятием

Условие	Фактор	Критерий
Условия труда и производства работников	Позитивная мотивация труда работников	Формирование и развитие личности сотрудника предприятия
Профессиональная подготовка работников	Организация трудовой деятельности сотрудников	Формирование комфортной среды жизнедеятельности сотрудников предприятия
Ценностные ориентации работников	Выстраивание траектории карьерного развития сотрудника на предприятии	Формирование комфортной среды населения, на территории которого функционирует предприятие
Морально-психологический климат в коллективе	Верность работников своему предприятию	Социальные инициативы развития территорий, где функционирует предприятие
Наличие социальных проектов на предприятии	Совершенствование орудий труда	Стабильность социального развития коллектива предприятия
Социальная ответственность сотрудников предприятия	Внедрение инновационных методов труда	Удовлетворение спроса потребителей продукции предприятия
Социальная ответственность предприятия	Структурные изменения в обществе	–
Социальное обеспечение сотрудников предприятия	Экономические и политические кризисы в обществе	–
Социальное партнерство предприятия с внешними субъектами управления	Законодательство в отношении предприятий	–

Представляется необходимым дать некоторые пояснения в отношении некоторых условий социальной эффективности управления предприятием: социального партнерства, социальных проектов, социальной ответственности предприятия.

По мнению С. Туркина, в теории социальная ответственность включает несколько составляющих: во-первых, использование своих ресурсов и энергии в действиях, ведущих к увеличению прибыли, то есть получение эффекта для своих сотрудников и акционеров предприятия; во-вторых, максимальный вклад (материальный, организационный и т.д.) в улучшение качества жизни окружающей среды – общества; в-третьих, социальная ответственность предприятия – это просто «хорошая работа» предприятия, поскольку сокращает долгосрочные потери прибыли. Тратя деньги на социальные и филантропические программы [1], предприятие сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, следовательно, устойчивые прибыли.

«Википедия» корпоративную социальную ответственность трактует как концепцию, в которой предприятие берет на себя ответственность за результаты своей деятельности перед обществом. Производственные организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом [2].

Словарь терминов «Бизнес-инкубатор» определяет социальную ответственность бизнеса как его добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума [3].

С. В. Братющенко считает, что социальная ответственность подразумевает определенный уровень развития предприятия и добровольный отклик на социальные проблемы общества, что означает не только соблюдение законодательно установленных норм и правил, но и осуществление деятельности сверх этих требований [4].

Таким образом, социальная ответственность является необходимым условием социальной эффективности управления предприятием, в процессе которого предприятие берет на себя

обязательство обеспечить развитие, во-первых, своих сотрудников и их семей, во-вторых, население близлежащих территорий, в-третьих, внести свой вклад в обеспечение комфортной среды жизнедеятельности не только работников предприятия, но и окружающей предприятие среды и всего общества в целом.

Еще одним необходимым условием социальной эффективности управления предприятием является социальное партнерство как система институтов и механизмов согласования интересов участников производственного процесса: работников и работодателей [5]. Как считает Кацва А., принципы социального партнерства заключаются в цивилизованном регулировании социально-трудовых отношений, в налаживании нормальных партнерских взаимоотношений между наемными работниками и работодателями при посредничестве государства [6].

Контуры понятия социального партнерства расширяют Р. Гринберг и Т. Чубарова, подчеркивая, хотя традиционно под социальным партнерством понимаются, прежде всего, отношения в социально-трудовой сфере между работниками и работодателями, складывающиеся при активном участии государства, в современной российской литературе наблюдается тенденция к расширительному толкованию социального партнерства как одного из способов сотрудничества различных секторов жизни общества, причем акцент явно делается на некоммерческий сектор [7].

Фактически социальное партнерство как условие социальной эффективности управления предприятием заключается в сотрудничестве, прежде всего, между управленцами и работниками предприятия в виде заключения коллективных договоров, обеспечения комфортной среды их взаимодействия, а с другой стороны, в сотрудничестве с территориальными властными структурами, общественными фондами в виде выдвижения социальных инициатив, реализации социальных программ для населения, выполнении социальных проектов.В этом случае социальные проекты являются одним из не менее важных условий социальной эффективности управления предприятием.

Г. П. Щедровицкий подчеркивал, что, проект представляет организованную структуру деятельности, построенную для перенаправления и переориентации общественных процессов [8]. Тогда социальный проект – это организованная структура деятельности преобразования социальной действительности для получения социального эффекта.

Ж. Т. Тощенко считает [9], что социальный проект – это документ (совокупность документов), характеризующий цели, средства и этапы реализации намеченной программы социальных изменений.

В социологии управления социальный проект представляет комплекс связанных определенной зависимостью характеристик желаемого будущего состояния социальной системы. В этом случае в проекте обоснована будущая модель системы, сформированная при определенных взаимодействиях людей, наличии трудовых, финансовых, материальных и других ресурсов, в том числе, личностных: ценностных, интеллектуальных, познавательных [10].

Таким образом, социальный проект как условие социальной эффективности управления предприятием представляет предполагаемую модель – организованную структуру деятельности предприятия для достижения социального эффекта.

Список литературы

1. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность. / Журнал «Управление компанией», №7, 2004.
2. Статья «Корпоративная социальная ответственность». /http://ru.wikipedia.org
3. Статья «Социальная ответственность бизнеса», /http://biznesinkubator.ru/
4. Братющенко С. В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики / С. В. Братющенко, В. Е. Селиверстов // Регион: экономика и социология. - 2007. - №4.
5. Экономический словарь. Статья «Социальное партнерство». /http://abc.informbureau.com.
6. Кацва А. Социальное партнерство. /Журнал «Отечественные записки».- №3, - 2003.
7. Гринберг Р.,Чубарова Т. Социальное партнерство. /Журнал «Стратегии России».- №6, - 2005.
8. Щедровицкий Г. П. О проекте и проектировании. /Курс лекций для слушателей методологической школы -2001. – М.: Аспект, 2001.
9. Тощенко Ж. Т. Социология. Общий курс. 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Прометей, 1998.
10. Удальцова М. В. Социология управления. - М.: ИНФРА-М, 1998.- 144 с.

Сведения об авторе

***Норчак Александр Анатольевич**, соискатель кафедры «Математические методы в экономике», Тюменский государственный нефтегазовый университет, e-mail: maniac4you@yandex.ru*

***Norchak A. A.**, applicant for a scientific degree, Department «Mathematical Methods in Economics», Tyumen State Oil and Gas University, e-mail: maniac4you@yandex.ru*

УДК 681.5.622.32

УПРАВЛЕНИЕ НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИЕЙ: СОЦИОДИАГНОСТИКА ВАХТОВОГО ТРУДА

А. Н. Силин, С. А. Ермаков

Ключевые слова: ***вахтовый метод, режим труда и отдыха, социальная удовлетворенность, семейные отношения***

Key words: ***shift work, work-rest schedule, social satisfaction, family relations***

Рассмотрены социальные условия применения вахтового труда в нефтегазовой компании ОАО «Варьеганнефть». Приведены результаты анкетного опроса вахтового персонала. Выявлены проблемные ситуации и пути их решения.

Social diagnostics of shift work arrangement in an oil and gas company. Silin A. N., Ermakov S. A.

Social conditions of shift-work arrangement method application in the oil and gas company Variegganneft are reviewed. The results of the questionnaire survey held among the rotation personnel are presented. Certain problem situations and the ways of their improvement are revealed.

Энергетическая безопасность России, уровень и качество жизни населения страны во многом определяются эффективностью управления нефтегазовыми компаниями, обеспечивающими значительную часть налоговых поступлений и сотни тысяч рабочих мест. Значительную специфику и сложности в управленческие механизмы вносит использование нетрадиционных технологий организации производства и, в первую очередь, вахтового метода, масштабы применения которого продолжают ежегодно возрастать.

Авторы статьи в 2010г. провели социологическое исследование условий и эффективности управления вахтовой организацией труда в ОАО «Варьеганнефть», осуществляющем добычу нефти и попутного газа, нефтепереработку для собственных нужд, капитальный ремонт скважин и оборудования, транспортное, социальное обслуживание персонала и др. Численность работников общества на 01.12.2010г. составляла 1259 человек, в том числе 285 чел. или 22,6% – вахтовый персонал. Пункты сбора для них – гг. Уфа, Брянск, Махачкала, Омск, Смоленск, Дербент, Волгоград, Краснодар, Минеральные воды, Самара.

Средний возраст вахтовиков оказался несколько выше (44 года), чем у стационарного персонала (37,5 лет). При этом они меньше болеют (на больничном в 2010г. находились 62% местных работников и лишь 28% вахтовиков), в большей степени дорожат своим рабочим местом (лишь 1,7% из них имеют дисциплинарные взыскания в отличие от 12% местного персонала, уровень текучести для вахтового персонала составил 1,2%, стационарного 4,8%). Уровень образования вахтовиков и местных работников ОАО «Варьеганнефть» отражен в табл. 1.

Таблица 1

Уровень образования работников ОАО «Варьеганнефть» на 01.12.2010г., % от общей численности

Категория персонала	Образование		
	высшее	средне-специальное	среднее общее
Вахтовики	7,4	24,2	68,4
Местные работники	39,2	27,4	33,4
Всего	32,0	26,6	41,3

Опрос респондентов проводился нами на рабочих местах в междусменный период, в процессе учебы в учебно-курсовом комбинате и во время ожидания транспорта в аэропорту и на вертолетных площадках.

Сбор информации, как правило, был основан на самозаполнении анкет респондентами. При этом выяснилось, что анкетный опрос в северных организациях значимо отличается от такой же работы, проводимой в стационарных организациях южных и центральных регионов страны. Его регионально-отраслевая специфика, связанная с мобильностью производства, ненадежностью транспорта, более частой сменяемостью кадров, особыми личностными качествами респондентов, неопределенностью производственной ситуации вследствие природно-геологических и климатических условий – все это существенно затрудняло предварительное планирование и отбор респондентов, обеспечивающих формальную репрезентативность выборки и вызывало необходимость ее ремонтов.

Нами по репрезентативной выборке проведен опрос 224 человек, работающих вахтовым методом. В качестве инструментария использована разработанная авторами анкета, содержащая 39 вопросов. Опрос проводился на рабочих местах в междусменный период, а также в процессе учебы и ожидания транспорта. Критериями оценки репрезентативности стали традиционные половозрастные параметры и стаж в вахтовом режиме. Последний составил для опрошенных около 10 лет, что позволяет считать их достаточно компетентными в изучаемой проблематике. Большинство опрошенных вахтовиков (74,1%) – мужчины разных возрастных групп. По этим параметрам выборка сравнивалась с генеральной совокупностью вахтового персонала и, в результате ее ремонта, значимых отличий не содержит. Уровень образования опрошенных также соответствует всему массиву вахтовых работников (см. табл.1). Большая часть вахтовиков (80,4%) состоит в браке и имеют детей.

Опрошены операторы добычи нефти и газа, слесари, электромонтеры, помощники бурильщиков, токари, вахтовики других рабочих профессий. Среди них 39,3% имеют высший разряд, 29,5% работают по 5-му разряду, 15,2% по 4-му, то есть уровень профессиональной квалификации респондентов достаточно высок.

На момент опроса считают свою работу интересной 80,4%, требующей высокой квалификации 75%, ответственной 87,5%, физически тяжелой 48,2%, требующей большого нервного напряжения 43,7% респондентов. По мнению 81,2% опрошенных работа соответствует их знаниям и способностям, удовлетворяет в целом 68,7% опрошенных. При этом, лишь 29,5% считают, что их работа нравится окружающим людям, 30,3% сомневаются в этом, а 40,2% уверены в обратном (табл. 2).

Таблица 2

Оценка вахтовиками своей работы, % к числу опрошенных

Оценка	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Работа интересная	80,4	6,2	13,4
Требует высокой квалификации	75,0	5,4	19,6
Нравится многим	29,5	40,2	30,3
Работа ответственная	87,5	0	12,5
Физически тяжелая	48,2	27,7	24,1
Требует большого нервного напряжения	43,7	34,8	21,5
Соответствует моим знаниям и способностям	81,2	7,1	11,7
В целом удовлетворяет	68,7	6,3	25,0

72,3% опрошенных утверждают, что почти всегда работают в полную меру сил и возможностей, 83,0% – заинтересованы выполнить работу лучше, 58,9%, по их словам, всегда проявляют инициативу, 82,1% – успешно справляются с работой, и при этом оказывают помощь товарищам по работе – 78,6%. Между тем, менее половины (48,2%) считают, что хорошо информированы о планах и состоянии дел в коллективе (табл. 3). Лишь 17,9% респондентов удовлетворены системой мотивации в своей организации, 40,2% ответили, что лишь иногда поощряются за успешную работу, а 24,1% – никогда.

Таблица 3

Отношение вахтовиков к своей работе, % к числу опрошенных

Отношение к работе	Всегда	Иногда	Никогда	Затрудняюсь

				ответить
Работаю в полную меру сил и возможностей	72,3	17,0	0	10,7
Заинтересован работать лучше, качественней	83,0	5,4	0	11,6
Проявляю инициативу	58,9	26,8	0,9	13,4
Успешно справляюсь с работой	82,1	7,1	0,9	9,9
Оказываю помощь товарищам	78,6	9,8	0,9	10,7
Хорошо информирован о планах и состоянии дел	48,2	27,7	7,1	17,0
Достаточно поощряют за успешную работу	17,9	40,2	24,1	17,8

Судя по анкетам, хорошим свой заработок считают лишь 2,7% опрошенных, 45,5% средним, остальные – низким. Опрошенные вахтовики работают по разным режимам труда и отдыха (РТО). Около половины трудятся по 11 часов в сутки, пятая часть по 10,4% - 9 часов, 17% в режиме 12 часов работы и 12 часов отдыха и т.д. При этом 75% респондентов отметили, что их РТО, в основном, соблюдается. Остальные – иногда нарушается. Причины, по которым вахтовики остаются на работе сверх нормативного срока: желание заработать больше денег (51% опрошенных), просьба начальства о подмене (36%), неблагоприятные погодные условия (4%). Остальные причины (желание накопить отгулы, производственная необходимость, расписание движения транспорта) отметили небольшое число респондентов. При этом большая часть опрошенных удовлетворена РТО, по которому трудится. Недовольство высказали лишь единицы респондентов. Неудовлетворенность РТО вызвана в основном коротким, по их мнению, между вахтовым периодом и коротким отдыхом между сменами.

Как выяснилось, большинство (82,1%) начинают вахту с хорошим настроением и уверенностью, что все будет нормально, 6,2% – с чувством подавленности и апатии, 3,6% ожидают, что начальник испортит настроение, остальные – фаталистически ответили «бывает по-разному».

Социально-психологический климат в вахтовых коллективах большинство (60,7%) оценили как «вполне приемлемый», 30,4% считают его «прекрасным» и лишь 4,5% респондентов ответили, что он «явно не способствует хорошей работе». При этом основными причинами возникающих конфликтов вахтовики считают (по мере убывания значимости): неудовлетворенность оплатой труда, нехватку запчастей и материалов, работу не по специальности, неудовлетворенность условиями труда, неравномерную загрузку, плохую организацию производства и перевахтовки.

Эти причины очень близко коррелируют с ответами на вопрос о наиболее острых проблемах в жизни их коллектива. Они выглядят следующим образом (по мере убывания значимости):

- несовершенство оплаты труда;
- недостаточно хорошие условия труда;
- слабое развитие материальной базы предприятия;
- неэффективная организация производства;
- недостаточная забота менеджмента о людях;
- плохая информированность работников о делах организации.

Вместе с тем, большинство респондентов (66,1%) в целом удовлетворены своей работой и не собираются ее менять. И все же 8,0% опрошенных хотят сменить работу уже в течение этого года, 15,2% – в течение 2-3 лет, 3,6% – через 5 лет. При этом очевидной связи желания уволиться и факторов неудовлетворенности нет (табл. 4).

Таблица 4

Влияние удовлетворенности заработком на текучесть кадров, % к числу опрошенных

Намерение уволиться	Заработок		
	хороший	средний	низкий
В течение этого года	6,7	2,1	12,8
В течение 2-3 лет	12,8	10,4	23,4
Через 5 лет	13,8	2,1	6,4
Не планирую	66,7	85,4	57,4
Итого	100,0	100,0	100,0

При выяснении причин, побудивших респондента принять решение о вахтовой работе на Севере, выяснилось, что большинство привлекла возможность больше заработать (60%), далее по степени снижения значимости опрошенные указали семейные обстоятельства, привлекательный режим труда и отдыха (РТО), возможность сделать карьеру, сменить обстановку, приобрести новую профессию.

При этом, если для женщин оказались значимыми лишь заработок и удобный РТО, то у мужчин палитра мотиваторов оказалась более многообразной: это – разнообразная жизнь, смена обстановки, карьерный рост и др. Интересно, что разнообразная жизнь и смена обстановки оказалась значимой в большей степени для вахтовиков после 40 лет (из отметивших именно эту причину работы вахтой 40% оказались 41-50 лет; 33,3% – 51-60 лет и лишь 20% до 25 лет). Для респондентов в возрасте 26-30 лет и свыше 60 лет «семейные обстоятельства» – наиболее приоритетная причина.

Констатируя результаты проведенных исследований и практики использования вахтового метода в ОАО «Варьеганнефть» можно сделать вывод о возможности и целесообразности его дальнейшего использования при условии принятия предложенных авторами мер [3-5] по улучшению качества жизни вахтового персонала, разработке и реализации инновационных социальных технологий, способных решить эту задачу.

Список литературы

1. Силин А. Н. Стратегия социально-экономического управления и механизмы ее реализации // Проблемы Севера и Арктики Российской Федерации. Вып.11.- М.: Изд-во Совета Федерации, 2010. - С.29-32.

2. Силин А. Н. Вахтовый метод в северном регионе: опыт 35-летнего социологического исследования // Современное общество и социология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2008. - С.173-175.

3. Андреев О. П., Арабский А. К., Крамар В. С., Силин А. Н. Система менеджмента вахтового метода работы предприятия в условиях Крайнего Севера. – М.: Недра-Бизнесцентр, 2009. - 175с.

4. Ермаков С. А. Вопросы организации труда при применении вахтового метода на предприятиях // Методы и модели современного социального менеджмента. Вып.1(11). – Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. - С. 130-134.

5. Силин А. Н., Ермаков С. А. Вахтовый метод в нефтегазовой компании: инновационные социально-управленческие технологии // Проблемы формирования единого экономического пространства и социального развития в странах СНГ – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. - С. 230-237.

Сведения об авторах

***Силин Анатолий Николаевич**, д.с.н., профессор кафедры МиМУ, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 89199446020, e-mail: sm-2004@rambler.ru*

***Ермаков Сергей Александрович**, заместитель генерального директора ОАО «Варьеганнефть» по работе с персоналом и быту, соискатель, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 83466841501, e-mail: ErmakovSA@oaovn.ru*

***Silin A. N.**, PhD in Sociology, professor, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 89199446020, e-mail: sm-2004@rambler.ru*

***Ermakov S. A.**, Deputy General Director of OJSC «Varieganneft», applicant for scientific degree at Tyumen State Oil and Gas University, phone: 83466841501, e-mail: ErmakovSA@oaovn.ru*

УДК 00

ГЕНЕЗИС КОНТРОЛЛИНГА

С. В. Фролова

Ключевые слова: ***исследование контроллинга, концепция, эволюционный путь контроллинга***
Key words: ***study of controlling, concept, vision and evolutionary way of controlling***

Исследована актуальность исследования контроллинга. Выделены основные этапы становления и развития контроллинга. Приведена краткая сравнительная характеристика основных концепций контроллинга по функциям и уровню принятия решений на эволюционном пути.

Genesis of controlling. Frolova S. V.

The urgency of the controlling research is traced in the article. The basic phases of the controlling formation and evolution are outlined. The author gives a brief comparative characteristic of the main controlling concepts by functions and levels of making decisions on the evolutionary way.

В последние годы в нашей стране достаточно актуальной является тема контроллинга на предприятии. Российские предприятия функционируют в стране с рыночной экономикой и высококонкурентной внешней средой, что требует постоянного поиска новых, более эффективных методов и инструментов управления.

Многие ученые считают контроллинг наукой, которая требует тщательного исследования и развития. Для этого, прежде всего, нужно разобраться, как появился контроллинг, и как он эволюционировал. Почти у всех исследователей данной темы схожие взгляды на историю возникновения контроллинга похожи.

Анализ исследований, посвященных теме контроллинга, позволяет ученым выделить несколько этапов.

- В XV в. при дворе английского короля существовала должность с названием *«Countrollour»*, в задание которого входили документирование и контроль денежных и товарных потоков.
- С конца XIX в. в США слово «контроллинг» стало использоваться в современном значении – характеристика области заданий в финансовом учреждении. Основной причиной появления понятия контроллинга в экономической литературе называют, прежде всего, промышленный рост в США в конце XIX – начала XX ст., который вызывал осложнение процессов планирования и появление новых подходов к планированию в финансовом учреждении. Экономический кризис 1929 г. привел к пониманию роли производственного учета, а также к необходимости внедрения на предприятии, наряду с планированием, элементов контроллинга.
- В послевоенный период в рамках американской экономической экспансии контроллинг пришел в Европу из США, и в современном понимании, как концепция управления, получил наибольшее развитие в Германии.
- В 50-70-х годах в Германии стала активно развиваться теория контроллинга, сопровождаясь формированием ряда групп концепций.

Хотя контроллинг пришел из США в Германию, между концепциями контроллинга этих стран есть отличия концептуального характера, основные рассмотрены в табл. 1.

В России понятие «контроллинг» начинает появляться в 1990-е гг. Это связано с переходом к становлению рыночных отношений в стране, с распадом СССР. Гоняясь за модными тенденциями в сфере экономики и считая контроллинг чуть ли не панацеей от всех бед, российские предприятия внедряли в работу немецкую концепцию контроллинга [3]. Хотя академизированный, черезчур теоретизированный немецкий подход, основываясь исключительно затратном подходе к управлению предприятием, не может быть полностью применен в условиях российской действительности и быть результативным. Об этом свидетельствуют многочисленные исследования в рамках изучения практического применения контроллинга в России.

Таблица 1

Американская и немецкая концепции контроллинга

Страна	Концепция	Исследователи
Германия (теоретическая сторона)	Тенденция академизации контроллинга Стремление создать сначала теоретически целостную систему, затем приниматься за решение конкретных задач	А. Дайле, Р. Манн, Э. Майер, Г. Пич, Х. Фольмут, Ф. Фрайберг, Б. Штайгмайер, Д. Хан, Х. Хунгенберг, Э. Шерм и др.
США (практическая сторона)	Теснее связан с менеджментом Более ориентирован на требования рынка и потребности клиентов	К. Друри, Р. Каплан, Д. Нортон, Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер и др.

Целью дальнейшего исследования, основанного на прослеживании генезиса контроллинга, является синтез применяемой немецкой концепции контроллинга и его американского предшественника, который, по нашему мнению, наиболее адаптирован к внедрению на предприятиях нефтегазодобывающей промышленности.

Кроме этого, современный контроллинг, начиная с 80-х годов прошлого века, прошел свой эволюционный путь. Чаще всего исследователи подробно рассматривают эволюцию контроллинга и выделяют шесть концепций [4,5]. Выделены основные особенности каждой из них – ориентация, функции и уровень принятия решений (табл. 2).

Таблица 2

Эволюционный путь контроллинга

Концепция	Ориентация	Функция	Уровень принятия решений
Управленческий учет (80-е годы)	Управление затратами с использованием информационных технологий	Координирующая	Оперативные задачи
Управленческая информационная система (конец 80-х годов)	Информационное обеспечение: сбор и обработка информации, используемой при планировании, контроле и регулировании	Координирующая	Приближается к стратегическому
Планирование и контроль (начало 90-х годов)	Обратная связь в контуре управления, координирующая стратегическое и оперативное планирование	Координирующая	Стратегический и оперативный контроллинг
Координация (90-е годы)	Обратная связь в контуре управления за счет методов координации (в случае стратегического планирования) и регулирования (при оперативном планировании) в любой предметной области	Координирующая	Стратегический и оперативный контроллинг
Управление управлением (конец 90-х годов)	Системы управления знаниями, а не данными	Системообразующая роль	Стратегический и оперативный контроллинг
Координация процесса принятия решений (2000-е годы)	Поддержка принятия управленческих решений с помощью методологий и методик координацииУправление знаниями и информацией	Рефлексия (осознание и осмысление) решений Метафункция	Стратегический и оперативный контроллинг

У контроллинга, как и у любой науки, есть свои история возникновения и эволюционный путь на современном этапе развития. На последнем этапе контроллинг становится метафункцией. В соответствии с ней, контроллинг рассматривается как отдельная наука, у которой формируются свои объекты исследования, цели, задачи и функции. Основным направлением эволюции контроллинга

является синтез стратегического и оперативного управления знаниями и имеющейся информации в рамках практического применения на нефтегазодобывающих предприятиях.

Список литературы

1. Контроллинг: учебник/ А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова; под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. - М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.
2. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер.с нем. / Под ред. и с предисл. А. А. Турчака, Л. Г. Головача, М. Л. Лукашевича. - М.: «Финансы и статистика», 1997. - 800 с.
3. Беккер В., Бальтцер Б., Гончарова Л. Взаимодействие менеджмента и контроллинга: опыт Германии и России.// Контроллинг. -№3 (36).- 2010.
4. Л. А. Малышева. Какой контроллинг нужен предприятиям? //Директор информационной службы.- №07- 08.- 2002.
5. Фуфыгина М. Н. Факторы, влияющие на формирование системы контроллинга на предприятии. // Менеджмент в России и за рубежом. - № 3. - 2008.- С. 11-22.

Сведения об авторе

Фролова Светлана Владимировна*, ассистент кафедры «Менеджмент в отраслях ТЭК», начальник отдела труда и заработной платы, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: (3452)256952*

Frolova S. V.*, assistant at Department «Management in FEC branches», head of employee evaluation and salary department, Tyumen State Oil and Gas University, phone: (3452) 256952*

УДК 316.334.23

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС-СТРУКТУР

М. Ф. Шведова

Ключевые слова: ***социальные интересы, добровольный отклик, социальная среда, стабильное развитие, социальное партнерство, толерантность работников***

Key words: ***social interests, voluntary response, social environment, stable development, social partnership, employees tolerance***

Рассматриваются отдельные аспекты участия бизнеса в организации социального пространства как фактора социальной защищенности капитала. Рассмотрен внешний контекст формирование социальной ответственности бизнеса (отклик на социальные проблемы общества) и внутренний (развитие социального партнерства).

Social component of business structures activity. Shvedova M. F.

In the article some separate aspects of business involvement in organization of the social space as a factor of the capital social security are considered. The external context of the business social responsibility (a response to social problems of the society), and the internal context (development of social partnership) are analyzed.

В настоящее время любая бизнес-организация может рассматриваться как нечто большее, чем экономическая целостность. Она является сложной частью жизнедеятельности, включающей множество составляющих (потребители, поставщики, заказчики, средства информации, группы общественного давления, работники и держатели акций и т.д.), от которых зависит само существование организации. Эти составляющие влияют на достижение организацией своих целей, поэтому организация вынуждена уравновешивать экономические цели с социальными интересами всех слоев общества. В связи с этим исследование социальной направленности деятельности бизнес-структур представляется актуальным.

Компании несут определенную ответственность перед обществом, в котором функционируют, помимо обеспечения занятости населения, прибыли и соблюдения законов, они должны направлять часть своих ресурсов и усилий по социальным каналам на благо страны и совершенствование

общества в целом. С этой точки зрения социальную ответственность бизнеса можно рассматривать как добровольный отклик организации на социальные проблемы и ожидания общества, вытекающий из восприятия бизнес-структуры самой себя как части общества.

В связи с этим развитие социальной среды – важное условие для развивающегося, доходного и стабильного бизнеса. Для стабильного развития бизнеса необходимо устойчивое развитие всего общества. Развитое общество, с одной стороны, является гарантом безопасности бизнеса. Такая социальная защищенность капитала может быть обеспечена только одним путем – активным участием бизнеса в организации социального пространства.

Особенно актуально это для российского бизнеса, который функционирует в обществе с крайней поляризацией богатства и бедности, с низкой процентной долей среднего класса в структуре общества, с недостаточной ролью государства в решении социальных проблем, что, естественно, ведет к социальной нестабильности. Социальная активность фирм в этом случае становится неким регулятором социального равновесия, средством устранения эмоционального дискомфорта в обществе.

С другой стороны, общество является не только гарантом стабильного бизнеса, но и ресурсом развития, обеспечивая его необходимой рабочей силой соответствующего уровня и качества [1]. Руководители предприятий заинтересованы в квалифицированном персонале, способном овладеть современным оборудованием, современными технологиями производства, чтобы выдержать конкуренцию. В погоне за экономической эффективностью предприятия вынуждены внедрять в производство все новые и новые разработки. В этой ситуации эффективность организации определяется в большей степени интеллектуальным и профессионально-квалифицированным потенциалом рабочей силы. Организации все больше становятся заинтересованными в развитии системы подготовки кадров – общественного и профессионального образования, научных исследований и научно-технических разработок. Поэтому одним из основных направлений социальной политики организаций в современных условиях является вложение средств в сферу науки и образования, а именно: в предоставление молодежи и собственному трудовому коллективу широких возможностей для учебы и повышения квалификации в соответствии с требованиями мирового рынка и национальной экономики.

Важным аспектом деятельности организации является регулирование внутренних социальных отношений посредством развития социального партнерства. Партнерские отношения выстраиваются через развитие системы социальной поддержки работников, развитие инициативности и толерантности работников при стремлении к достижению принципа справедливости в отношении всех участников социально-трудовых отношений в организации (руководителей и групп подчиненных, определенных групп работников и отдельных их членов), формирование коллектива, объединенного достижением общей цели. Эффективность социального партнерства во многом зависит от уровня социальной защиты наемного труда, участия работников в управлении, разрешении возникающих противоречий путем переговоров, согласия или решения общих задач по повышению результативности труда. При этом социальное партнерство должно способствовать не просто конструктивному регулированию социально-трудовых отношений, но и развитию взаимодействия, позволяющему выйти бизнес-структуре на качественно новый уровень существования, связанному с пониманием диалектического процесса развития через изменение. По сути, должно происходить развитие культуры поведения каждого из субъектов социального партнерства на основе осознания важности характера данного типа взаимодействия – согласования интересов, интеграции, компромисса и сотрудничества.

Другим важным фактором формирования системы социальной направленности бизнеса становится собственно сам социум, являющийся носителем вполне определенных нравственно-этических ценностей, активным и требовательным субъектом потребительского рынка [2]. Его характеризует все более острая реакция на внешние атрибуты предпринимательской деятельности, связанная с проблемой служения обществу, он становится социально претенциозен. Для него социальная составляющая деятельности фирмы является столь же важной как и экономическая. Для такого типа потребителя имидж организации зависит не только от характеристик выпускаемой продукции, но и от наличия социальной ответственности, осуществления тех форм деятельности, которые общество оценивает как позитивные, соответствующие насущным общественным интересам. Поэтому декларирование социально ответственной политики со стороны организации и ее определенная деятельность в этом направлении становятся существенным фактором доброго имени фирмы и ее имиджа. Соответственно, появляется доверие клиентов к фирме и ее товару, рост числа

продаж, появление новых инвесторов и т.д., что ведет к процветанию фирмы, ее собственников и работников.

Таким образом, с ростом социальной сознательности социума социальная активность организации становится не просто желательным, но и необходимым направлением деятельности компании. В развитых странах корпоративная социальная ответственность, по сути, стала элементом маркетинга, при этом, как и другие мероприятия в этой сфере, она четко спланирована и организована.

Список литературы

1. Экономическая активность. Формирование новых типов экономического поведения/под общей ред. Иудина А.А. – Н.Новгород: Изд-во НИСОН, 2007.

2. Дмитриева С.И. Социальная ответственность как фактор общественного прогресса. – Киев, 2000.

Сведения об авторе

Шведова Марина Федоровна*, кандидат социологических наук, доцент кафедры маркетинга и регионоведения, ГАОУ ВПОТО «Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права», декан факультета управления, тел.: (3452) 33-26-31; e-mail: Shvedova63 @yandex.ru*

Shvedova M. F.*, Candidate of Sciences in Sociology, associate professor, Department of marketing and region science, Tyumen State Academy of World Economy, Management and Law, Dean of Faculty of management, (3452) 33-26-31, e-mail: Shvedova63 @ yandex .ru*

УДК 316.334.52

МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕНЕДЖЕРОВ

Е. В. Чупашева

Ключевые слова: ***базовый профиль, интегрирующий подход, компетентностный отбор, модель компетенций, профиль должности, специфические компетенции***

Key words: ***basic profile, integrating approach, competent choice, competence model, position profile, specific competences***

Представлен разработанный на основе моделирования профессиональных, социальных, личностных и культурных компетенций базовый профиль оценки специфических компетенций для руководящих должностей предприятий нефтегазовой промышленности, расположенных на Севере Тюменской области.

Development of the competence model for managers working in the North of Tyumen region. Tchupasheva E. V.

This article deals with a base profile of evaluation of specific competences worked out by the author on the basis of modeling of professional, social, personal and cultural competence for managers working in oil and gas companies located in the North of Tyumen region.

Профессиональная компетентность выступает предметом исследования в разных сферах социальной деятельности. Принципам компетентностного подхода, определению необходимых компетенций в той или иной области, созданию моделей для оценки компетенций посвящены труды педагогов, социологов, философов, психологов, правоведов, бизнес-тренеров.

Общим языком описания подходов к обеспечению качества управления, образования и науки в мировом социальном пространстве признан язык компетенций и результатов. Компетенции интерпретируются в XXI веке как единый язык для описания академических и профессиональных профилей.

Модель компетенций – это описание стандартов поведения существующего или желаемого. Модель компетенций позволяет унифицировать требования к сотрудникам и создать единые

стандарты поведения, основу для оценки и продвижения сотрудников.

Компетентностный отбор, в свою очередь, позволяет установить степень соответствия профессиональной квалификации, то есть уровня необходимых компетенций, а так же опыта работы в конкретной трудовой сфере, требованиям данного рабочего места [1].

Метод разработки модели компетенций – профилирование должностей. Профиль должности – необходимый и достаточный перечень компетенций с уровнем их развития для эффективной реализации функций данной должности. Профиль – табличное и графическое отображение модели компетенций, позволяющее определить уровни проявления компетенций относительно конкретной должности. Профиль сотрудника – уровень развития компетенций сотрудника в сравнении с профилем должности.

Профили должностей менеджеров составляются методом анализа работ, на основе которого первоначально вырабатывается базовый профиль для управленческих должностей. Профили менеджеров заполняются на основе экспертных оценок. Затем производится сопоставление профилей менеджеров с профилями их должностей.

Для создания базового профиля компетенций для руководящих должностей предприятий ОАО «Газпром», расположенных на Севере Тюменской области, автор провела исследование, которое построено на полипарадигмальном подходе, интегрирующем современные европейские и американские подходы к моделированию и оценке профессиональных компетенций. Применение на практике интегрирующего подхода позволяет достичь более глубокого осмысления базовых и специфических компетенций, характерных для руководителей Севера, дать более точные и полные формулировки оцениваемым параметрам компетентности, определить уровни компетенций, принимаемые для анализируемого перечня управленческих должностей, и разработать блоки оценки компетенций, учитывающие как профессиональные (когнитивные, функциональные) и социальные, так и личностные и культурные компетенции менеджеров.

Основными факторами, влияющими на формирование специфических компетенций менеджеров нефтегазовой промышленности, осуществляющих управленческую деятельность в условиях Севера Тюменской области, являются: природно-климатический, влияющий на реализацию трудовых функций вахтового персонала предприятия (характеризуется наличием экстремальных природно-климатических условий окружающей среды в районах производственной деятельности); физиологический и социально-психологический (непрерывная ритмическая адаптация и реадаптация человека оказывает деструктивное влияние на адаптивные механизмы и способствует развитию напряжения, кумуляции утомления и удлинению сроков адаптации); производственный (повышенная интенсивность труда, удаленность от основной производственной и социально-бытовой инфраструктуры; частая сменяемость вахтового состава персонала и вынужденные тесные контакты между всеми работниками); многонациональный и групповой (в составе населения Тюменской области выделяются четыре группы: коренное население, принадлежащее к малочисленным народам Севера; старожильческое русское население; пришлое население советского периода; проточное население, не связывающее своих планов с постоянным проживанием на территории области; для названных групп населения характерны различные интересы).

Учитывая все вышеперечисленные факторы, на основе моделирования профессиональных, социальных, личностных и культурных компетенций автором разработан базовый профиль оценки типовых и специфических компетенций для руководящих должностей предприятий ОАО «Газпром», расположенных на Севере Тюменской области.

Базовый профиль компетенций состоит из четырех блоков: а) профессиональные знания и функциональные компетенции; б) личностные качества и компетенции; в) управленческие и социальные компетенции; г) культурные компетенции.

В каждом из этих блоков наряду с типовыми предлагаются специфические компетенции менеджеров, действующих в условиях Севера Тюменской области.

1. Блок А:

- социальная адаптация руководителя при смене коллектива в условиях частой сменяемости состава работников;
- профессиональная адаптация руководителя при смене коллектива в условиях частой сменяемости состава работников;
- социальная адаптация руководителя по прибытии на вахту;
- профессиональная адаптация руководителя по прибытии на вахту.

2. Блок Б:

- интернальность (направленности на активное достижение жизненных целей, стремление к планированию и самостоятельному регулированию своей деятельности);
- развитая интеллектуальная сфера, творческий потенциал, высокая эрудиция, позволяющая действовать в ситуации частой информационной неопределенности, замкнутости производственного процесса или цикла;
- эмоциональная устойчивость в условиях вахтового режима труда и отдыха.

3. Блок В:

- умение осуществлять управленческую деятельность и разрешать организационные, в том ччисле межэтнические, конфликты в условиях многонациональных коллективов;
- способность осуществлять управленческую деятельность при высокой интенсивности труда, обусловленной организационными и экономическими предпосылками вахты, спецификой суммирования рабочего времени и ориентацией подчиненных через эффективную социально-экономическую систему мотивации и стимулирования на напряженный труд;
- умение принимать управленческие решения в условиях удаленности от основной производственной и социально-бытовой инфраструктуры;

- способность действовать в социальной изоляции, вызванной оторванностью от привычной обстановки: семьи, родителей, друзей.

4. Блок Г:

- умение управлять персоналом (производством) в условиях частой сменяемости вахтового состава работников, придерживаясь принципов существующей организационной структуры и транслируя эти принципы;
- умение приспосабливаться к изменяющейся организационной культуре, объективно оценивать и транслировать изменения.

Практическое применение выработанной модели компетенций возможно в организациях, расположенных на Севере, при найме и подборе руководителей, ротации кадров (переводе на другую управленческую должность), формировании кадрового резерва и планировании карьеры (повышении в должности), сокращении или увольнении, проведении оценочных и аттестационных мероприятий, формировании системы обучения и составлении личных планов развития для руководителей.

Список литературы

1.Силин А. Н., Хайруллина Н. Г. Управление персоналом в нефтегазовой компании.- Тюмень: ЦентрЛитНефтеГаз, 2008.-305 с.

Сведения об авторе

Чупашева Екатерина Владимировна, *аспирант кафедры «Социального менеджмента» Тюменского государственного нефтегазового университета, тел.: 8(9044)946159, e-mail: aviarra@rambler.ru*

Tchupasheva E. V.*, postgraduate student, Department of social management, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 8(9044)946159, e-mail: aviarra@rambler.ru*

ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОЦЕССЫ

УДК 342.1/502.62

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ РОССИИ В ИДЕОЛОГИЧЕСКОМ ПРОТИВОДЕЙСТВИИ ТЕРРОРИЗМУ

А. В. Давыдов

Ключевые слова: ***противодействие терроризму, интеграционные ценности, национальные интересы России***
Key words: ***counter-terrorism, integration values, national interests of Russia***

Дано аналитическое обоснование возможности не только силовых способов, но и информационно-идеологических и социально-экономических средств противодействия терроризму. При этом центральной категорией является дефиниция сбалансированных национальных интересов России, реализация которых в полной мере способна привести к формированию в обществе единого понимания интеграционных ценностей и интересов в обществе, затем к созданию действенных механизмов экономико-идеологического противодействия терроризму в России.

Importance of national interests of Russia in ideological counteraction to terrorism. Davydov A. V.
This work is devoted to the analytical substantiation of possibility to apply not only power methods, but also information-ideological and social-economic means of counteraction to terrorism. In this case a central category is a definition of balanced national interests of Russia, realization of which is capable in-full to lead to formation in a society of common understanding of integration values and interests in a society, and then and to creation of effective mechanisms of economic-ideological counteraction to terrorism in Russia.

Современные условия мирового порядка зачастую диктуют вектор политических действий государствам мирового сообщества и Российская государственность в этом процессе не есть исключение. Ибо в фундаментальном плане задача Российского государства – это формирование и реализация интересов этносов, населяющих её территорию при любой международной обстановке; при этом главное условие и потребность – обеспечение защиты интересов народа от постоянно присущих в условиях глобализации вызовов и угроз национальной безопасности. Особенно заметно присутствие государства как гаранта реализации национальных ценностей и потребностей многонационального социума именно в кризисные моменты истории. Между тем, потребность народа в сохранении этнической общности, в устойчивости общественных и государственных институтов и в обеспечении национальной безопасности есть основание жизненно необходимого минимума, согласно которому представляется сущность идеи государства оправдываемой. Ибо сама идея необходимости государственного обустройства основана на потребности в безопасности, которая, в свою очередь, зависит от геополитического окружения государства, традиций и культуры, духа народа и его ценностей, экономического развития, то есть оттого, что обеспечивает его национальную независимость и безопасность. Более того, в Концепции национальной безопасности РФ зафиксировано, что национальные интересы России представляют сбалансированное соотношение жизненно важных интересов личности, общества и государства в качестве достаточного условия развития и безопасности страны. Концептуальная парадигма дефиниции «национальный интерес России», посредством данного выше определения, обладает принципиальным значением. В этом случае сам национальный интерес предстает в чистом виде и позволяет всеобщим взглядом узреть суть понятия «национально-государственное единство», объединяющее граждан Российской Федерации безотносительно к их национальной принадлежности, вероисповеданию, степени социализации и положению в обществе.

Итак, национальные интересы имеют степень истинной национальной необходимости. Реализовать которые иногда мешают реальные и потенциальные преграды, но они постоянно являются главным мотивом государственного управления. По определению И. А. Ильина, государство имеет дело «исключительно с общим, всенародным интересом; ибо частный и личный интерес граждан может постольку приниматься в расчет, поскольку он... может быть воспринят и истолкован как общий интерес и всенародный»[1]. Результативное воплощение в жизнь

национальных интересов предполагает баланс сил, при гарантии признания прав меньшинства, гласности демократических процедур всех ветвей власти, то есть все то, без чего не приемлемы идеи правового государства и институты гражданского общества. В работе «Философия политики» Э. А. Поздняков определяет национальные интересы как согласованные потребности всех членов реализованных посредством общественного консенсуса, объединяющие «в единое целое совершенно разных во всех отношениях людей и существование народов, наций, государств как неких единых образований» [2]. Схожие взгляды можно обнаружить в статье И. Г. Яковенко «От империи к национальному государству (Попытка концептуализации процесса)», который определяет национальные интересы как «диалог внутри общества в ходе формирования концепции интересов» [3].

Национальной идеологии нужно быть представленной и на уровне политической концептуализации национальных интересов, поскольку при такой форме проявления образуется сильный интегративный заряд, позволяющий нации оберегать свою социальную и культурную идентичность, равно как и оперативно реагировать в возможных ситуациях. От артикулированных в политическом процессе национальных интересов зависит историческая проспекция государственности и судьбы народа. По адекватности сформированных интересов, отвечающих на вызовы и угрозы национальной идентичности и государственной безопасности, возможно, судить о развитости не только государственных институтов и политических процессов, но и об отведенной в политических отношениях роли национальным интересам. Поэтому понимание таких категорий, как национальные интересы и национальная безопасность – дело единого подхода. Поскольку рассмотрение одного без другого – неполноценных анализ, так как не имея, например, представления об национальных особенностях понимания интересов, трудно переходить к их защите, то есть безопасности, и наоборот, невозможно разработать какую-либо программу обеспечения безопасности государства без точного представления об интересах общества и государства. Например, американский исследователь W. Lippmann в работе «U.S. foreign policy» отмечает, что «нация обеспечивает свою безопасность, когда она не жертвует своими законными интересами для избежания войны» [4,8]. В работе «U.S. defence planning. A critique» J.M Collins отмечает, что «национальная безопасность – это меры, принимаемые страной или коалицией стран для охраны их интересов от любого рода неблагоприятных воздействий внешних или внутренних» [5].

Обратимся к анализу российской социально-политической действительности. С объективной точки зрения легко видеть, что в обстановке начала 90-х, когда контроль государства за процессами иностранного присутствия оставлял желать лучшего [6], когда стала возникать конфликтная ситуация на Кавказе под влиянием иностранного капитала, всё процессы усугубились. Это было возможно, поскольку после утраты власти руководством коммунистической партии и череды парадов суверенитетов в бывших республиках СССР, рухнула былая система обеспечения государственной безопасности. При этом в кавказских республиках стали возникать радикальные желания выйти из состава РСФСР и построить внутри территории РСФСР новое государство. Естественно, центральное положение здесь занимала именно «идеология» сепаратизма и терроризма, для реализации которой, при финансовой поддержке иностранных компаний, следовала вахабитская деятельность, направленная на подрыв мирового влияния России, запугивание и уничтожение её нации. При этом, «идеология» терроризма есть явление многоплановое, цели же которого выразимы посредством создания в обществе состояния страха и неуверенности в способностях органов власти обеспечить безопасность. Между тем, в массовом сознании формируется представление, что появление международного терроризма – дело рук западных цивилизаций (можно вспомнить о поддержке в 80-90-е гг. афганского «Талибана», «Аль-Каиды» странами Европы и США [7]), развязывающих экспансию собственных ценностей под предлогом глобальной безопасности и борьбы с экономической отсталостью [8]. Эта идея довольно быстро распространилась посредством механизма влияния СМИ на стереотипы мышления рядового населения. При этом уже давно в массовом сознании бытует представление, что все кавказцы – враги и негодяи, а может и потенциальные террористы. Только на основании этого можно предположить, что «кавказский терроризм» есть идеологически циничная форма иностранной борьбы с народом России. При этом известный «доброжелатель» России Бжезинский, неприлично называет Россию главной «разменной» картой американской политики. Здесь, например, можно только предложить каждому проанализировать цитату В. А. Кутырева: «Растеряв немалый нажитый Советским Союзом, несмотря на идейные расхождения, авторитет в мусульманском мире, да и у всех других культур, мы при такой политике объективно будем таскать каштаны из огня для чуждых нашему народу сил. В результате Америка

выступает для радикальных мусульман Большим Шайтаном, России могут отдать роль второго по значению упоминаемого в Коране дьявола – Иблиса. Но жертвой борьбы Россия может стать первой. С Иблисом справиться легче» [8]. Естественно, при создании внутриконфликтной и этноконфессиональной борьбы, в том числе при установлении технологий информационной войны, будущее России предопределено – распад. Не последнюю роль здесь могла сыграть национальная вражда на Кавказе, а затем в Сибири и на Дальнем Востоке.

Возвращаясь к событиям 90-х годов, стоит заметить, что и социально-экономическая обстановка во многом содействовала росту недовольства федеральной властью, только формы этого недовольства, видимо, были разными. Если говорить конкретно, отсутствие внятной политики и реализации социальных потребностей привело к падению уровня жизни, отсутствию занятости и средств к существованию, что тоже явилось основой для иностранного капитала, желающего сеять конфликтогенную и террористическую опасность. Получается следующий парадокс, что финансирование народа Российской Федерации в кавказских республиках практически стало осуществляться иностранными компаниями. Условие такого финансирования – эскалация вооруженных конфликтов, наркотрафик и террористические атаки на города России. Конечно, может сейчас казаться, что в кавказских республиках никогда не было производства, а жили этносы только захватами и бандитизмом. Это далеко не так. Понятно, что и при советской власти кавказские республики были мало индустриальными, но идеология равенства всех народов СССР, возможность свободного межкультурного взаимодействия и главное – строгая система государственной безопасности способствовали поддержанию стабильности и даже развитию, например, в республике Дагестан был один из самых высоких процент рождаемости в СССР. Безусловно, что индустрия республик была представлена фактически нефтедобычей, алкогольной и легкой промышленностями, агросферой, но всё это требовало рынков сбыта. При засилии иностранными товарами рынка в 90-е и эти отрасли сдали убыточными, так как транспортные расходы снижали рентабельность, а демпинг цен иностранных компании диктовал свои реалии. Поэтому сложилась ситуация, когда единственным выходом оставалась надежда на федеральный центр – дотации, а экономическое положение молодого российского государства было финансово несостоятельным, этим воспользовались идеологи терроризма, глобальная цель которых состояла в планомерном развале России.

Между тем, в российском обществе возникла проблема этноконфессиональной неприязни к жителям Кавказских республик в России. На Кавказе, в силу исторической памяти (Кавказских войн, репрессий Сталина), отношение к русским стало, мягко говоря, не совсем корректным. В этой своего рода сложной ситуации не последнюю роль сыграло то, что формальная политика 90-х гг. центра по отношению к кавказским республикам не принесла результатов в экономике, более того, уровень социального расслоения общества по всей России достигал не ведомых в советские годы процентов. Естественно, этим воспользовались иностранные террористические компании, которые на религиозной и экономической основе стали производить символические подмены у коренного населения, выдавая свои идеи за воззрения из религиозных источников, и на этноконфессиональной почве заставляли бороться за освобождение. Понятно, главная цель терроризма – это распад российского государства, даже силами недоверия народа к власти, неспособной обезопасить своих граждан. При этом механизмы террористической, необъявленной войны не требовали больших затрат, но приводили к результатам. Очевидно, что теракты при незначительном ресурсе приводят к сеянию межкультурного конфликта и созданию неприязненного отношения к выходцам из Кавказских республик, но не именно этого ли добиваются идеологи ваххабизма и сепаратизма?

Обращаясь к средствам противодействия идеологии терроризма, можно выделить становление объективных интересов нации; информационная пропаганда равенства интересов европейского центра и малых народов Кавказа, Сибири и Дальнего Востока (именно идеологическая общность способна разрубить корни интервенционного террора).

Невозможно представить правоверного мусульманина, нарушающего закон своего народа. Народ нужно представлять единым образом, не различая на национальные и конфессиональные признаки отличия. Это как раз задача СМИ сформировать представления, что граждане кавказских республик такие же россияне, как москвичи и сахалинцы. Естественно, что такая программа возможна при воссоздании социально-экономического благополучия в регионах, особенно, на Кавказе. Создание рабочих мест, восстановление промышленности и строительство новых объектов по всей России должно стать, в том числе и делом жителей Кавказа, всегда славящихся трудолюбием и умением работать на совесть.

Особенно, приоритетным было бы в согласии, с представлениями горских идеалов, привлекать к охране национальных границ представителей кавказских этносов, издревле верой и правдой служивших России и императору. Для того, чтобы полностью исключить терроризм, необходима сбалансированная политика по информационному противодействию иностранным компаниям, которые подрывают механизмы социального взаимодействия своим влиянием, стремясь дестабилизировать политику Российской Федерации.

Не последнюю роль могли бы сыграть механизмы информационного «вливания» информации в зарубежные СМИ о социальных изменениях. На Кавказе, например, об открытии новых промышленных объектов, об улучшении социальных условий жизни, о предотвращении проникновения иностранных боевиков силами горцев, способных защитить не только себя, но и Россию, которую они любят, потому ей и служат. Это бы привело к притоку «позитивного» иностранного капитала и росту инвестиций в нашу экономику.

Конфессиональная идеология способна возродить истинные ценности, конечно, не будет орудием борьбы с русскими, ибо при адекватной расстановке в реализации национальных интересов всех членов российского общества, место религии лишь как механизма духовной консолидации наций, а не идеологической «обработки» террористов. Следует понимать, что с индивидуальными отступниками необходимо бороться посредством планомерных силовых операций, направленных на уничтожение террора и привлечение к ответственности идеологов и исполнителей. Хотя и при условии стабильного и достойного уровня жизни, экономической занятости, духовно-нравственного воспитания и религиозного просвещения, только наполовину удастся избавиться от идей терроризма, поскольку полностью исключить всё-таки это явление не удастся до тех пор, пока не будут функционировать технологии адекватных ответов международному терроризму, стремящемуся дестабилизировать мировую обстановку.

Подводя итоги, стоит отметить, что внутриполитическая задача России заключается в борьбе с терроризмом при помощи силовых методов, без чего пока невозможно обойтись. Но так же нужно продолжать начатое восстановление социально-экономических основ во всех секторах народного хозяйства, параллельно развивать идеологическую пропаганду дружбы народов России и идеалов духовного дополнения народами России друг друга. Глобальная внешнеполитическая задача России – в короткие сроки восстановить былой при СССР в мусульманском мире авторитет, что позволило хотя бы скорректировать мировой баланс сил, и тем самым Россия смогла бы обеспечить своё присутствие в идеологии миропорядка XXI века.

Список литературы

1. Ильин И. А. О сопротивлении злу // Новый мир. 1991. - № 10. - С. 202.
2. Поздняков Э. А. Философия политики: В 2 ч. Ч. 2. - М, 1994. - С.81.
3. Яковенко И. Т. От империи к национальному государству (Попытка концептуализации процесса) // Полис. 1996., № 6. - С. 121.
4. Lippmann W. U. S. foreign policy. New York: Mc. Grow-Hill, 1953.- P. 8
5. Collins J. M. U. S. defense planning. A critique. Boulder, Colorado: West-view Press, 1982. - P. 309.
6. Стригин Е. М. От КГБ до ФСБ (поучительные страницы отечественной истории) кн. 1 (от КГБ СССР до МБ РФ). - М., 2003.
7. http://ru.wikipedia.org/wiki
8. Кутырёв В. А. Столкновение культур с цивилизацией как причина и почва международного терроризма. // Век глобализации. 2009., № 2. - С. 92-102.

Сведения об авторе

Давыдов Александр Владимирович, *аспирант кафедры политологии и политического управления, Кубанский государственный университет, Краснодар, a-davydov@ro.ru*

Davydov A.V.*, post-graduate student, Department of political science and political management, Kuban State University, Krasnodar, a-davydov@ro.ru*

УДК 35

УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ОРГАНАМИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

И. А. Курашенко

Ключевые слова: ***местное самоуправление, муниципальные органы власти, социальная ответственность***
Key words: ***local self-government, municipal power bodies, social responsibility***

Анализируются проблемы взаимодействия местных органов власти и населения, выявленные в ходе авторского экспертного опроса представителей органов муниципального управления.

Public opinion in making managerial decisions by local self-government bodies. Kurashenko I.A.
The problems of local authorities and population interrelations revealed in the course of the author's expert poll of the municipal management bodies representatives are analyzed.

На современном этапе особую актуальность приобретают вопросы повышения эффективности взаимодействия органов местной власти и населения. Именно на местном уровне происходит тесное соприкосновение интересов социума и государства. В зависимости от того, насколько оптимально будут построены эти взаимоотношения в каждом отдельном муниципальном образовании, будет зависеть доверие граждан к руководству своей страны.

Для выявления проблем взаимодействия местных органов власти и населения, автором статьи проведен экспертный опрос (38 человек). В числе опрошенных: руководители общественных организаций и объединений, ответственные исполнители органов местного самоуправления г.Тюмени и административных округов, представители политических партий, члены постоянной комиссии по городскому самоуправлению Тюменской городской думы.

Респондентам был предложен ряд вопросов, направленных на выявление проблемных областей, которые эксперты рассматривают в качестве наиболее значимых препятствий для взаимодействия органов местного самоуправления и населения.

С целью выявления зависимости принимаемых органами власти решений от общественного мнения, экспертам был задан вопрос: «Какой из муниципальных органов власти в большей или меньшей степени руководствуется мнением населения при принятии решений?» (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов экспертов на вопрос «Какой из муниципальных органов власти в большей или меньшей степени руководствуется мнением населения при принятии решений?»,%

Орган власти	Постоянно	Иногда	Никогда	Затрудняюсь ответить
Администрация города и ее подразделения	15,8	15,8	63,2	5,3
Управы округов	31,6	50,0	0,0	18,4
Городская дума	13,2	26,3	39,5	21,1
Квартальные	50,0	31,6	13,2	5,3
Участковые уполномоченные	7,9	55,3	28,9	7,9
Среднее	23,7	35,8	28,9	11,6

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что органы местного самоуправления в целом, по мнению экспертов, не учитывают общественное мнение при принятии решений. В большей степени эти высказывания распространяются на администрацию города (63,2%) и городскую думу (39,5%).

Опрошенные эксперты положительно оценивают работу квартальных с точки зрения ориентации на общественное мнение при принятии решений. Примечательно также, что управы административных округов не упоминаются респондентами как органы власти, игнорирующие общественное мнение.

О необходимости учета мнения населения свидетельствуют ответы респондентов на вопрос: «Способно ли мнение населения влиять на процесс принятия решений органами муниципальной власти?». С точки зрения 57,6% опрошенных общественное мнение может оказывать воздействие на процесс принятия решений. Еще 21,7% считают такое влияние возможным, но не существенным. При этом лишь 21% респондентов убеждены, что общественное мнение не в состоянии оказывать воздействие на местную власть. Подобная точка зрения является преобладающей среди представителей объединений предпринимателей, что объясняется наличием более критических оценок среди этой группы экспертов (рис. 1).

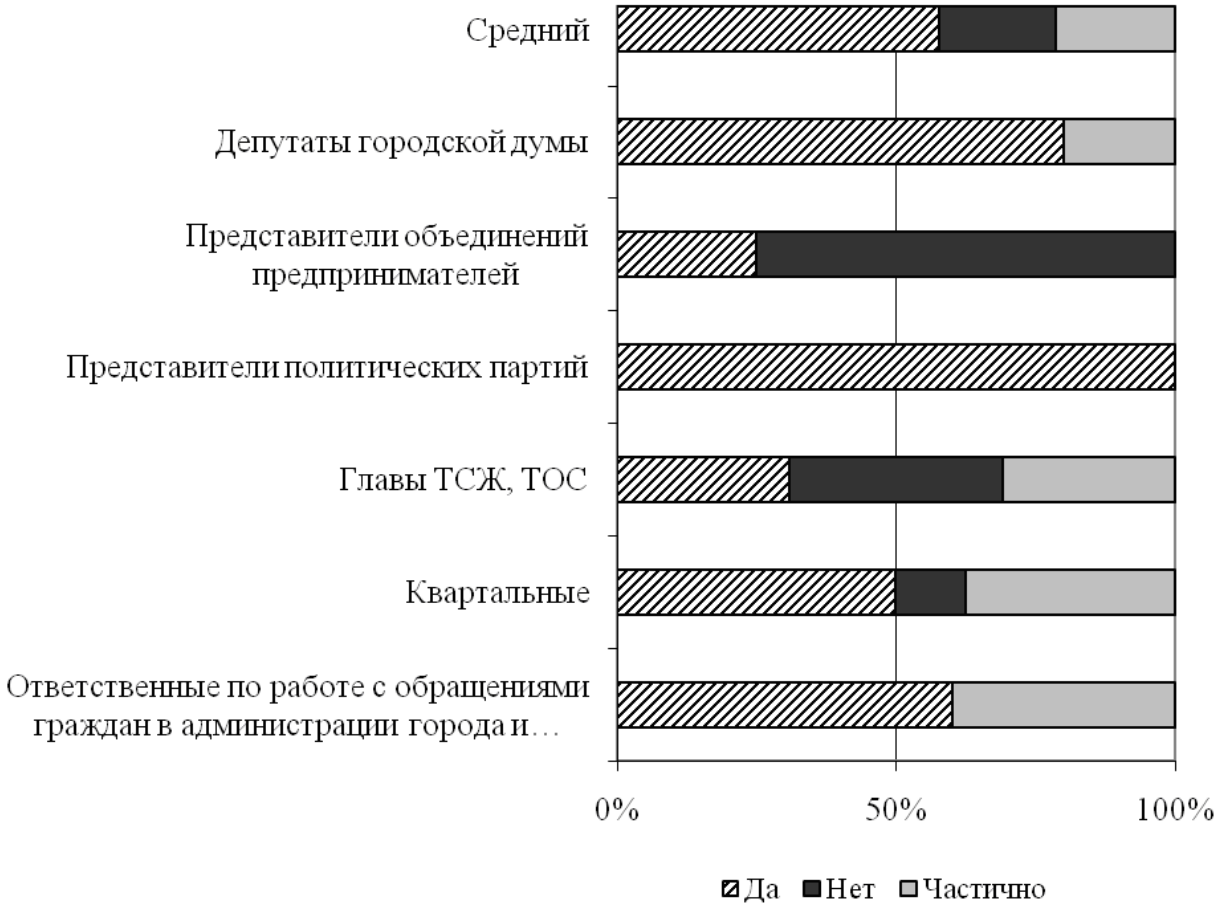


Рис. 1. Ответы респондентов на вопрос о степени влияния общественного мнения на принимаемые местными органами власти решения, %

По мнению автора, налицо противоречие между фактическим и требуемым состоянием в сфере взаимодействия органов муниципальной власти с населением. Одной из причин такого состояния, на взгляд автора, является низкая степень социальной ответственности муниципальных служащих. Отвечая на вопрос: «Как вы могли бы оценить степень социальной ответственности муниципальных служащих?», лишь треть респондентов (34%) оценила ее как высокую (рис. 2).

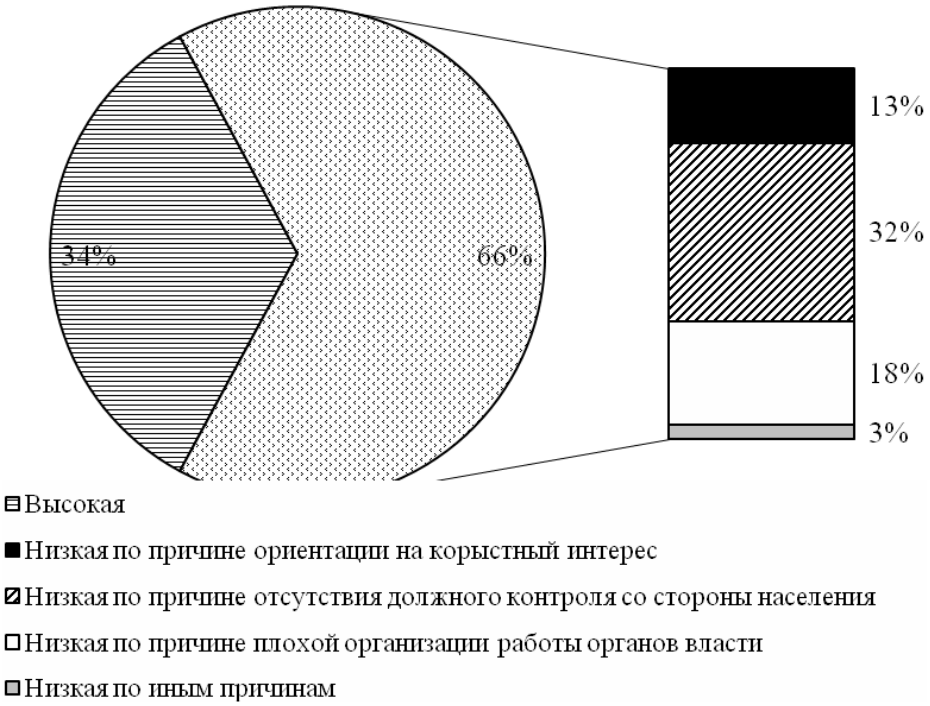


Рис. 2. Ответы респондентов на вопрос о степени социальной ответственности муниципальных органов власти

Фундаментальной причиной сложившейся ситуации является неразвитая система институтов и способов взаимодействия, волеизъявления и осуществления общественного контроля над деятельностью органов местного самоуправления.

Экспертный опрос показал, что наиболее действенным способом организации взаимодействия между органами власти и обществом является проведение совместных консультаций, а также общественная экспертиза принимаемых органами власти решений (рис. 3).

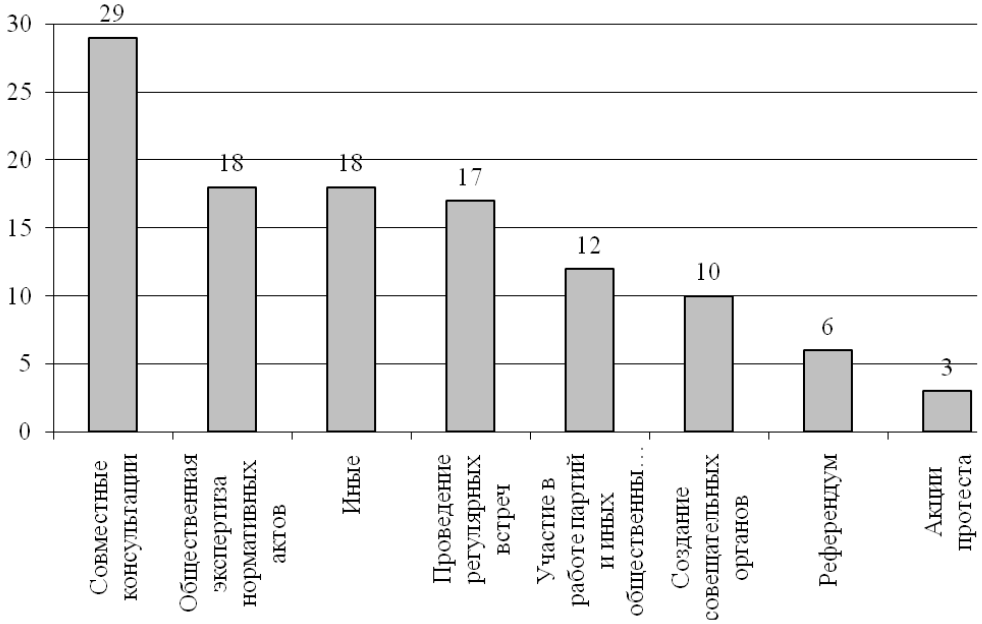


Рис. 3. Частота упоминания респондентами наиболее предпочтительных способов взаимодействия органов власти и общества, ед.

Подводя итог, автор делает вывод о наличии в действующей модели взаимодействия населения и органов местного самоуправления черт переходной модели, что, безусловно, следует рассматривать как позитивный факт.

Администрацией г.Тюмени проводится работа по налаживанию коммуникационных каналов. Как отмечают эксперты, совместные консультации и общественные экспертизы будут способствовать развитию взаимоотношений власти с населением. Кроме того, для исполнения муниципальных функций по организации рассмотрения обращений и уведомлений граждан структурными подразделениями администрации г.Тюмени разработаны административные регламенты. Они способствуют повышению результативности, открытости и доступности исполнения своих функций, создания комфортных условий для участников правоотношений, возникающих при их исполнении.

Вектор дальнейшего развития местного самоуправления следует рассматривать не только с позиции баланса интересов различных социальных групп и институтов власти, но и с точки зрения адекватного взаимодействия населения и органов муниципальной власти на основе коммуникативной парадигмы. Тем самым будет обеспечена социальная ответственность власти, а различные социальные группы обретут возможность отстаивания своих интересов и удовлетворения потребностей за счет более широкого инструментария.

Сведения об авторе

Курашенко Игорь Анатольевич, *соискатель кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский государственный нефтегазовый университет, доцент кафедры государственного и муниципального управления Тюменского государственного архитектурно-строительного университета, тел.: 89044924003*

Kurashenko I. A., *applicant for a scientific degree, Department of Marketing and Municipal Administration, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 89044924003*

УДК 334

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ПЕРИФЕРИЙНЫХ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ

И. Р. Ракша

Ключевые слова: ***муниципальное образование, местное самоуправление, периферийное муниципальное образование, малый бизнес, развитие малого бизнеса***

Key words: ***municipality, local self-government, peripheral municipality, small business, development of small business***

Анализируются основные проблемы развития малого бизнеса в муниципальных образованиях, расположенных в территориальной удаленности от делового центра.

Problems of development of small business in the peripheral municipalities. Raksha I. R.

The main problems of small business development in the municipalities located in territorial remoteness from the business centre are reviewed.

Развитие местного самоуправления связано не только с организацией власти и управления на местах, но, в первую очередь, с включением широких слоев населения в процессы экономического и социального развития муниципального образования, повышением деловой активности. Важная роль в развитии муниципальных образований принадлежит малому предпринимательству как наиболее адаптивному элементу экономики.

Муниципальное образование – это населенная территория, в границах которой местное самоуправление осуществляется непосредственно и(или) через выборные и иные органы местного самоуправления для решения вопросов местного значения. В качестве муниципального образования могут выступать городское или сельское поселение, муниципальный район, городской округ либо внутригородская территория города федерального значения.

Категория «периферийный» применяется, в основном, в обозначении территориального расположения объекта. В энциклопедическом словаре слово *периферия* (от греч. Periphereia –

окружность) имеет следующие значения: 1) местность (часть страны, области и т. п.), отдаленная от центра; окраина; 2) внешняя, удаленная от центра часть чего-либо.

В статье под периферийным автор понимает муниципальное образование, территориально не примыкающее к крупному городу – деловому центру.

В целом на малый сектор экономики периферийного муниципального образования возлагается социально-экономическая миссия. С его помощью могут быть решены ключевые проблемы экономики: количественно насыщаться рынок продовольственных и промышленных товаров, формироваться конкуренция в сфере торговли, услуг, транспорта, промышленного производства. В то же время существует множество проблем, препятствующих развитию малых предприятий в периферийном муниципальном образовании.

- Отсутствие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.
- Слабая организационная и финансовая база муниципальной программы поддержки малого предпринимательства.
- Нецелесообразное, неэффективное использование помещений, находящихся в муниципальной собственности; нежелание передавать эти помещения в оперативное управление предпринимателей.
- Административные барьеры и бюрократизм реализации муниципальных программ поддержки малого бизнеса, не позволяющие предпринимателю рационально использовать выделенные для развития средства.
- Высокие процентные ставки, требования к залоговому обеспечению, громоздкость и длительность процедур по получению займов и кредитов, создающие барьеры для значительной части предпринимателей, особенно начинающих.
- Настрой местных потребителей на приобретение товаров и услуг в ближайших больших городах, имеющих развитую социальную и производственную инфраструктуру, конкурентную среду.

В результате снижаются темпы роста числа малых предприятий в муниципальном образовании, слабо используется их потенциал в промышленном производстве, строительстве, сфере услуг. Низкое качество товаров, работ, услуг, невысокий уровень культуры и этики бизнеса вызывают обоснованные претензии со стороны потребителей, общества, органов местной власти.

При поддержке субъектов малого бизнеса в периферийном муниципальном образовании необходимо учитывать интересы малых предприятий, приоритеты текущих и долговременных потребностей самого муниципального образования.

Анализ опыта программного обеспечения развития малого предпринимательства в городах позволяет сделать вывод о необходимости реализации в периферийных муниципальных образованиях программ по трем основным направлениям: 1) нормативно-правовое регулирование деятельности малых предприятий; 2) стимулирование деятельности малых предприятий; 3) ресурсная поддержка малых предприятий.

Достижение цели в рамках указанных направлений требует решения приоритетных задач.

1. Совершенствование нормативно-правовой базы поддержки и развития малого предпринимательства. В организационных мероприятиях по совершенствованию нормативно-правовой базы должно быть предусмотрено создание реестра производственных помещений для субъектов малого предпринимательства с учетом перспектив развития экономики муниципального образования и спроса населения; составление перечня земельных участков муниципального образования, предоставляемых субъектам малого предпринимательства под строительство объектов различного назначения.

2. Ресурсная поддержка деятельности субъектов малого предпринимательства, включающая систему мероприятий по финансовой, имущественной, кадровой и информационной поддержке. Например, ресурсная поддержка может заключаться в выделении малым предприятиям на льготных или безвозмездных условиях нежилых помещений, если и не отвечающих современным качественным техническим и функциональным требованиям, то хотя бы годных для переоборудования; финансовая поддержка может заключаться в развитии микрофинансовых услуг, а также в обеспечении поручительства муниципальных органов власти за предпринимателей при кредитовании. Предпочтение должно отдаваться предпринимателям, работающим в отраслях, требующих развития, а также положительно зарекомендовавшим себя.

3. Использование потенциала малого предпринимательства для развития приоритетных отраслей и направлений развития периферийного муниципального образования, являющихся

неотъемлемой частью планов социально-экономического развития муниципального образования. Как правило, основной удельный вес малого бизнеса периферийного муниципального образования приходится на торговлю, реже транспорт и сельское хозяйство. Не развит малый бизнес в здравоохранении, ЖКХ, образовании, молодежной политике.

4. Проведение постоянного мониторинга административных, экономических и иных барьеров, препятствующих развитию малого бизнеса в различных сферах деятельности. Неоднократное участие автора статьи в муниципальных программах поддержки предпринимательства, позволяет говорить о наличии множества излишних, бюрократических отчетов, промежуточных планов и иных бумаг, что сдерживает развитие бизнеса, особенно на этапе становления.

5. Информационная поддержка является важнейшей составляющей развития малого бизнеса и полностью корреспондируется с мнением большинства руководителей малых предприятий, рассматривающих маркетинговую политику, рыночный анализ на базе адекватной информации в качестве основы стабильного позиционирования на рынке.

Перечисленные задачи программы определяются ее конечной целью и заключаются в создании правовой, административной, инвестиционной, инфраструктурной среды, способствующей активизации деятельности малого предпринимательства, прежде всего, в приоритетных отраслях и направлениях развития экономики периферийного муниципального образования.

Сведения об авторе

Ракша Игорь Рафаэльевич, *соискатель кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский государственный нефтегазовый университет, ООО «Дуэт и К», тел.: 64-61-27*

Raksha I. R*., applicant for a scientific degree, Department of Marketing and Municipal Administration, Tyumen State Oil and Gas University, Limited liability company «Duet&K» phone: 64-61-27*

УДК 316.62:324

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ: АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ

И. В. Самойлик

Ключевые слова: ***избирательная кампания, выборы, избирательный процесс, кандидат***

Key words: ***election campaign, election, the electoral process, candidate***

Рассматриваются различные трактовки термина «Избирательная кампания» и возможность исключения разночтений или недопонимания, возникающих при его использовании в письменной или устной речи.

Analysis of the concept «election campaign». Samoylik I. V.

The article examines various interpretations of the term «election campaign», and the ability to exclude the ambiguity or misunderstanding arising from its use in oral or written speech.

В современных научных трудах широко используются два основных определения термина «избирательная кампания». Исследователи политических процессов В. Д. Нечаев, Т. В. Евгеньева и др. рассматривают термин «избирательная кампания» в широком смысле, как регламентированный законом и организуемый избирательными комиссиями набор мероприятий по организации свободного волеизъявления граждан» [1].

В законодательстве РФ (ст. 2 ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12 июня 2002 г.) под избирательной кампанией понимается деятельность по подготовке и проведению выборов, осуществляемая в период со дня официального опубликования (публикации) решения уполномоченного на то должностного лица, государственного органа, органа местного самоуправления о назначении (проведении) выборов, до дня представления избирательной комиссией, организующей выборы, отчета о расходовании средств соответствующего бюджета, выделенных на подготовку и проведение выборов [2].

При этом, в качестве отдельного понятия выделяются избирательные кампании кандидата,

избирательное объединение или избирательный блок: деятельность, направленная на достижение определенного результата на выборах и осуществляемая в период со дня выдвижения кандидата, списка кандидатов, до дня представления итогового финансового отчета кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, а также уполномоченными ими лицами.

Исследователи избирательных технологий, в частности Полуэктов В. В., использует более узкое определение термина «избирательная кампания». В более узком понимании термин «избирательная кампания» – это действия кандидата (партии) и его команды, направленные на обеспечение желательного результата выборов [3]. К примеру, в стране в определенный период проходила избирательная кампания по выборам президента, при этом каждый кандидат со своим избирательным штабом вели свою избирательную кампанию.

В словаре юридических терминов дается следующее определение: избирательная кампания (от фр. campagne – поход) – система агитационных мероприятий, проводимых политическими партиями и независимыми кандидатами с целью обеспечить себе максимальную поддержку избирателей на предстоящих выборах. В избирательных кампаниях также участвуют различного рода группы поддержки, общественные организации, средства массовой информации и так далее. Основными формами (способами) агитации в ходе избирательной кампании являются проведение предвыборных собраний и митингов, печатание статей и памфлетов в газетах, расклейка предвыборных афиш и плакатов, выступления по радио и телевидению [4].

Рассматривая содержание термина «избирательная кампания» как процесса свободного волеизъявления граждан, рассмотрим различные избирательные кампании, проводимые на территории Российской Федерации. Избирательные кампании различаются по таким параметрам, как уровень, масштаб и тип.

Уровень кампании определяется административной территорией, на которой проводятся выборы. С этой точки зрения избирательные кампании делятся на кампании федерального уровня (выборы президента и голосование по партийным спискам в Государственную думу), уровня региона, района, города, округа и т.д.

Масштаб кампании характеризуется количеством избирателей, принимающих участие в голосовании. Хотя масштаб и уровень обычно связаны между собой (чем выше уровень, тем больше масштаб), иногда здесь случаются довольно значительные несовпадения. Например, по масштабу выборы депутата Московской городской думы были близки к выборам глав некоторых субъектов федерации.

Тип кампании определяется порядком установления результатов выборов. В России проводятся выборы следующих типов:

- выборы по мажоритарной системе с установлением победителя через абсолютное большинство голосов (голосование в 2 тура). По этой системе выбирается Президент Российской Федерации;
- выборы по мажоритарной системе с установлением победителя через относительное большинство (голосование в 1 тур). Система распространяется на выборы глав муниципальных образований и депутатов некоторых региональных и местных парламентов;
- выборы по многомандатным округам. При ней избиратели голосуют за представителей партии в масштабах округа, при этом места в парламенте распределяются в зависимости от влияния партии. Данная система иногда используется при выборах региональных законодательных органов и органов местного самоуправления в ряде субъектов Российской Федерации;
- выборы по пропорциональной системе партийных списков. При этом по российскому законодательству партийный список разбивается на центральную часть и ряд региональных составляющих. Так в настоящее время избираются депутаты Государственной думы;
- выборы по смешанной системе. Часть депутатов избирается по партийным спискам, часть – по одномандатным округам. Эта схема используется при выборах некоторых законодательных органов субъектов Российской федерации [5].

Избирательные кампании, как процесс волеизъявления граждан, и избирательные кампании партий и кандидатов на выборные должности так или иначе являются частью избирательного процесса. Соответственно включают действия акторов политических процессов, влияющих на результаты выборов. О. П. Кудинов, рассматривая процессы выборов, выделяет активных участников политического процесса.

1. Избирательные комиссии разных уровней (центральная, территориальные, окружные и участковые).
2. Правительство РФ.
3. Федеральные министерства.
4. Администрации субъектов РФ.
5. Муниципальные администрации.
6. Суды разного уровня.
7. Милиция и иные правоохранительные органы.
8. Политические партии и избирательные объединения.
9. Спонсоры избирательных фондов.
10. Кандидаты на выборные должности.
11. Уполномоченные представители кандидатов и избирательных объединений.
12. Сборщики подписей.
13. Члены избирательных комиссий.
14. Общественные наблюдатели (в том числе иностранные).
15. Доверенные лица кандидатов и т. д. [5].

Если рассматривать термин «избирательная кампания» как действия кандидата или партии, то акторы избирательной кампании будут все те же, только количество их сузится. Субъектами избирательной кампании кандидата или партии могут быть следующие лица и организации:

- политические партии и избирательные объединения;
- спонсоры избирательных фондов;
- кандидаты на выборные должности;
- уполномоченные представители кандидатов и избирательных объединений;
- сборщики подписей;
- доверенные лица кандидатов и т. д.

Таким образом, избирательная кампания, понимаемая в широком плане, включает, помимо кампаний всех кандидатов, также и действия органов власти, избирательных комиссий и всех лиц и организаций, так или иначе задействованных в выборном процессе. Кроме того, избирательная кампания, как процесс избрания кандидатов на выборные должности, включает избирательные кампании всех кандидатов. Такое широкое определение избирательной кампании О. П. Кудинов обозначает термином «выборы» [5].

Обе трактовки термина «избирательная кампания» одинаково широко распространены не только в научной среде, юридической литературе, но и в средствах массовой информации. Поэтому для исключения разночтений в терминологии, в литературе термином «избирательная кампания» часто обозначают только предвыборную кампанию кандидата или партии, а кампанию в широком понимании обозначают термином «выборы». Хотя термин «выборы» в политической и социологической литературе имеет несколько своих собственных значений, отличных от значения термина «избирательная кампания», однако, по нашему мнению, термин «выборы», обозначающий процессы подготовки, проведения и подсчета результатов голосования во многом синонимичен термину «избирательная кампания» как процессу волеизъявления граждан.

Таким образом, не смотря на то, что термин «выборы» не отражает всю содержательную часть термина «избирательная кампания», однако, он очень удобно подходит для исключения возможных разночтений, а термин «избирательная кампания» чаще используется в значении «избирательная кампания» кандидата или партии.

Список литературы

1. Нечаев В. Д. (ред.) «Технологии политического успеха» - 2007 – М.: Национальный институт «Высшая школа управления».
2. Комарова В. В. «Научно-практический комментарий к Федеральному закону от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» - 2009 - М.: «Юркомпани».
3. Полуэктов В. В. «От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях» - 2002 - М.: «Русская панорама».
4. Головистикова А. Н. (ред.) «Толковый словарь юридических терминов» - 2007- М: «Эксмо».

5. Кудинов О. П. «Большая книга выборов: Как проводятся выборы в России» - 2003 - М.: «Арт Бизнес Центр».

Сведения об авторе

Самойлик Игорь Валентинович, *аспирант кафедры математических методов в экономике, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 89058581940*

Samoylik I. V.*, postgraduate student, Department of Mathematical Methods in Economics, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 89058581940*

УДК 316.4

ГОТОВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ПРОТИВОСТОЯТЬ КОРРУПЦИИ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ

О. В. Устинова

Ключевые слова: ***коррупция, антикоррупционная политика, органы власти, коррумпированность, противодействие коррупции***

Key words: ***corruption, anticorruption policy, power bodies, corruption, counteraction against corruption***

Анализируются результаты социологического опроса населения относительно готовности «оказывать сопротивление коррупции».

Readiness of the population to counteract against corruption in the power bodies. Ustinova O. V.

The results of the public opinion poll in view of the population readiness to resist the corruption are analyzed.

В настоящее время существуют разные мнения о причинах возникновения коррупции, но то, что это явление в России носит феноменальный характер не вызывает сомнения.

При наличии множества административных, уголовных и иных подходов к решению проблемы коррупции – с каждым годом ее уровень только возрастает. Это обстоятельство вызывает самую серьезную озабоченность федеральных органов власти, институтов гражданского общества и населения страны.

Важным элементом антикоррупционной стратегии является необходимость выявления общественного мнения, позволяющего не только принять правильные решения по предотвращению коррупции, но и предвидеть последствия их реализации.

Уровень коррупции – показатель нравственного состояния и способности государственного аппарата решать задачи не в своих собственных (корыстных) интересах, а в интересах общества. При этом, чем выше сопротивляемость общества этому явлению, тем меньше уровень коррупции в стране и органах власти, в частности.

В этой связи интересным становится мнение населения о готовности «оказывать сопротивление коррупции». Автором статьи проведен опрос населения г. Тюмени с целью выявить его мнение относительно проблемы коррупции в органах власти и возможности снижения ее уровня. Численность населения города на 01.01.2010 года составила около 609,0 тыс. человек, в опросе приняли участие 336 человек, что соответствуют требованию репрезентативности выборки.

Социально-демографические критерии исследуемой группы респондентов представлены следующими характеристиками. Выборку составили 51,8% женщин и 48,2% мужчин, что отражает структуру населения г.Тюмени по полу. На момент проведения исследования постоянную работу имели 63,9% респондентов; не имели работы – 22,8%; совмещали работу с учебой 7,2%; учились в вузах, учреждениях НПО, СПО – 6,1% опрошенных.

Примерно половина респондентов имела высшее образование (48,2%), каждый десятый – незаконченное высшее (11,2%), каждый третий – среднее специальное (32,2%) и 8,4% – среднее общее образование.

Большинство респондентов уверены в наличии коррупции в стране, причем более половины отмечают высокий уровень ее распространения в органах власти (рис. 1).

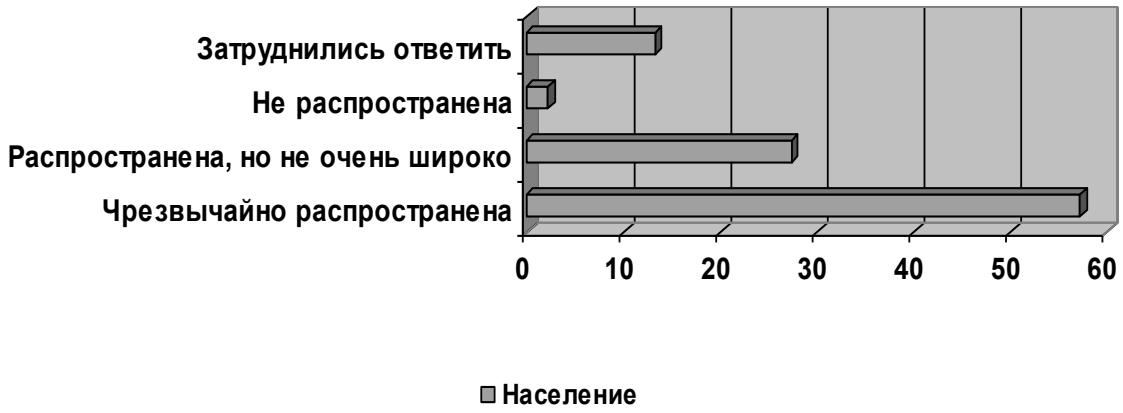


Рис. 1. Оценка населением степени распространения коррупции в органах власти, %

Население уверено, что коррупция охватывает государственные, и муниципальные уровни власти. Это подтверждается мнениями участников опроса относительно того, какой уровень государственной власти и местного самоуправления в настоящее время больше поражен коррупцией (рис. 2).

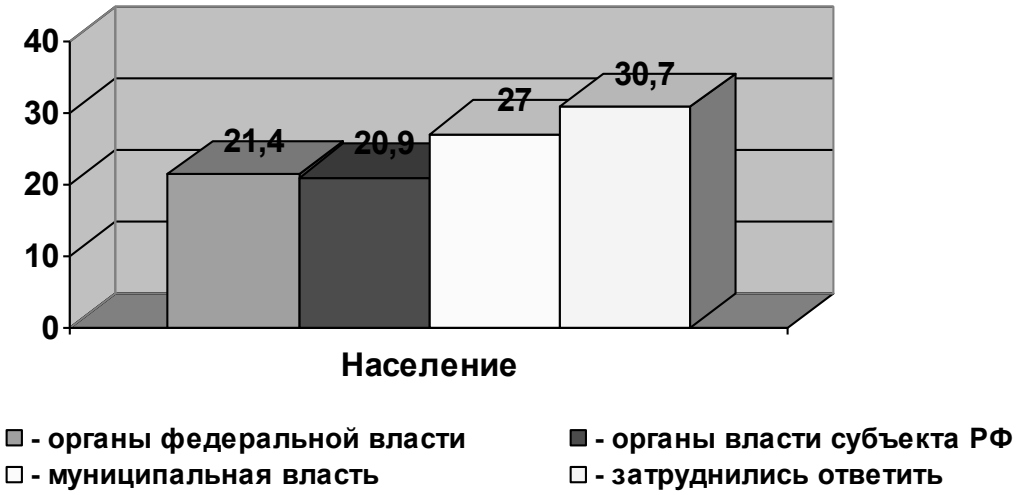


Рис. 2. Мнения населения относительно степени коррумпированности различных уровней власти, %

По мнению населения наиболее коррумпированными являются органы местного самоуправления (27% респондентов). Это не случайно, поскольку муниципальная власть наиболее приближена к народу и все недовольства населения по поводу личных проблем (невозможность приобрести жилье, высокая плата за коммунальные услуги и др.) и проблем муниципального образования (плохие дороги, отсутствие детских площадок во дворах и т.д.) адресованы именно органам местного самоуправления.

Коррумпированность органов власти субъектов Федерации отметили 20,9% населения.

Примечательно, что около трети населения (30,7%) затруднились определить, в органах власти какого уровня коррумпированность проявляется в большей степени. В то же время, на общем фоне распределения мнений населения это служит свидетельством высокого уровня распространения коррупции в стране и сложности ее соотнесения с определенным уровнем власти.

В качестве основной меры противодействия коррупционным проявлениям уже стало традиционным рассматривать ужесточение уголовной ответственности. Как показала практика, такая мера, хотя и вызывает положительную реакцию в общественном мнении, полностью преодолеть коррупцию не в состоянии. Об этом говорят и данные авторского исследования (рис. 3).

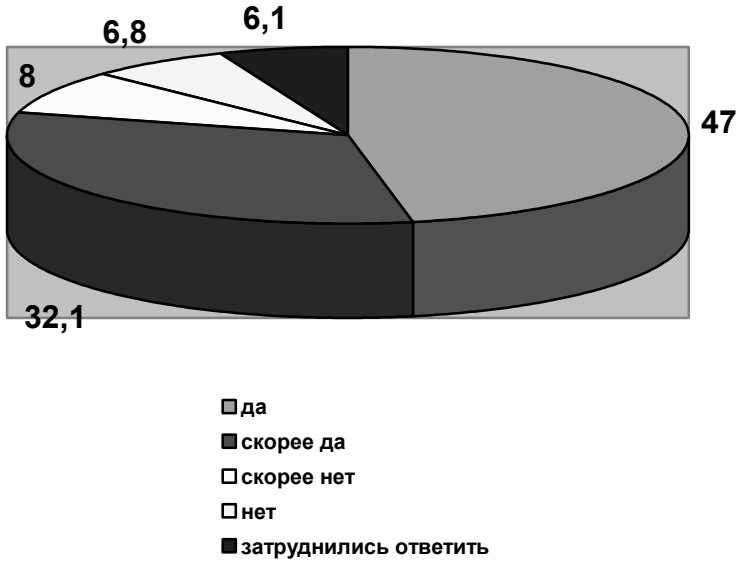


Рис. 3. Мнения участников опроса относительно возможности преодоления коррупции в органах власти ужесточением уголовной ответственности, %

Население связывает основные надежды именно с ужесточением уголовной ответственности за коррупционные действия, хотя в определенной мере просматривается и альтернативная тенденция, согласно которой в большей степени обращается внимание на необходимость искоренения социальных причин коррупции, а не на борьбу с отдельными ее проявлениями (см. рис. 3; таблицу).

Респондентам было предложено определить степень влияния социально-правовых факторов на сдерживание коррупции по трехбалльной шкале (от 1 – высокая степень влияния, до 3 – низкая).

Оценка населением степени влияния социально-правовых факторов на сдерживание коррупции в системе власти, баллов

Фактор сдерживания коррупции	Оценка степени влияния
Усиление уголовной ответственности государственных и муниципальных служащих за действия, способствующие коррупции	2,3
Система отбора на государственную и муниципальную службу честных и добросовестных специалистов	2,2
Четкая правовая регламентация исполнения служебных обязанностей	2,2
Воля и искреннее желание руководства страны	2,1
Соблюдение этических норм государственной и муниципальной службы	2,0
Формирование негативного отношения населения к злоупотреблениям на государственной и муниципальной службе	2,0
Воспитательная работа с государственными и муниципальными служащими	1,9
Преодоление протекционизма при должностном продвижении	1,9

Степень влияния социально-правовых факторов сдерживания коррупции оценивается как средняя или немного выше средней (см. таблицу). Это позволяет сделать вывод, что одиночное действие факторов не может дать существенного результата в противодействии коррупции. Для получения ощутимого эффекта необходимо синергетическое воздействие правовых, административно-организационных, социальных, этических методов.

Существенный фактор противодействия коррупции – это гражданская позиция населения, его готовность непосредственно участвовать в антикоррупционных действиях. В этом отношении только менее половины респондентов готовы к тому, чтобы в той или иной мере оказывать помощь правоохранительным органам в борьбе с коррупцией (рис. 4).



Рис. 4. Мнения населения относительно готовности оказывать помощь правоохранительным органам в борьбе с коррупцией, %

Много респондентов, затруднившихся с ответом. Это говорит о значительной степени общественной апатии, возможно, даже о подавленности общественного сознания фактами коррупционных проявлений.

Таким образом, прежде всего, в общественном мнении сложилось убеждение, что борьба с коррупцией – бесполезность усилий и неуверенность в результативности собственного участия. Кроме того, пятая часть респондентов отметили опасность участия в антикоррупционной борьбе лично для себя и для своих родных.

Автор отмечает, что антикоррупционная политика должна быть намного шире, чем просто борьба с отдельными взяточниками. Целью борьбы с коррупцией должны быть меры, направленные, в первую очередь, на изменение отношения общественности к этому явлению путем формирования атмосферы неприятия коррупции во всех ее проявлениях и создание условий, препятствующих коррупции. В конечном итоге последовательная антикоррупционная политика государства должна служить укреплению доверия населения к властным структурам государства.

Сведения об авторе

Устинова Оксана Вячеславовна, *доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 89028133343*

Ustinova O. V., *associate professor, Department of Marketing and Municipal Administration, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 89028133343*

УДК 329

ПРОЦЕСС ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ (НА МАТЕРИАЛАХ ПОСТСОВЕТСКОЙ РОССИИ)

На Чуаньлинь

Ключевые слова: ***институционализация, институт политических партий, авторитарный режим, доминирующая партия***
Key words: ***institulization, institute of political parties, authoritarian regime, dominating party***

О незавершении процесса институционализации политических партий.

Process of institulization of political parties (based on materials of post-Soviet Russia). Na Chuanlin.
The paper discusses the issue of non-termination of political parties institulization process.

Институционализация – процесс формирования каких-либо новых социальных институтов как устойчивых форм организации деятельности людей в обществе; процесс определения и закрепления социальных норм, правил, статусов и ролей, приведение их в систему, которая способна действовать в направлении удовлетворения некоторой общественной потребности. Сущность трансформационных практик политических партий в современной России в том, что происходит институционализация политических партий, их становление как социального института.

Институционализация политических партий в современной России, в период президентства Б. Ельцина, взяла курс на развитие конституционализма после принятия новой Конституции РФ 12 декабря 1993 г. В Конституции закреплялась многопартийность, политическое многообразие (ст.13,ч.3). Легитимация политического многообразия только лишь положила начало процесса политических партий в постсоветской России. В действительности, становление института политических партий начинается в «путинский период», потому что институт политических партий оказывается под воздействием серии законодательных мероприятий, инициированных федеральным центром.

Процесс институционализации политических партий в период правления В. Путина имел определенные признаки.

1. Повышение статуса политических партий. Новые отношения с центристской коалицией в Государственной думе хорошо укладывались в изменившийся подход Кремля к месту партий в системе государственной власти. В итоге 11 июля 2001 г. Государственной думой был принят Федеральный Закон «О политических партиях». Данный закон являлся результатом компромисса между наиболее крупными парламентскими фракциями, представляющими свои партии, с одной стороны, и чиновниками, отвечающими за политический процесс, – с другой. Этот закон, запустивший превращение многопартийной системы в полноценную часть механизма власти, был принят по инициативе и под давлением Администрации Президента РФ. Повышение роли политических партий в системе власти свидетельствовало о повороте в сторону «партизации» политического режима. Этот поворот обусловлен политическими интересами Кремля. Сильные политические партии позволили создать противовес группам давления, укрепить политическую автономию президентской власти от региональных элит, обуздать бесконечные «войны» кланов и клик в правящей группе и, наконец, обеспечить политическую интеграцию страны.

Новый закон создал серьезные стимулы для качественного развития партийной системы в России. Развитие этого законодательства вслед за принятием закона о партиях – важный фактор в становлении российской многопартийности. Последующие законодательные и регуляторные новации сыграли позитивную роль в этом плане. В частности, целью закона было определено «конституирование института политических партий как элемента гражданского общества. Закон был призван решить ряд задач – стимулирование деятельности партии в регионах, приближение их к гражданам, усиление демократических начал в российском партийном строительстве, обеспечение прозрачности их финансовой деятельности» [1]. Вместе с тем, наряду с наличием важных правовых норм, направленных на обеспечение финансовой, информационной открытости процессов создания и деятельности политических объединений, расширение возможностей государственного и общественного контроля за этой сферой, обеспечение демократизации внутрипартийной жизни, на наш взгляд, в законе содержатся положения, существенно обесценивающие его позитивный

потенциал. Речь идет, прежде всего, о предоставлении права участия в выборах только партиям, о закреплении статуса партии за организациями, насчитывающими в составе не менее 10 тысяч членов [2]. Это, в свою очередь, ведет к тому, что множество мелких политических партий и организаций закончат свое существование, а наиболее крупные, представленные в Государственной думе, будут объединяться, создавая тем самым несколько больших коалиций, преимущественно влияющих на политический процесс. Главное здесь – признание права на участие в выборах только за крупными политическими организациями, а по сути дела, только за теми, кто сумел занять места на политической сцене, и, прежде всего, в Государственной думе. Как отмечает В. В. Лапаева, «есть все основания считать, что в условиях нынешней политической апатии населения необходимая для получения статуса партии численность в 10 тысяч членов будет не под силу вновь формирующимся политическим объединениям граждан, которые не имеют ни богатых спонсоров, ни административных ресурсов, ни даже надлежащей правовой защиты от произвола контролирующих политический процесс чиновников» [3]. Это, на наш взгляд, свидетельствует о том, что интересы той части общества, которая не имеет своих представителей в парламенте, в обозримой перспективе не смогут получить своего политического выражения. Этому не стоит удивляться, так как перенимая западные образцы на российскую почву, правительство заботится о правах и интересах меньшинства, забывая о проблемах всего населения.

2. Изменения в избирательной системе. Важным шагом на пути институционализации политических партий стало изменение летом 2002 г. порядка формирования законодательных органов в субъектах федерации, расширившее роль федеральных политических партий. Действия в этом направлении стали логическим продолжением ограничения политической автономии региональных элит. В 2003 году закончился и переходный период, в течение которого политические партии проходили перерегистрацию. Основным событием стала принятая 18 мая 2005 г. новая редакция ФЗ №51 «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания РФ», которая переходила от смешанной к пропорциональной системе на выборах в Государственную думу, вводила формирование нижней палаты российского парламента исключительно по партийным спискам. Появление у партий серьезных возможностей для развития осложнялось на данном этапе введением в законодательство множества поправок, регламентирующих деятельность политических партий, что создавало определенную правовую нестабильность данного института. Кроме того, партийной институциолизации приходится ужесточение регламентации деятельности политических партий в России. В частности, было запрещено образование избирательных блоков, повышен с 5 до 7% порог прохождения партий на выборах в Государственную думу Федерального собрания РФ, повышен до 50 000 человек минимальный порог численности партий и т.д. В результате, зимой 2006 года, по данным ВЦИОМ, 58% россиян выступали за избирательный барьер, который повысили с 5 до 7%; 18% россиян не выступали за избирательный барьер и 24% россиян затруднились ответить [4]. В результате зимой 2006 года, по данным ВЦИОМ, 53% россиян выступали за численность партии, которая должна быть не менее 50 тысяч в России, 20% россиян не выступали за численность партии, которая должна быть не менее 50 тысяч в России и 27% россиян затруднились ответить [5]. Произошло также усиление контроля Федеральной Регистрационной Службы за деятельностью партий. Кроме того, часть контрольных функций в отношении партий передали избирательным комиссиям. В июле 2006 года 75% россиян выступали за реформирование избирательной системы в России, 11% россиян не выступали за реформирование избирательной системы в России и 13% россиян затруднились ответить [6].

3. Федеральный закон «О Правительстве Российской Федерации» с изменениями от 3 ноября 2004 г. аннулировал ограничение о членстве в партиях чиновников высшего ранга по опыту стран Запада, где высшие должностные лица страны являются выдвиженцами политических партий. И никто не вспомнил о том, что в России, в отличие от западных демократий, партии не выдвигают своих членов в органы исполнительной власти. У России исполнительная власть, согласно Конституции, формируется не по партийному признаку. Совершенно очевидно, что это два принципиально разных подхода: одно дело, когда чиновники выступают как лица, уполномоченные обществом проводить определенную партийную линию в деятельности структур исполнительной власти, совсем другое, когда чиновники, пришедшие в исполнительную власть, отнюдь не по основаниям своей принадлежности к поддержанной обществом партии, начинают сами создавать партии для укрепления и удержания своей власти.

В результате в июле 2006 года, по данным ВЦИОМ, 15% россиян выступали за членов правительства и других чиновников высокого уровня занимать руководящие должности в

политических партиях, 37% россиян не выступали за членов правительства и других чиновников высокого уровня занимать руководящие должности в политических партиях, 38% россиян безразлично отнеслись к этому вопросу, 10% россиян затруднились ответить [7].

Избрание Президентом РФ Д. А. Медведева ознаменовано принятием ряда президентских инициатив (право выдвижения на пост губернатора победившей на выборах партии, парламентский контроль за деятельностью правительства и т.д.), одна из которых потребовала внесения поправок в Конституцию. Речь идёт о продлении срока полномочий Президента до 6 лет, а Думы – до 5 лет. При этом сохраняется приверженность Конституции РФ, парламентская же форма правления – не ориентир для России. Парламентское большинство поддержало ряд президентских законодательных инициатив, направленных на решение таких задач. Фактически снижен до 5% так называемый барьер прохождения партий в Государственную думу. Партии получили право выдвигать кандидатов на должности руководителей субъектов Федерации, а также гарантии равного освещения их деятельности в государственных средствах массовой информации. Снижается минимальная численность партий; отменён избирательный залог, необходимый для регистрации на выборах; думским партиям гарантирован доступ к государственным СМИ; партиям, набравшим 5-7% голосов на выборах, гарантированы 1-2 депутатских мандата; предложения по кандидатурам будущих руководителей исполнительной власти субъектов Федерации будут представляться Президенту только партией, набравшей наибольшее число голосов на региональных выборах. Минимальная численность партии снижается с 50 до 40 тыс. человек [8].

В чем состоит сущность, каковы причины и основные направления трансформационных практик политических партий и процесса институционализации политических партий в изменяющемся обществе?

После распада СССР Россия активно использует стратегию построения авторитарного режима, которую называют «гибридной». Российские режимы 1990-х годов были преимущественно личностные, несмотря на неоднократные попытки Кремля создать партию власти, авторитарную, в свою очередь. В связи с чем, в 2000-х годах предпринят ряд последовательных совместных усилий для создания доминирующей партии в целях обеспечения непрерывности нового режима. Исходя из того, что партия авторитарного режима в сравнении с личностным и военным режимом более прогрессивна, то эту стратегию, Кремль может считать наиболее эффективной с точки зрения долгосрочных последствий.

Мягкая версия личностного режима, которая сформирована в России в начале 2000-х гг., была наименее полезным инструментом для достижения своих целей: эти режимы очень чувствительны к дисбалансу в сравнении с другими авторитарными режимами. Таким образом, лидеры России были вынуждены выбирать между двумя возможными стратегиями создания авторитарного режима, утверждая долгосрочное существование. Одним из вариантов может быть жесткая версия личностного авторитаризма, которая поддерживает лояльность элит и масс посредством их интенсивного использования. Однако, кроме необходимости крупномасштабных инвестиций в аппарат репрессий, которые могут предотвратить угрозу беспорядков, режимы неизбежно сталкиваются с проблемами международной изоляции, в то время как остальные не в состоянии решить проблемы правопреемственности политического руководства. Как и в «жесткой» версии личностного авторитаризма, шансы элиты быть жертвами репрессий гораздо выше, чем у обычных граждан. Поэтому у правящего класса было мало стимулов, чтобы пойти на такие предприятия.

Альтернатива в виде мягкого авторитарного режима выглядела гораздо более привлекательной для нынешнего правительства и различных сегментов элит. Такой режим может успешно решать все три проблемы, упомянутые выше (установление монопольного контроля, профилактики альтернативных координаций и создание долгосрочной лояльности), не будучи таким репрессивным и, следовательно, менее дорогим, чем жесткий личностный авторитаризм. Другими словами, можно сократить расходы на режим терпения, без потери мощности в условиях политической конкуренции. Кроме того, мягкий авторитаризм партии может быть эффективным инструментом правящей группы в других случаях: 1) он мог повысить легитимность режима с помощью эффективного политического патронажа и препятствования возникновению альтернатив, существующему статусу-кво; 2) он был способен успешно и гибко реализовывать политический курс правящей группы, благодаря неидеологической природе доминирующей партии; 3) он мог обеспечить рекрутирование и поддерживать консолидацию элит посредством усиливающих друг друга политических и административных механизмов [9] .

Хотя выбор этой стратегии строительства авторитарного режима мог принести власть держащим крупные долгосрочные выгоды, она также требовала и значительных политических инвестиций, которые не сразу приносили отдачу. Несмотря на то, что политическая среда 2000-х годов была крайне благоприятной для строительства авторитарного режима в силу децентрализации российского государства, беспрецедентного экономического роста и концентрации контроля над важнейшими экономическими активами в руках государственного аппарата, успешная реализация стратегии требовала политической и институциональной инженерии наряду с организационными усилиями. Поворот от непартийного персоналистского режима к становлению партийного доминирования был достигнут в результате ряда последовательных и сознательных шагов.

В 2001 году после поглощения прокремлевским движением «Единство» бывшей межрегиональной коалиции «Отечество – Вся Россия» и двух парламентских депутатских групп была создана «партия власти» – «Единая Россия» (ЕР), обладающая большинством мест в Государственной думе. Вновь созданная партия, безоговорочно поддерживающая все инициативы президента и правительства, таким образом, установила парламентское доминирование. Если в 2003 г., список ЕР получил на думских выборах 37,6% голосов, то в 2007 г. ЕР стала обладателем более чем 2/3 думских мандатов. В результате не только парламентское доминирование ЕР укрепилось, но и любые возможные альтернативы утратили релевантность.

Начиная с 2003 года, инициирована новая волна институциональных изменений, направленных на дальнейшее сужение поля межпартийной конкуренции. К ним следует отнести: повышение барьера для прохождения списков в Государственную думу с 5 до 7% и принятие новой редакции закона о политических партиях, ужесточившего организационные требования и требования членства при регистрации политических партий на фоне перерегистрации ранее созданных партий на новых условиях. Это существенно повысило входной барьер на российском рынке партийной политики: создание новых партий стало крайне затруднительным, а численность партий, сократилась до 7 после выборов 2007 года. В результате зимой 2008 года, по данным ВЦИОМ, 68% россиян выступали за то, что в ближайшее время общее число партий в России сократится; до 7,16% россиян не поддержали это и 16% россиян затруднились ответить [10].

Процесс институционализации политических партий еще не завершен, нынешняя партийная система выглядит как много партий с «доминантной партией»: доминирующая партия – «Единая Россия»; её сателлиты, включая партию «Справедливая Россия», ЛДПР, «Правое дело» и «Патриоты России»; её противники, в числе которых – КПРФ, «Яблоко».

Список литературы

1. Динес В., Николаев А. Партийный дизайн в России: теория и реалии // Власть. – 2003. – №5. – С.47.
2. Федеральный закон от 11 июля 2001 г.№95-ФЗ «О политических партиях ». – Гл.1,Ст.3, п.3.
3. Лапаева В. В. Закон о политических партиях: в чем суть альтернативных подходов // Журнал российского права. – 2001. – №2.– С.11-12.
4. http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=144&q_id=12022&date=14.12.2005
5. http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=144&q_id=12021&date=14.12.2005
6. http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=91&q_id=7562&date=21.07.2006
7. http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=366&q_id=29639&date=15.07.2006
8. Федеральный закон «О политических партиях» от 20 декабря 2004 г. № 9 168 – ФЗ (требования к численности членов политической партии были увеличены в пять раз с 10000 до 50 000 членов).
9. Гельман В. Я. Политические партии в России: от конкуренции – к иерархии // Полис. – 2008. – №5. – С. 135-152.
10. http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=578&q_id=41509&date=02.11.2008

Сведения об авторе

***На Чуаньлинь**, старший преподаватель Сяменьского технического университета (Китай); аспирант, Омский государственный педагогический университет, тел. 8(962)0443662, e-mail: na chuanlin@163.com*

***Na Chuanlin**, senior lecturer of Syamen Technical University (China); post-graduate at Omsk State Pedagogical University, phone: 8(962)0443662, e-mail: na chuanlin@163.com*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

УДК 330.564.2-044.3

ОЦЕНКА УРОВНЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НОРМАТИВЫ

Ю. А. Емельянов

Ключевые слова: ***уровень жизни, доходы, потребительский бюджет, социально-экономический норматив, население***
Key words: ***standard of living, incomes, consumer budget, socio-economic standard, population***

Рассматриваются вопросы оценки уровня доходов населения через сопоставление доходов с потребительскими бюджетами, которые выступают в качестве социально-экономических нормативов.

Assessing the level of income through socio-economic standards. Emelyanov Y. A.
The author considers the issues of assessment of income levels through a comparison of income from consumer budgets which act as the socio-economic standards.

Как известно, основное предназначение доходов общества состоит в удовлетворении физических и духовных потребностей его членов. Благодаря доходам граждане также обеспечивают свои расходы на обязательные платежи и сборы, формируют сбережения. Общепринятым показателем, характеризующим уровень доходов населения, является показатель среднедушевых денежных доходов. В данном показателе синтезируются такие важные показатели как среднемесячная начисленная заработная плата одного работника, средний размер назначенных месячных пенсий, а также доходы населения из других источников.

Для более детальной характеристики уровня доходов населения можно использовать дополнительные показатели. К ним относятся доходы в различных группах населения, структура расходов на потребление и сбережение, объем сбережения и т.д.

В связи с тем, что цены на товары и услуги находятся в постоянной динамике и дифференцированы территориально, использовать среднедушевые доходы населения для сопоставления уровня доходов в различных регионах и даже в одном регионе в разные периоды времени нецелесообразно. Мы предлагаем для этих целей использовать не абсолютный показатель, а относительный, где в качестве базы сравнения должен выступать социально-экономический норматив. Таким показателем может быть потребительский бюджет. В исследованиях Всероссийского центра уровня жизни обоснована система потребительских бюджетов разного уровня материального достатка, которая включает следующие бюджеты [4]:

- прожиточный минимум;
- восстановительный потребительский бюджет;
- бюджет высокого достатка.

Прожиточный минимум является потребительским бюджетом минимума материальной обеспеченности и позволяет удовлетворять лишь самые насущные потребности. Данный показатель закреплен в России законодательно во время кризиса и характеризует именно уровень прожиточного минимума в кризисной ситуации. В долгосрочной перспективе человек не может осуществлять даже простое воспроизводство при таком уровне доходов.

Именно поэтому Всероссийским центром уровня жизни введено понятие «восстановительного потребительского бюджета».

Восстановительный потребительский бюджет представляет бюджет простого воспроизводства. Он позволяет удовлетворять основные потребности населения, необходимые для восстановления физических и интеллектуальных сил человека, обеспечивает нормальное развитие детей и подростков, поддерживает активное состояние пенсионеров [4].

Восстановительный потребительский бюджет предполагает для человека возможность выживания в долгосрочной перспективе. Однако он не предназначен для его развития, удовлетворения качественно более высоких потребностей.

Для характеристики более высокого уровня потребления Всероссийским центром уровня жизни введен «Бюджет высокого достатка», предусматривающий наличие рационального набора благ и услуг, обеспечивающего полное и обоснованное удовлетворение человеческих потребностей, а также расходы на обязательные платежи и сборы, формирование сбережений, необходимых для поддержания данного уровня бюджета. Бюджет высокого уровня включает следующие группы расходов: питание, непродовольственные товары индивидуального и общесемейного пользования, обязательные платежи и сборы, сбережения. Бюджет высокого достатка определяет нижнюю границу высокого уровня жизни и ориентирован на удовлетворение более высоких потребностей людей (поддержание здоровья, получение качественного образования и самообразования, комфортабельный отдых и активный досуг, а также транспортную мобильность и имущественную обеспеченность). Этот бюджет позволяет получать платные услуги по уходу за детьми и домом, значительно сократить домашний труд и пользоваться благами, обеспечивающими всестороннее развитие личности, долгую, здоровую и достойную жизнь, расширение выбора обучения [4].

Потребительский бюджет может выступать в качестве социально-экономического норматива, характеризующего определённый уровень доходов. Выделяют оптимальный социально-экономический норматив – показатель, характеризующий оптимальное состояние социально-экономического явления, и минимальный социально-экономический норматив – показатель, характеризующий критическое (пороговое) состояние социально-экономического явления. Мы предлагаем в качестве минимального социально-экономического норматива, который характеризует приемлемый уровень жизни, позволяющий осуществлять простое воспроизводство населения в долгосрочной перспективе, использовать восстановительный потребительский бюджет, разработанный Всероссийским центром уровня жизни населения. Это соответствует, по нашему мнению, политике социального государства, которая «направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека», что закреплено в Конституции Российской Федерации. В свою очередь, в качестве оптимального норматива доходов населения, целесообразно использовать бюджет высокого достатка как уровня доходов, обеспечивающего достойную жизнь и свободное развитие человека.

Существует определенная проблема в определении размеров бюджета высокого достатка и восстановительного потребительского бюджета, поскольку органами государственной статистики данные показатели не рассчитываются. Однако специалистами Всероссийского центра уровня жизни предложена методика расчёта данных бюджетов на основе прожиточного минимума. Установлено, что бюджет высокого достатка примерно в семь раз превышает уровень прожиточного минимума, а восстановительный потребительский бюджет примерно в два раза.

Следует также отметить, что в Приложении к концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации – «Основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации до 2020-2030 годов» в качестве одного из основных критериев отнесения российских граждан к среднему классу выделяют уровень доходов. При этом к среднему классу отнесены лица со среднедушевым доходом свыше шести прожиточных минимумов [5].

Несмотря на то, что в данной концепции установлены менее высокие требования к уровню доходов населения, очевидно, что подход к определению социально-экономического норматива уровня доходов схож с подходом, использовавшимся Всероссийским центром уровня жизни. Кроме того, не следует забывать, что этот показатель является одним из целевых ориентиров в долгосрочной социально-экономической политике Российской Федерации до 2020 года.

Итак, мы предлагаем для большей части населения в качестве норматива доходов использовать бюджет высокого достатка. Однако в некоторых случаях по объективным причинам (потеря трудоспособности, отпуск по уходу за ребёнком, низкие требования к личным доходам и др.) достижение подобного уровня доходов невозможно. В этом случае государство должно стремиться обеспечивать соответствие уровня доходов минимальному социально-экономическому нормативу, в качестве которого может быть использован восстановительный потребительский бюджет.

Таким образом, для расчёта индекса уровня доходов населения (ИУД) необходимы следующие статистические показатели:

- среднедушевые месячные денежные доходы населения, р.;
- величина прожиточного минимума в среднем на душу населения в месяц, р.;
- среднедушевые месячные денежные доходы населения по группам с разными уровнями дохода, р.

Ниже представлена методика расчёта индекса доходов населения:

$$ИУД = \sum_{i=1}^{n} \hat{i}_i^{\partial} f_i,$$

где f_i – доля населения i-й группы в общей численности населения;

$$\sum_{i=1}^{n} f_i = 1;$$

$\hat{i}_i^{\partial}$ – скорректированный уровень доходов i-й группы населения;

$$\hat{i}_i^{\partial} = \begin{cases} i_i^{\partial}, если\ i_i^{\partial} \le 1 \\ 1, если\ i_i^{\partial} > 1 \end{cases},$$

где i_i^{∂} – уровень доходов i-й группы населения;

$$i_i^{\partial} = \frac{Д_i}{H_k^{\partial}},$$

где H_k^{∂}– k-й социально-экономический норматив месячных душевых денежных доходов населения, р.

$Д_i$ – месячные среднедушевые денежные доходы населения i-й группы населения, р.

Приведённый показатель входит в состав индекса уровня жизни населения, использующегося в качестве интегрального показателя оценки реализации стратегии деятельности Тюменской областной думы четвёртого созыва [6].

Результаты оценки уровня доходов населения Российской Федерации за 2000-2009 годы представлены на рисунке.



Рисунок. Динамика уровня доходов населения Российской Федерации

Уровень доходов населения в России является низким, хотя и наметилась определенная тенденция к повышению уровня доходов. Данный показатель (см. рисунок) позволяет оценить, насколько уровень доходов в стране соответствует нормам современного социального государства.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации, 1993.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. – Министерство экономического развития Российской Федерации. – Москва, 2008.
3. Статистический ежегодник (1990-2008) Тюменская область. – Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области. – Тюмень, 2009.
4. Бобков В. Н. Уровень социального неравенства // Экономист. - №3, 2006.
5. Основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020-2030 годов. Приложение к концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации. – Министерство экономического развития Российской Федерации. – Москва, 2008.
6. Распоряжение председателя областной думы №169-рп от 29.11.2010 «Об утверждении Перечня основных и интегральных показателей реализации Стратегии деятельности Тюменской областной думы четвертого созыва».
7. URL: http://www.gks.ru (Официальный сайт Росстата).

Сведения об авторе

Емельянов Ю. А.*, ассистент кафедры «Экономика товарных рынков», Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел: 89123819792*

Emelyanov Y. A.*, postgraduate student, Department of Commodity Markets Economy, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 89123819792*

УДК 622.276.012/75

РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ РОССИИ

Е. В. Заведеев

Ключевые слова: ***нефтяная и газовая промышленность, нефтяные компании, инвестиционная активность, факторы риска, управление рисками***

*Key words: o****il and gas industry, oil companies, investment activity, factors of risk, risk management***

Приведены общие данные о современном состоянии нефтегазового комплекса РФ, его роли для народного хозяйства страны об основных проблемах его дальнейшего развития. Обозначены наиболее существенные особенности процессов добычи, переработки и сбыта нефти и нефтепродуктов, наличие которых в значительной степени определяет ряд рисков, которые могут возникнуть при осуществлении этих процессов. Выявлены основные причины рисков, связанных с производственными и финансово-экономическими процессами крупных российских нефтяных компаний, определены факторы, влияющие на величину рисков и вероятность их наступления. Предпринята попытка составить возможно более полный перечень этих рисков.

The reasons, factors and types of risks in the activity of oil and gas producers of Russia*. Zavedeev E. V.*

The article discusses the general data about a current state of oil and gas industry of Russian Federation, its role for the national economy, the basic problems of its further development. The most essential features of processes of extraction, processing and export of oil and oil products are defined. It is stated that these processes determine a number of risks which can arise due to realization of these processes.On the basis of the analysis of annual reports on the activity of some major Russian oil companies the main causes of risks related to industrial and economic processes carried out by these companies are revealed. The factors influencing the size of these risks and probability of their occurrence are defined and the attempt to make a more complete list of these risks is undertaken.

Нефть и нефтепереработка – это один из наиболее значимых сегментов российской экономики. Начиная с 2006 г., среди всех нефтедобывающих стран мира по объемам добычи Россия занимает одну из лидирующих позиций. При этом объемы добычи с 2000 по 2009 годы увеличены более чем наполовину (с 324 млн т до 494). Нефть и газ в настоящее время – это основные экспортируемые из России товары. Каждый год в страны дальнего и ближнего зарубежья поставляется более 230 млн т нефти и около 250 млрд куб. м газа [1].

Значительное увеличение объемов производства в нефтегазовом комплексе (НГК) явилось основным фактором роста ВВП РФ в 2000-2008 годах. Нефтяная промышленность производит 12-14% всей промышленной продукции РФ, обеспечивает 17-18% доходов федерального бюджета и более 35% валютных поступлений [2].

За счет нефтяных валютных поступлений увеличены золотовалютные резервы страны, созданы стабилизационный фонд и фонд национального благосостояния. Необходимо отметить и мультипликативные эффекты от работы НГК. Одно рабочее место в НГК обеспечивает, по разным оценкам, от 5 до 10 рабочих мест в смежных и обслуживающих отраслях [3].

Несмотря на сравнительно более успешное по сравнению с другими отраслями народного хозяйства России, функционирование НГК, в нем развиваются и негативные тенденции. Приросты запасов нефти значительно меньше объемов добычи, из имеющихся запасов почти половина приходится на трудноизвлекаемые, большинство месторождений, находящихся в эксплуатации, характеризуются высоким уровнем обводненности нефти, имеющиеся ресурсы углеводородов содержат меньшие по размерам и более сложно построенные месторождения и пр. [2].

Для дальнейшего успешного развития нефтяной и газовой промышленности необходимо постоянное наращивание объемов работ по поиску и разведке месторождений, ввод в действие новых добывающих скважин, освоение новых технологий разработки месторождений и добычи нефти и газа, применение современных методов повышения нефтеотдачи пластов и пр. [2].

В то же время деятельность по добыче нефти и газа связана со значительной неопределённостью и изменчивостью внешней среды. Функционирование предприятий в таких условиях сталкивается с наличием большого количества различных видов риска.

Таким образом, эффективное управление рисками, которые могут возникнуть в ходе выполнения текущих производственных операций или инвестиционной деятельности, становится одним из наиболее важных условий дальнейшего развития российских нефтегазодобывающих компаний.

Риски, свойственные деятельности предприятий нефтяной и газовой промышленности, определяются, прежде всего, содержанием этой деятельности, а также особенностями функционирования и развития НГК в целом. Такими особенностями являются следующие.

1. Добыча и переработка нефти и газа – это сложный комплекс тесно взаимосвязанных между собой основных и вспомогательных производственных процессов, которые определяют эффективность и направления развития друг друга.
2. С одной стороны нефтяная и газовая промышленность – это поставщик топлива и сырья для очень многих видов производств, с другой стороны она сама выступает потребителем огромного количества энергии, транспорта, технических средств, строительных конструкций, нуждается в квалифицированных кадрах.
3. В условиях рыночной экономики государство почти не занимается проведением поисковых и геологоразведочных работ. Его основной задачей является их регулирование, координирование и стимулирование. Финансирование же работ по воспроизводству минерально-сырьевой базы должно осуществляться за счет самих нефтяных компаний.
4. Формирование нефтяного или газового месторождения – следствие взаимодействия большого количества случайных факторов (пластового давления, температуры, состава пластовой жидкости, структуры пород и пр.). Такое четкое соединение всех необходимых сил и условий является достаточно редким явлением, поэтому количество месторождений, имеющих высокую промышленную ценность, является достаточно ограниченным. При этом эксплуатация каждого конкретного месторождения требует особого специфического набора методов и инструментов.
5. Залежи нефти и газа располагаются на большой глубине, единственный прямой метод их изучения – это дорогостоящее бурение скважин. Кроме того, месторождения рассредоточены на значительной площади и чаще всего удалены от транспортных магистралей и развитых промышленных районов. В результате возникает большая сложность получения достоверных и

достаточно точных исходных данных, необходимых для проектирования процессов добычи и расчета показателей эффективности инвестиций в нефтедобычу.

6. Каждая последующая стадия эксплуатации нефтяных месторождений характеризуется истощением запасов и усложнением горно-геологических условий. Возникает необходимость постоянного увеличения объемов инвестиций, направляемых на реализацию мероприятий, связанных со старением месторождений.

7. Сложность и специфика производственного процесса, необходимость применения особого технологического оборудования, большая длительность процессов поиска, разведки и освоения месторождений определяют высокую капиталоемкость процессов нефтедобычи и длительный период окупаемости инвестиций.

8. Уровень деловой и инвестиционной активности в сфере нефтегазодобычи и геологоразведочных работ в значительной степени имеют циклический характер, определяемый, прежде всего, котировками цен на нефть, которые зависят от соотношения спроса и предложения, а также спекулятивных настроений на фондовых рынках.

Исходя из указанных особенностей нефтяной и газовой промышленности, можно выделить следующие причины рисков в деятельности нефтяных компаний:

- распределение отдачи от проекта во времени;
- разброс значений каждой переменной, влияющей на величину критериев эффективности;
- сложность прогнозирования состояния спроса, предложения и уровня цен на нефть;
- значительные сложности и расходы, связанные со сбором дополнительной информации.

Анализ официальной отчетности ряда российских вертикально интегрированных нефтяных компаний (ВИНК): ОАО «Газпром», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «Лукойл», ОАО «Сургутнефтегаз», размещенной на официальных сайтах данных компаний, выявил следующие наиболее значимые, с их точки зрения, группы рисков (таблица).

Виды рисков в деятельности нефтяной компании и факторы, влияющие на вероятность их возникновения

Вид риска	Фактор, влияющий на вероятность возникновения риска
Отраслевой	
Снижение цен на нефть и нефтепродукты на внешних рынках	Мировое и региональное соотношения спроса и предложения Темпы роста мировой экономики и стран-потребителей нефти Геополитическая ситуация в нефтедобывающих регионах Уровень запасов нефти, газа, нефтепродуктов Погодные условия в странах-потребителях нефти Стоимость и доступность альтернативных источников энергии
Снижение цен на нефть и нефтепродукты на внутренних рынках	Конъюнктура мирового рынка углеводородного сырья Объемы промышленного и бытового потребления Политическая ситуация в мире и в России Антимонопольная политика правительства и Законодательство РФ Развитие транспортной инфраструктуры
Истощение сырьевой базы нефтяной компании	Отсутствие аукционов на право разработки перспективных месторождений Захват наиболее перспективных месторождений конкурентами Отсутствие технической возможности вовлечения имеющихся месторождений в разработку с достижением приемлемого уровня рентабельности
Неудачное участие в конкурсах или аукционах на право разведки или разработки месторождений	Наличие у конкурентов более сильной конкурентной позиции Недостаточность финансовых ресурсов Сравнительно слабое развитие технической базы предприятия
Снижение объемов запасов углеводородов в результате проведения более точной оценки	Неопределенность данных по запасам нефти и газа, используемым нефтяными компаниями в своей деятельности Несовершенство методов поиска и разведки месторождений
Срыв поставок нефти или нефтепродуктов, транспортируемых морским транспортом	Высокая степень износа оборудования морских нефтеналивных терминалов России Неблагоприятные погодные условия

Продолжение таблицы

Вид риска	Фактор, влияющий на вероятность возникновения риска
Недостаточное развитие технической базы предприятия	Привлечение наиболее эффективных независимых сервисных организаций конкурентами Дефицит необходимого оборудования из-за высокой активности конкурентов Привлечение конкурентами наиболее высококвалифицированных и опытных кадров Недостаточность финансовых ресурсов.
Увеличение цен на используемые сырье, продукцию машиностроения, металлы, трубы, стройматериалы и пр.	Инфляция национальной валюты Сокращение объемов производства используемых в добыче нефти и газа машин, металлов, труб, стройматериалов Повышение ввозных таможенных пошлин на импортное нефтепромысловое оборудование Увеличение спроса на оборудование или материалы, используемые в процессе добычи углеводородов со стороны нефтяных компаний
Увеличение тарифов за транспортировку нефти. Уменьшение пропускной способности нефтепроводной системы РФ	Инфляция национальной валюты Уменьшение пропускной способности нефтепроводов из-за высокой степени их износа Уменьшение величины капитальных вложений в строительство нефтепроводов Увеличение спроса на услуги нефтепроводных организаций
Срыв поставок нефти или нефтепродуктов, транспортируемых ж/д транспортом	Ухудшающееся состояние российской ж/д инфраструктуры Уменьшение величины капитальных вложений в строительство железнодорожных путей и пополнение подвижного состава Увеличение спроса на услуги ж/д транспорта
Снижение доли российских нефтяных компаний на европейском рынке углеводородов	Регулирование энергетической отрасли в Европейском Союзе Увеличение количества поставщиков углеводородных ресурсов на европейский рынок Реализация в Европе проектов развития альтернативных источников энергии и расширение направлений импорта углеводородных ресурсов
Политический	
Ужесточение законодательства в области выдачи лицензий на использование м/р. Национализация активов	Смена правительства РФ Смена политического курса Формирование новых приоритетов экономической политики государства
Увеличение платы за пользование недрами. Дополнительное налогообложение нефтяных компаний	Смена правительства РФ Смена политического курса Формирование новых приоритетов экономической политики государства Неблагоприятная конъюнктура мировых сырьевых рынков
Народные волнения, политические перевороты, военные действия в странах присутствия компании	Низкий уровень жизни населения Политическая нестабильность в регионе Ухудшение дипломатических отношений страны присутствия компании с развитыми странами и с мировым сообществом в целом
Финансовый	
Изменение курса национальной валюты по отношению к доллару США. Снижение устойчивости и ликвидности финансово-кредитной системы. Изменения процентных ставок по кредитам.	Неблагоприятная конъюнктура мировых сырьевых рынков Финансовые и экономические кризисы Политическая нестабильность в стране, смена экономической политики Инфляция национальной валюты Ошибочная валютно-кредитная политика государства
Правовой	
Изменения налогового, таможенного, лесного и земельного законодательств Изменения законодательства о недропользовании, о лицензировании; экологических норм, правил	Смена правительства РФ Формирование новых приоритетов экономической политики государства Мировые и региональные финансовые и экономические кризисы Вступление России в таможенные союзы Ухудшение экологической обстановки Ухудшение состояния минерально-сырьевой базы
Изменения правил валютного регулирования	Смена правительства РФ Формирование новых приоритетов экономической политики государства Мировые и региональные финансовые и экономические кризисы Вступление России в таможенные союзы

Список литературы

1. Россия в цифрах. 2009: Стат.сб./ Росстат. - М., 2009. - С. 213.
2. Дунаев В. Ф. Экономика предприятий нефтяной и газовой промышленности. / В.Ф. Дунаев, В. А. Шпаков, Н. П. Епифанова, Л. А. Комарова, В. Н. Лындин, Э. А. Павлинич и пр. – Учебник – М.: ООО «ЦентрЛитНефтеГаз». 2004. – 372 с.
3. Рубинштейн Е. И. Экономика нефтяной и газовой промышленности. Учебное пособие. – Сургут: Изд-во СурГУ. 2002. – 160 с.

Сведения об авторе

Заведеев Егор Владимирович, *доцент кафедры экономики и управления, Сургутский государственный университет*

***Zavedeev** E. V., associate professor, Department of Economy and Management, Surgut State University*

УДК 316.422.42

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В СУБЪЕКТАХ РФ

В. А. Мишин

Ключевые слова: ***качество жизни, оценка качества жизни, комплекс показателей качества жизни, управление***

Key words: ***life quality, assessment of life quality indices complex, management***

Дана оценка текущего уровня жизни и развития человеческого потенциала. Представлены две концептуальные модели качества жизни, факторы экономической жизни, факторы экономической жизни населения.

Assessment of the population life quality in RF regions. Mishin V. A.

An assessment is given of the current level of life in the development of the human potential. Two conceptual models of life quality, factors of the population economic life are presented.

Оценка качества жизни напрямую связана с социально-экономической эффективностью. В различное время в качестве критерия социально-экономической эффективности предлагались максимизация народного благосостояния, наиболее полное удовлетворение потребностей членов общества и др., а в состав критериального показателя включались национальный доход, валовой национальный продукт, валовой внутренний продукт, чистый национальный продукт, чистое экономическое благосостояние и др.[1]

Исторически сложилось так, что измерение качества жизни производилось двумя различными способами: измерением объективных условий жизни и измерением её субъективных оценок. В рамках этих двух подходов сложились две концептуальные модели качества жизни, которые в литературе называются объективная и субъективная. Объективная модель определяет качество жизни как результат комбинации различных статистических показателей: уровня преступности, безработицы, загрязнения окружающей среды и т.д. Субъективная модель построена на утверждении, что истинное значение данного понятия отражено в субъективных ощущениях индивидов, которые формируются на основе уровня интеллектуального развития индивида, его жизненного опыта, эмоционального состояния и т.д. В странах с рыночной экономикой основными макроэкономическими измерителями являются валовой внутренний продукт и национальный доход. Центральными показателями общепринятой в мире Системы национальных счетов (СНС) выступают валовой внутренний продукт (ВВП) и валовой национальный продукт (ВНП) [2]. Несмотря на несовершенство и имеющиеся недостатки, до настоящего времени, макропоказатели – ВВП, ВНП пока остаются основными измерителями результатов экономической деятельности, лучшими макроиндикаторами, находящимися в распоряжении экономической теории и практики в существующих условиях, и применяются также для измерения и оценки экономического благосостояния народа.

По мнению Ф. Ф. Эрисмана [3], все факторы экономической жизни влияют на состояние общественного здоровья. На этот факт неоднократно указывали и эксперты международных

организаций. Связь между состоянием здоровья и занятостью, уровнем доходов, социальной защитой, жилищными условиями и образованием четко прослеживается во всех европейских государствах [4].

Социально-экономическая эффективность выражается в двух аспектах – социальном и экономическом. При этом соподчинённость этих двух аспектов выражается в наибольшем соответствии конечных результатов экономического развития достижению совокупности целей социального развития. Экономическая составляющая социально-экономической эффективности выступает материальной основой для улучшения качества жизни – повышения уровня благосостояния общества и созданных системой условий для свободного, всестороннего развития личности. Следовательно, более точное сопряжение конечных результатов функционирования экономической подсистемы и реальных общественных потребностей социальной подсистемы должно проявляться в большей направленности экономического развития на повышение уровня качества жизни в социально-экономической системе.

В России с ее огромными природными, хозяйственно-бытовыми и социальными контрастами качество социального здоровья населения характеризуется очень высокой региональной спецификой, поэтому целесообразно рассматривать показатели общественного здоровья по отдельным регионам России – крупным экономическим районам России.

ООН рекомендует текущий уровень жизни оценивать отдельными социальными индикаторами с помощью индекса развития человеческого потенциала (ИРЧП). ИРЧП разработан для сравнения стран и публикуется в ежегодных докладах ПРООН с 1990 г. Предлагаемая методика для определения уровня жизни населения на основе применения эмпирического приема сопоставления данных, который исходит из известного в статистике метода объединения разномерных показателей и рекомендаций ООН при расчете агрегированного показателя ИРЧП.

Как средство измерения уровня удовлетворения материальных и духовных потребностей людей, эти показатели можно использовать для наблюдения за социальным прогрессом отдельных регионов, стран и человечества в целом. Таким образом, принцип расчета каждой составляющей сводного индекса заключается в оценке относительного расстояния между фактическим значением и максимальным, являющимся конечной целью развития. На данном этапе развития для стран мира ставятся цели: повышение продолжительности жизни до 85 лет, доступность получения образования, обеспечения достойного уровня бедности до 5% и безработицы до 2%. Содержательный смысл показателя таков – чем он ближе к единице, тем выше возможности для реализации человеческого потенциала благодаря росту образования, долголетия и дохода.

В настоящее время, исходя из уровня ИРЧП, рассчитываемого по 174 странам, выделяются три группы: с высоким (ИРЧП более 0,8), средним (от 0,5 до 0,8) и низким (менее 0,5) уровнем развития.

Россия занимает 67 место в списке с индексом ИРЧП, равным 0,802 (что является довольно высоким показателем), опередив почти все соседние республики бывшего СССР, но пропустив вперед Литву (43-е место), Эстонию (44-е место), Латвию (45-е место) и Республику Беларусь (64-е место). Кроме того, мы уступили таким странам, как Барбадос, Коста-Рика, Куба, Болгария. Индекс России стал падать с началом 90-х из-за сокращения ВВП и повышения смертности. В 1992 Россия занимала 52 место, 1995 – 114, в 2004 – 57, в 2005 – 62 с индексом 0,795, в 2006 – 65 с индексом 0,797, в 2007 году – 67 место с индексом 0,802. От своих соседей Россия отличается очень низкой продолжительностью жизни и высоким уровнем образования. Таким образом, главным фактором, мешающим России поднять ИРЧП, является низкая продолжительность жизни.

Расширение возможности российской региональной статистики позволило использовать методику ООН для определения интегрального показателя уровня жизни по субъектам РФ. Впервые такие расчеты проведены российскими учёными в 1995 году. Уже в первом из них авторы констатировали угрожающее ухудшение качества жизни россиян, что проявилось, прежде всего, в чрезвычайно резком сокращении продолжительности жизни. Именно это сразу отбросило Россию из ряда ведущих в разряд развивающихся стран, поскольку по индексам образования и ВВП на душу населения не уступала Европейскому союзу и промышленно развитым странам других регионов планеты. Связанное с возросшей смертностью и заболеваемостью населения сокращение продолжительности жизни авторы объяснили ухудшением окружающей среды, институциональными изменениями в системе здравоохранения, сокращением доступа к некоторым видам услуг. Неблагоприятные тенденции поставлены в связь с психологическим стрессом, вызванным ломкой привычных экономических социальных и культурных условий. Скорее всего эти же причины вызвали глубокий спад рождаемости, который вряд ли можно объяснить лишь продолжением,

прежде сложившейся демографической ситуации [5].

Сделанные с известной осторожностью оценки тех лет и сегодня сохраняют свою актуальность.

Доклад о развитии человеческого потенциала в РФ 2006/2007 годов, хотя и основан на количественных показателях 2004 года, дает весьма ценный материал для размышлений и обобщений [6].

Во-первых, разумными видятся общие критерии, с помощью которых ООН оценивает уровень развития человеческого потенциала в мире. К ним относятся: доля валового регионального продукта (ВРП), приходящегося на душу населения; средняя продолжительность жизни; а также индекс образования, включающий общий процент грамотных людей и долю учащихся в возрасте от 7 до 24 лет. В общемировом списке Россия пока находится в конце шестого десятка за счет невысокой средней продолжительности жизни (самая высокая в Москве – 71,8 года и Дагестане –73,4 года, а самая низкая в Тыве – 58,4 года), а также весьма скромной доли ВРП на душу населения.

Во-вторых, все резче обнаруживается неприятная мировая тенденция, которая в полной мере касается и России: неуклонно растет разрыв между богатыми и бедными регионами по всем трем составляющим ИРЧП. Особенно велик разрыв в уровне доходов на душу населения между богатейшими и беднейшими странами: если в 1962 году он составлял 53:1, то в 2002-м соотношение составило 141:1 и продолжает расти. Наряду с этим в 2004-2006 гг. наметились тенденции сокращения разрыва между лидерами и аутсайдерами по ИРЧП, показатели росли относительно равномерно, за исключением нескольких субъектов РФ. Это следствие возросшей эффективности перераспределительной социальной политики.

Среди лидеров федеральные города и ведущие экспортные регионы, нефтяные и металлургические. Все же в десятку лидеров входят регионы с более сбалансированным развитием (Москва, Петербург, Тюменская область и Республика Татарстан), в которых достаточно высок охват образованием и показатели долголетия не ниже средних по стране. Самыми отстающими по ИРЧП являются Республика Тыва, Ингушетия и Читинская область. При этом, как отмечают авторы доклада «Москва сопоставима с Чехией и Мальтой, Тюменская область – с Венгрией и Польшей, Санкт-Петербург и Татарстан – с Болгарией... Слабейшие же регионы России сопоставимы с Монголией, Гватемалой и Таджикистаном. Огромный разрыв регионов России в развитии человеческого потенциала замедляет развитие страны» [6].

В такой ситуации нынешний экономический рост, отмечаемое статистикой восстановление реальных доходов населения не оказывают принципиального влияния на социальное здоровье основной массы населения.

Подводя итоги оценки социального здоровья в регионах России, отметим несколько принципиальных положений.

- Изменение социально-экономической и политической обстановки в России на фоне долговременного ухудшения ситуации в прошлом привело к снижению качества социального здоровья и его различных показателей в целом по России и в каждом из ее регионов.
- Снижение не было равномерным – в районах с более низким уровнем здоровья изменения в худшую сторону более выражены по сравнению с относительно благополучными регионами.

Список литературы

1. Айвазян С. А. Интегральные свойства качества жизни населения // Проблемы информатизации, - №2,- 1999. - С.62.

2. Бобков В., Мстиславский П. Качество жизни: сущность и показатели //Человек и труд. - № 6, -1996. - С.76.

3. Б. Б. Прохоров, И. В. Горшкова, Е. В. Тарасова. Условия жизни населения и общественное здоровье // Проблемы прогнозирования. - №5. - 2003, - С. 127.

4. Б. Б. Прохоров, И. В. Горшкова, Е. В. Тарасова. Условия жизни населения и общественное здоровье // Проблемы прогнозирования. - №5, - 2003, - С. 129.

5. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации. Год 1995-й. - М., Права человека, 1995. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации. Год 1997. Под общ. ред. Ю. Федорова. - М.: Права человека, 1997; Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации. Год 1998. Под общ. ред. Ю. Е. Федорова. - М.: Права человека, 1998; Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 1999 год. Под общ. ред. Ю. Е. Федорова. - М.: Права человека, 1999; Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2000 год. Под общ. ред. С. Н. Бобылева. - М.: Права человека, 2001; Доклад

о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2001 год. Под общ. ред. С. Н. Бобылева. - М.: ИнтерДиалект+, 2002; Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2002/2003 годы. Под общ. ред. С. Н. Бобылева. - М.: Весь Мир, 2003; Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2004 год. Под общ. ред. С. Н. Бобылева. - М.: Весь Мир, 2004; Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2005 год. Под общ. ред. С. Н. Бобылева и А. Л. Александровой. - М.: Весь Мир, 2005.

6. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации 2006/2007 гг. / Под общей редакцией проф. С. Н. Бобылева и А. Л. Александровой - М.: Весь Мир, 2007. -108 с.

Сведения об авторе

Мишин Виталий Александрович, *аспирант, Казанский государственный технологический университет; тел.: 420032, medvedich@mail.ru.*

Mishin V. A*., post-graduate student, Kazan State Engineering University, phone: 420032, medvedich@mail.ru.*

УДК 330.111.62

АНАЛИЗ ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ г. ТЮМЕНИ

И. А. Лазарев

Ключевые слова: ***рынок жилья, потребность, население, потребители рынка жилья***
Key words: ***housing market, demand, population, housing market consumers***

Представлены результаты опроса населения относительно их потребности и финансовой возможности улучшить свои жилищные условия. По результатам опроса сделан вывод, что основной проблемой формирования потребительского спроса на рынке жилья является его низкая доступность.

Analysis of dwelling availability for population based on the results of the public inquiry survey. Lazarev I. A.

The paper presents the results of the public inquiry survey in relation to the population demands and financial capabilities to improve its living conditions. Based on the inquiry survey results a conclusion was made that a main problem of consumers demand formation in the housing market is a low availability of dwelling.

В 2008 г. автором статьи проведен опрос потенциальных (неактивных) участников рынка жилья для выявления основных социальных проблем в данной области. В опросе приняли участие 428 человек – жители г. Тюмени. Основным критерием отбора респондентов стал возраст покупателей на рынке жилья – от 18 лет до 65 лет, а также наличие жилья в г. Тюмени. Вопросы анкеты составлены таким образом, чтобы выявить удовлетворенность жителей города – потенциальных потребителей рынка жилья существующими жилищными условиями, их ожидания, желания и предпочтения на данном рынке, а также основные проблемы в области обеспечения населения города доступным и качественным жильем.

Проведенный анализ потребности и готовности респондентов улучшить свои жилищные условия позволил выявить определенные тенденции. Довольны своими жилищными условиями и не хотели бы их менять 36,8% респондентов. Противоположного мнения придерживаются 19,2% опрошенных, которые хотели бы их улучшить в ближайшее время. Остальные 44% хотели бы изменить жилищную ситуацию, однако, не имеют такой возможности в настоящее время. Представлены мнения респондентов о наиболее предпочтительных по доступности вариантах улучшения жилищных условий респондентов (рис.1).

Только 16,9 из 63,2% опрошенных готовы и могут решать свои жилищные проблемы за счет самостоятельного приобретения жилья (см. рис.1). Еще 11,3% рассматривают схемы улучшения жилищных условий, предполагающие обмен либо обмен с доплатой имеющегося в их распоряжении жилья. Остальные граждане самостоятельно решить свои жилищные проблемы не в состоянии. При

этом 7,2% из них надеются улучшить жилищные условия в порядке расселения (в основном, это респонденты, проживающие в частном секторе города) или очередности.

Каждый десятый респондент полагает, что может решить жилищную проблему только при поддержке государства, а каждый пятый – с частичным государственным финансированием.

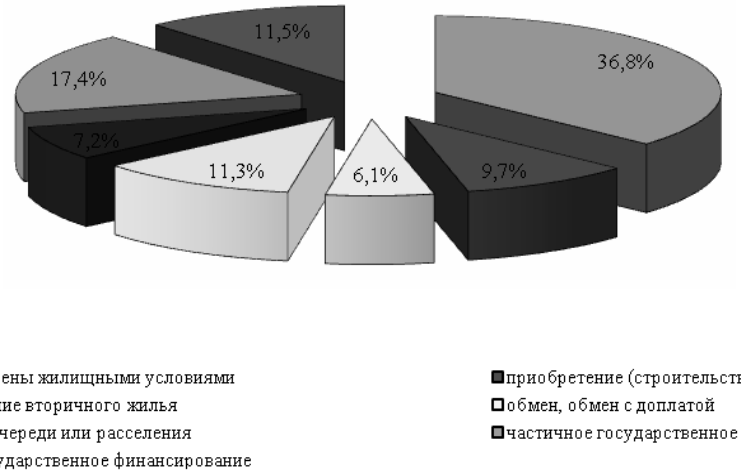


Рис. 1. Анализ доступности вариантов улучшения жилищных условий респондентов

Таким образом, самостоятельно решить имеющуюся жилищную проблему на сегодняшний день могут только 28,2% нуждающихся, причем лишь 16,9% могут позволить себе приобрести жилье на рынке недвижимости. Каждый третий опрошенный нуждается в полной или частичной поддержке государства. Сравнительный анализ требований, предъявляемых респондентами при выборе оптимального жилья, представлен в таблице.

Сравнительный анализ мнений респондентов о критериях выбора жилья

Критерий	Ответы респондентов – потенциальных потребителей		Для сравнения: ответы активных покупателей	
	Средний балл	Ранговое место	Средний балл	Ранговое место
Стоимость	5,0	1	4,8	2
Площадь	4,7	2	5,0	1
Количество комнат	4,5	3	5,0	1
Возможность рассрочки платежа	4,2	4	4,3	3
Этажность	3,9	5	3,9	5
Надежность продавца	3,6	6	4,1	4
Удобство расположения и развитая инфраструктура района (детский сад, школа, поликлиника)	3,3	7	3,6	7
Близость места работы	3,1	8	2,7	9
Удобство планировки	2,8	9	3,8	6
Престижность района	2,1	10	3,1	8
Качество жилья (благоустройство, оформление подъезда, двора, внешний вид дома)	1,2	11	1,9	10
Индивидуальность (элитность) планировки, дома	0,9	12	1,3	11
Наличие ремонта	0,6	13	1,2	12

Для потенциальных потребителей рынка жилья важное значение имеет стоимость жилья (1 место) по сравнению с его площадью и количеством комнат (1 место среди активных покупателей), что свидетельствует в пользу низкой доступности жилья и еще не сформированного спроса. Одновременно для потенциальных потребителей жилищного рынка г. Тюмени менее важны качество жилья (этажность, планировка, благоустройство территории) и его престижность (по сравнению с активными покупателями).

Анализ мнений респондентов о доступности жилья показал, что каждый пятый респондент полагает, что при необходимости семья со средним доходом может приобрести жилье, используя различные схемы оплаты. Три четверти респондентов (78,7%) полагают, что жилье для жителей г. Тюмени недоступно.

При этом развитие схем ипотечного кредитования расценивается тюменцами скептически. Лишь четверть горожан отмечает, что широкое распространение ипотеки сделало жилье более доступным; 37,8% респондентов полагают, что ипотека никак не повлияла на доступность жилья. В то же время 36,6% горожан оценивают ипотечное кредитование негативно, связывая с ним ускоренный темп роста цен на недвижимость.

Следует уточнить, что описываемое исследование проводилось до финансового кризиса – то есть до начала 2009 г. На начало 2009 г. ситуация в сфере ипотечного кредитования значительно изменилась. В частности, многие банки прекратили выдавать кредиты, в том числе на приобретения жилья гражданами. Это привело к тому, что для части горожан, не способных приобрести недвижимость собственными средствами в короткий период, приобретение жилья стало невозможным.

Определение порога стоимости жилья, при котором респонденты готовы приобрести его собственными силами, также имеет значение для выявления особенностей жилищного рынка. Представлены ответы респондентов о доступности минимального порога стоимости жилья (рис. 2).

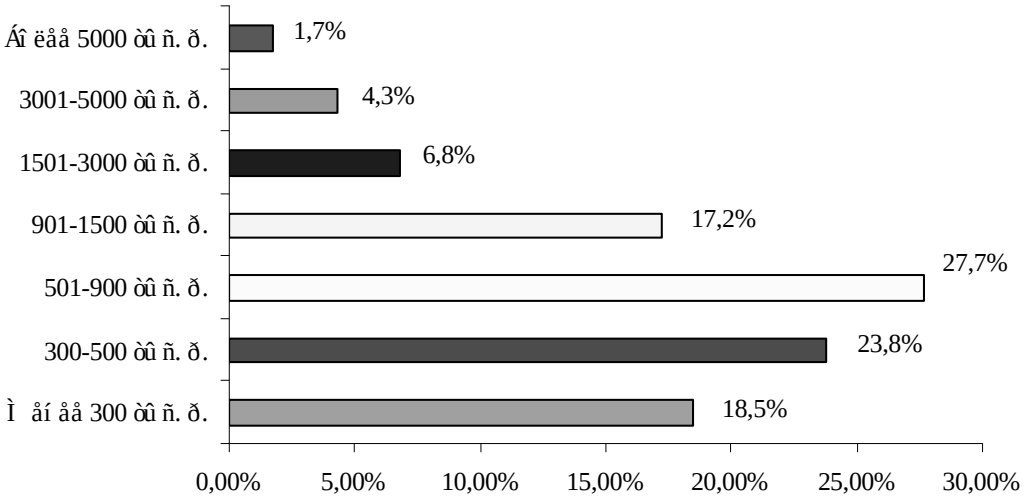


Рис. 2. Минимальный порог стоимости жилья, при котором респонденты готовы приобрести его собственными силами

Представленные данные (см. рис. 2) показывают, что купить жилье по его реальной стоимости могут лишь 30% горожан. Для большинства наиболее приемлемая стоимость жилья находится в пределах до 900 тыс. р., то есть в 2,5-3 раза ниже его реальной стоимости (несмотря на некоторое понижение цен на начало 2009 г., цена на недвижимость остается малоприемлемой для многих граждан). При этом около 6% респондентов могут себе позволить приобрести жилье повышенной комфортности (элитное жилье).

На основе проведенного анализа автор приходит к выводу, что развитие рынка жилья в г. Тюмени тормозится из-за низкой доступности жилья для потребителей.

Сведения об авторе

Лазарев Игорь Анатольевич, *соискатель кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский государственный нефтегазовый университет*

Lazarev I. A.*, applicant for a scientific degree, Department of Marketing and Municipal Administration, Tyumen State Oil and Gas University*

УДК 330.113

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕНЧМАРКИНГА ДЛЯ ОЦЕНКИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НЕФТЕДОБЫВАЮЩЕЙ СТРУКТУРЫ

Е. М. Дебердиева, О. С. Пригодская

Ключевые слова: ***бенчмаркинг, нефтедобывающее предприятие, ключевые показатели эффективности***
Key words: ***benchmarking, oil producing enterprise, key efficiency factors***

Рассмотрена возможность использования бенчмаркинга для оценки бизнес-процессов нефтедобывающей структуры. Названы приоритетные задачи для нефтедобывающего предприятия. Сформулированы ключевые показатели эффективности для основных бизнес-процессов и обосновано их применение.

Using benchmarking for evaluation of business processes in oil producing structure. Deberdieva E. M., Prigodskaya O. S.

The possibility of using benchmarking for evaluation of business processes in oil producing industries is considered in the article. The foreground tasks are identified for the oil producing enterprise. The key efficiency factors for business processes are also formulated and their use is proved.

Слово «бенчмаркинг» получило распространение в 1980-1990-гг. Главная идея этого инструмента управления заключается в сравнении эффективности компаний или их подразделений. Бенчмаркинг подразумевает тщательное изучение и сравнение показателей деятельности бизнес-процессов внутри компании, а также в сопоставлении с опытом других организаций. Для компаний, желающих улучшить отдельный аспект своей работы или отдельных бизнес-единиц (подразделений), целесообразно ориентироваться на тех, кто хорошо справляется с аналогичной деятельностью, использовать их в качестве эталона для повышения своих собственных стандартов [1].

Бенчмаркинг обычно включает следующее: продумывание усовершенствований, обеспечивающих повышение конкурентоспособности; выявление организаций или бизнес-единиц с наиболее высокой эффективностью; установление контактов между организациями для образования партнерств по бенчмаркингу, способствующих изучению внутренних процессов; определение ключевых показателей эффективности; установление новых целей в ключевых областях на основе наблюдений за тем, что происходит в организациях-эталонах или лучших подразделениях; применение передового опыта для достижения целей и определение новых.

Методические рекомендации расчета ключевых показателей эффективности для бенчмаркинга деятельности предприятия представляет совокупность показателей для сравнительной оценки эффективности деятельности по отдельному бизнес-процессу, обеспечивающую сопоставимость результатов производственной деятельности и отражающую причинно-следственную связь между результатами.

Для построения системы бенчмаркинга в компании целесообразно выделить приоритетные бизнес-процессы и определить показатели, характеризующие эффективность деятельности предприятия по отдельному бизнес-процессу, являющемуся стратегическим для компании. Приоритетными задачами в краткосрочном периоде для добывающего предприятия, на наш взгляд, могут быть:

- оптимизация расходов на электроэнергию;
- повышение эффективности инвестиций в бурение (нефтяные скважины), геолого-технические мероприятия (ГТМ) и зарезки вторых стволов (ЗВС);
- оптимизация административно-хозяйственных расходов (АУР);
- повышение эффективности системы поддержания пластового давления (ППД);
- повышение наработки на отказ подземного оборудования;
- охрана труда, промышленной безопасности и охраны окружающей среды (ОТ, ПБ, ООС).

В качестве ключевых показателей эффективности для отдельных бизнес-процессов представляется использовать следующие.

- Для оценки эффективности расходов на электроэнергию – удельный расход электроэнергии на подъем жидкости мехспособом, на подъем жидкости газлифтным способом, на закачку жидкости, на перекачку жидкости, на подготовку нефти, прочее потребление на 1 т нефти. Этот показатель позволит оценить энергоёмкость производственной деятельности по процессам.
- Для оценки эффективности затрат на бурение, ГТМ и зарезку вторых стволов – удельные затраты на 1 баррель (тонну) нефти – результат отношения суммарных затрат на строительство скважины (ГТМ, зарезку вторых стволов) и затрат на подъем нефти на суммарную добычу, полученную в результате проведения данных мероприятий.

Средняя добыча на одну скважину отображает, какая добыча получена в среднем за расчетный период от проведения 1-го мероприятия. Показатель косвенно характеризует уровень доходов от бурения (ГТМ, ЗВС).

Удельные затраты на 1 скважину характеризуют удельный уровень затрат на добычу нефти в части расходов на строительство (ГТМ, ЗВС) и затрат на подъем нефти.

Добыча от бурения (ГТМ, ЗВС) с начала года показывает объем добычи нефти, полученный из скважин запущенных в работу из бурения (после ГТМ, ЗВС) с начала периода.

- Для оценки эффективности АУР – удельные административно-управленческие расходы а) на 1 баррель добычи нефти, газа и газового конденсата; б) на 100 скв. среднедействующего фонда нефтяных и нагнетательных скважин (СДФ); в) доля АУР в затратах на подъем нефти, газа и газового конденсата.

Данный показатель характеризует эффективность используемых административно-управленческих расходов в отношении к объемам производства (добыча продукции) и к основным фондам (СДФ скважин), а также долю АУР в общих затратах на подъем.

- Для оценки эффективности системы поддержания пластового давления – темп падения базовой добычи нефти с учетом потерь по истощению и обводнению, выбытию скважин, и прочих потерь:

- компенсация отборов, которая отражает отношение объема общей закачки к добытой жидкости в пластовых условиях;

- процент использования нагнетательного фонда, отражающий отношение отработанного времени действующего фонда к календарному времени эксплуатационного фонда,

- процент эксплуатации нагнетательного фонда, отражающий отношение отработанного времени действующего фонда к календарному времени действующего фонда.

- Для оценки уровня наработки на отказ оборудования – наработка на отказ по скважинам, неподверженным ГРП и оптимизации, наработка после ГРП, наработка после оптимизации.

Основой показатель качества эксплуатации скважин и надежности оборудования характеризует межремонтный цикл работы оборудования УЭЦН и позволяет оценить общую ситуацию с выходом оборудования из строя на предприятии. Показатель может быть детализирован по группам скважин.

Удельные затраты на текущий ремонт скважин (ТРС) на 1 СДФ. Этот показатель подтверждает динамику показателя «наработка на отказ».

- Для оценки эффективности мероприятий по охране окружающей среды – «количество недавно загрязненных площадей и водных пространств по сравнению с годовой добычей», данный показатель характеризует уровень работы по предупреждению загрязнений земель.

Соотношение между рекультивированными и недавно загрязненными участками характеризует достаточность объемов работ по рекультивации загрязненных земель для того, чтобы не происходило накопление загрязненных земель. Сумма расходов на охрану окружающей среды и восстановление земель по сравнению с годовой добычей показывает достаточность общего объема мероприятий по охране и восстановлению окружающей среды.

На основе предложенного подхода проведен сравнительный анализ предприятий, входящих в нефтяную компанию, который позволил выявить лидеров эффективности по каждому бизнес-направлению. По итогам этого анализа разработан ряд мероприятий для повышения эффективности в отстающих предприятиях на основе опыта производственных единиц-лидеров.

Бенчмаркинг позволяет решить следующие проблемы: мобилизация и использование в полной мере материальных и нематериальных ресурсов для решения стратегических задач компании; совершенствование наиболее значимых бизнес-процессов; выявление новых возможностей для роста эффективности; организация обратной связи с дочерними предприятиями, входящими в компанию,

для обеспечения жизнеспособности, своевременной корректировки действующей стратегии и определение будущих задач.

Список литературы

1. Дез Дирлав. Избранные концепции бизнеса. – М.: Олимп-Бизнес, 2007. – 320 с.

Сведения об авторах

Дебердиева Елена Марсовна, *к. э. н., доцент, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 8 (3452) 41-68-92*

Пригодская Ольга Сергеевна, *аспирант, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 8 (3452) 41-68-92*

Deberdieva E. M*., Candidate of Sciences in Economics, associate professor, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 8 (3452) 41-68-92*

Prigodskaya O. S*., post-graduate student, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 8 (3452) 41-68-92*

УДК 005.591.6:621

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ РФ КАК ПРИОРИТЕТ В ПРОЦЕССЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

А. С. Плотникова

Ключевые слова: ***машиностроение, реструктуризация промышленности, модернизация***
Key words: ***engineering, industrial restructuring,modernization***

Рассматривается роль реструктуризации крупных машиностроительных предприятий в их модернизации, а так же всей российской экономики. Выделена главная на сегодняшний день задача для нашей страны - модернизация. Стране нужна полномасштабная, системная модернизация, которая полностью изменила бы структуру промышленности, инфраструктуры, внутреннего рынка.

Restructuring of machinery-producing industry of Russian Federation as a priority in the process of modernization of the economy. Plotnikova A. S.

The paper reviews a role of large machine-building enterprises restructuring in the process of their reengineering as well as the entire Russian economy. Modernization is determined as a first-priority task for our country for today. The country needs a full-scale system renovation which could change completely the structure of industry, infrastructure and internal market.

Начиная с 1990-х гг., Россия во многом потеряла свой индустриальный потенциал, технологический уровень производства всё больше отстаёт от конкурентов, энергетическая и транспортная инфраструктура находится в критическом, грозящем технологическими катастрофами, состоянии.

Отсталость российской экономики ярко проявилась во время мирового кризиса. Страна восстанавливается, прежде всего, за счёт высоких цен на нефть, обеспечивающих рост сырьевого экспорта, который только за январь-май 2010 г. увеличился на 66,3% по сравнению с аналогичным периодом предшествующего года. При этом дополнительный спрос по-прежнему удовлетворяется не за счёт отечественных товаров и услуг, а за счёт импорта, который на 32,2% вырос в первом полугодии 2010г. (по сравнению с первым полугодием 2009 г.). Обрабатывающий сектор, притом, что и так был невелик – менее 15% в 2008 г., за 2010г. год потерял ещё почти 2% в структуре ВВП [1].

Зависимость от экспорта сырья, слабость финансового рынка и низкая конкурентоспособность промышленного сектора привели к тому, что Россия оказалась в числе наиболее пострадавших стран.

Главная на сегодняшний день задача нашей страны – глобальная модернизация. Для повышения качества жизни и независимости от конъюнктуры мирового рынка необходимо стать одним из лидеров глобальной экономики.

Стране нужна не косметическая, а полномасштабная, системная модернизация, которая полностью изменила бы в следующие 15-20 лет структуру промышленности, инфраструктуры внутреннего рынка.

Для этого необходимо создать миллионы рабочих мест, реконструировать имеющиеся и построить десятки тысяч новых конкурентоспособных производств. Данное направление развития ставит ряд задач не только перед государством, за счет помощи которого многие пытаются выстроить «план спасения», а также перед собственниками бизнеса, на которых ложится основная доля ответственности по стабилизации экономической ситуации в стране.

В структурной перестройке промышленности России важнейшее место занимает именно модернизация машиностроения как одного из базовых звеньев всего народно-хозяйственного комплекса страны. Развитие инвестиционной деятельности, повышение эффективности управления, оптимизация хозяйственного механизма предприятий машиностроения необходимы для их нормального функционирования и перспективы развития, сохранения высококвалифицированных кадров, предотвращения технологического распада производства и сохранения тем самым технологической безопасности России.

Основными факторами, сдерживающими развитие предприятий и организаций машиностроительного комплекса, являются [2] следующие:

- низкая конкурентоспособность выпускаемой продукции, связанная со старением и высокой степенью износа ОПФ;
- недостаток финансовых ресурсов в связи с низкой инвестиционной привлекательностью, слабой эффективностью взаимодействия финансово-кредитных организаций с предприятиями отрасли, опережающим ростом цен на продукцию и услуги естественных монополий;
- недостаточная структурированность комплекса и интеграция отраслей оборонного комплекса с отраслями гражданского машиностроения в научной и технологической сферах;
- дефицит квалифицированных кадров для предприятий машиностроения.

Основная цель развития машиностроительного комплекса России – удовлетворение внутреннего платежеспособного спроса на машиностроительную продукцию, расширение присутствия на внешних рынках. Ее достижение должно быть осуществлено на основе преобразования машиностроения в конкурентоспособный, эффективный, динамично развивающийся, высокотехнологичный и восприимчивый к инновациям комплекс, интегрированный в систему международного разделения труда.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- повысить конкурентоспособность машиностроительной продукции на основе использования новых технологий;
- улучшить инвестиционную привлекательность предприятий отрасли, в том числе для иностранных инвестиций;
- расширить рынки сбыта машиностроительной продукции, в том числе за счет совершенствования таможенно-тарифной политики и поддержки экспорта;
- реструктуризировать машиностроительный комплекс, в том числе отраслевые научные учреждения и организации;
- модернизировать действующие предприятия на инновационной основе и создать новые, высокопроизводительные производства, в том числе с иностранным участием;
- внедрить новые технологии, улучшить сервисное обслуживание продукции в период всего ее жизненного цикла;
- развить выпуск машин и технологического оборудования, обеспечивающего рост производительности труда, энерго- и ресурсосбережение;
- ускорить процессы структурной перестройки машиностроения в направлении создания корпоративных научно-технических комплексов, способных к эффективному развитию в условиях меняющегося рынка, оптимизации государственного сектора отраслевой науки.

Для решения определенных выше задач необходимо реализовать меры по следующим основным направлениям [2]:

- модернизация действующих предприятий на инновационной основе и создание новых, высокопроизводительных производств, в том числе с иностранным участием;
- внедрение новых технологий, улучшение сервисного обслуживания продукции в период всего жизненного цикла до ее утилизации;
- развитие выпуска машин и технологического оборудования, обеспечивающего рост производительности труда, энерго- и ресурсосбережение;
- развитие внутреннего платежеспособного рынка машиностроительной продукции, в том числе за счет расширения поставок на условиях лизинга;
- обеспечение государственной поддержки экспорта машиностроительной продукции;
- ускорение процессов структурной перестройки машиностроения в направлении создания корпоративных научно-технических комплексов, способных к эффективному развитию в условиях меняющегося рынка, оптимизация государственного сектора отраслевой науки;
- создание условий, способствующих привлечению в машиностроительную отрасль квалифицированных специалистов, формированию корпоративных систем целевой подготовки кадров.

Осуществление мер, предусмотренных основными направлениями развития машиностроения, позволит [2]:

- увеличить выпуск машиностроительной продукции и темпы роста объемов производства более чем в два раза;
- увеличить долю отечественной машиностроительной продукции на внутреннем рынке, расширить экспортные поставки не менее чем на 50 %;
- повысить конкурентоспособность продукции и эффективность работы отрасли;
- ускорить обновление основного капитала на основе увеличения объемов инвестиций в машиностроительный комплекс и повышения уровня вложений в технологические инновации;
- повысить производительность труда и уровень заработной платы на предприятиях машиностроительного комплекса не менее чем в 2-2,5 раза;
- создать условия, обеспечивающие социальную стабильность в регионах, для которых машиностроение является одной из базовых отраслей экономики.

Однако в 2008 г. развитие российской промышленности столкнулось с серьезными проблемами макроэкономического характера, спровоцированными глобальным экономическим кризисом. Спад экономики ведущих индустриальных стран влечет сужение спроса на продукцию российских экспортеров в ценовом и натуральном выражении.

Следовательно, эта тенденция проецируется и на внутренний российский рынок. Стабильным остается лишь спрос по государственному заказу, закупкам, осуществляемым госкорпорациями и субъектами естественных монополий.

Для поддержки российских предприятий должен быть обеспечен приоритет закупки отечественных товаров по государственным программам с выделением товаров массового производства необходимо повысить обязательную долю объема госзаказа, размещаемого у субъектов малого предпринимательства, а также повысить уровень авансированного государственного оборонного заказа.

В этом процессе необходимо задействовать госкорпорации и компании со значительным государственным участием. В этом плане должно быть сделано все для того, чтобы средства российских налогоплательщиков тратились на закупку отечественной продукции.

Значительное количество российских промышленных предприятий в сфере машиностроительной отрасли резко снижают производственные программы и останавливают инвестиционные проекты. Крайне опасной может быть тенденция остановки производств и сокращений рабочих мест на предприятиях. В соответствии с заявлением Правительства РФ, основные инфраструктурные проекты не будут свернуты, и за ними осуществится особый контроль для недопущения корректировок по срокам и качеству исполняемых работ.

Таким образом, проблемы отечественного машиностроения хорошо известны, попытки для их решения предпринимались, но результат не достигнут. Причины следующие:

- масштабных комплексных инвестиций в машиностроение не было 30 лет;
- реализованные проекты в большей мере затрагивают оборудование, а не модернизацию инжиниринга, системы управления предприятием, подготовки персонала;

- нет разработок нового продукта и модернизации под него, а характерно увеличение производственной мощности под выпуск устаревшего продукта.

Решение задачи для скорейшей коренной модернизации промышленности, на базе модернизации машиностроения, позволит к моменту завершения кризиса иметь современное конкурентоспособное на мировом рынке машиностроение, занимающее существенную долю в ВВП.

Все предпосылки для этого имеются:

- политическая и экономическая государственная важность задачи;
- возможность скупки передовых западных инжиниринговых компаний, являющихся носителями суммы передовых технологий и конструкций в необходимых государству направлениях;
- политическая поддержка населением масштабных проектов, нацеленных на восстановление экономики и уровня жизни;
- ухудшившийся мировой инвестиционный климат незначительно сказался на имидже России, которая наряду с Китаем, Индией и Бразилией входят в список наиболее привлекательных для инвесторов стран – идет своеобразный передел сфер влияния между инвесторами.

В условиях финансового кризиса стала очевидной острая нехватка источников финансирования машиностроения для продолжения нормальной хозяйственной деятельности, в том числе для приобретения современного оборудования.

Масштабы инвестиций в основной капитал не соответствуют реальным потребностям обновления и модернизации производственного аппарата, что негативно сказывается на эффективности экономики. Износ основных фондов в промышленности к 2009 году достиг 53,3%, коэффициент обновления основных фондов находится на уровне 6,7%, а средний возраст производственного оборудования увеличился с 10,8 лет в 1990 году до 25 лет в 2009 году. Основными внутренними источниками инвестирования развития промышленных предприятий выступают накопленная прибыль и амортизация, однако, их недостаточно для того, чтобы модернизировать весь производственный аппарат любого промышленного предприятия, так как фактически это крупный промышленный комплекс советского периода, занимающий десятки гектаров земли и имеющий производственное оборудование, средний возраст которого превышает 30 лет.

В этой ситуации необходимо принять соответствующие меры, в целях недопущения развития системного кризиса машиностроительного производства и экономической стагнации в промышленности, спровоцированного финансовым кризисом.

Текущие изменения в мире вынуждают машиностроительные предприятия искать методы для лучшей адаптации к требованиям новой экономической реальности, когда успешное развитие предприятия и само его существование непосредственно зависят от разработки программы его развития. Таким образом, необходимо преобразование завода в конкурентоспособный, динамично развивающийся, высокотехнологичный и восприимчивый к инновациям комплекс.

По мнению автора, именно возможности и опыт иностранного инвестора обеспечат предприятиям решение задач по совершенствованию деятельности и стратегии развития, а в свою очередь для инвестора открывается возможность более широкого проникновения непосредственно на рынок сбыта. Поэтому необходимы масштабные источники инвестиций, технологии производства, опыт организации продаж и сбытовые структуры.

Также реализация намеченной программы требует значительных затрат, собственных финансовых ресурсов для технологической модернизации не хватает. Автор разрабатывает план взаимоотношений с инвестором, готовым участвовать в развитии деятельности любого машиностроительного предприятия (рисунок).

В программу развития машиностроительного предприятия предполагается включить следующие мероприятия:

- привлечение дополнительных финансовых ресурсов (возможно иностранного инвестора) на условиях соглашения о разделе прибыли;
- модернизация действующих производственных мощностей на инновационной основе и развитие высокорентабельных производств, в том числе с иностранным участием, что позволит повысить конкурентоспособность продукции;
- отказ от трудоемких неперспективных направлений бизнеса позволит сбалансировать продуктовый портфель в соответствии с рыночными потребностями;
- совершенствование сбытовой деятельности, включая улучшение сервисного

обслуживания продукции в период всего жизненного цикла.

Разовое применение отдельных моделей редко приносит значительный эффект. Применение же комплекса мероприятий, с использованием маркетинговых, финансовых, юридических приемов может существенно улучшить финансовое положение предприятия, обеспечить долгосрочную конкурентоспособность.



Рисунок. Программа развития предприятия

Как правило, на любом машиностроительном (промышленном) предприятии производственные мощности по выпуску продукции загружены не полностью. Предприятия соответственно стремятся выполнять все заказы, поступающие от потребителей и приносящие маржинальную прибыль, предприятию необходимо перераспределить загрузку производственных мощностей так, чтобы максимизировать получаемую прибыль сокращением или даже ликвидацией низкорентабельных и трудоемких направлений производства.

Так как высок спрос лишь на качественную продукцию, то предприятию также необходимо наращивать технически усовершенствованный производственный потенциал, чтобы реализовать намеченные объемы производства, так как продукция нынешнего качества не может быть реализована в таких масштабах. Техническое перевооружение, реконструкция и расширение действующего производства немыслимы без дополнительных капитальных вложений, инвестиций. Научно-технический прогресс является одним из действенных путей решения проблемы повышения производительности труда, что позволит повысить отдачу от инвестиций в развитие деятельности машиностроительного предприятия.

В соответствии с намеченным направлением расширения производства оборудования необходимо расширить и парк оборудования, заменив часть оборудования технологически совершенным, позволяющим приблизить производство изделий к зарубежным аналогам.

Отказ от производства наименее прибыльных и наиболее трудоемких изделий позволит использовать высвободившиеся мощности для расширения выпуска более привлекательных, с точки зрения прибыльности, и в большей мере отвечающих сегодняшним требованиям рынка, продуктов,

что значительно позволяет повысить общую маржинальную прибыль завода. Техническое перевооружение высвободившихся мощностей позволяет снизить трудоемкость изготовления, приближая качество исполнения изделий к зарубежным аналогам, пользующимся на сегодня большим спросом у крупных компаний.

Однако мировая практика и значительный отрицательный российский опыт показывают невозможность привлечения широкого спектра иностранных производственных инвестиций и значительного роста национальных производителей в условиях неблагоприятного инвестиционного климата.

Таким образом, без кардинального улучшения условий ведения бизнеса успешная, социально безопасная, масштабная модернизация невозможна, равно как невозможно реально повысить конкурентоспособность российской экономики и осуществить экономически оправданное инновационное развитие.

Список литературы

1. Галушка А., Голубович А. Модернизация экономики России. Кардинальное улучшение инвестиционного климата: Ежегодный экономический доклад Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», Ежегодный бизнес-форум предприятий реального сектора, №6. – М: 2010. – 121с.

2. Баталин Ю. П. Основные направления развития машиностроения. / Ю. П. Баталин // Нефтегазовое машиностроение. – 2008. - №4(16). – С.41-42.

Сведения об авторе

Плотникова А. С., *Тюменский государственный университет*
Plotnikova A. S., *Tyumen State University*

КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ

УДК 316.25

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОСТЬ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ТЕОРИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Г. И. Герасимова

Ключевые слова: ***связи с общественностью, междисциплинарность, исследования, коммуникации***

Key words: ***public relations, interdisciplinary, research, communications***

Обосновывается междисциплинарный характер исследования. Доказывается, что связи с общественностью являются предметом изучения многих дисциплин: философии, социологии, психологии, лингвистики и др. Интегративные исследовательские процессы призваны совершенствовать методологию, обосновывать использование категориального аппарата, разрабатывать концептуальные основы теоретических знаний сферы паблик рилейшнз.

Interdisciplinary aspect in studies of public relations theory. Gerasimova G. I

The article substantiates the interdisciplinary character of studies. It is proved that the public relations are a subject matter in many disciplines: philosophy, sociology, psychology, linguistics, etc. It is shown that integrative research processes serve to upgrade methodology, justify using the categorical framework, elaborate the conceptual bases of the theoretical knowledge of public relations sphere.

Современные науки имеют общую цель – предоставление обществу нового, системно выстроенного, доказательного знания, которое чаще всего возникает на стыке различных наук. Интегративный (междисциплинарный) подход при изучении нового основывается на фундаментальных законах, относящихся к взаимосвязанным явлениям и процессам, отражающим единство и целостность природы и общества. Интеграция научного знания осуществляется в процессе возникновения и применения новых понятий; использования теории и методов одной науки относительно другой; развития системного метода и т.д.

Способы взаимодействия субъектов общественных отношений становились объектом изучения разных социальных теорий, анализировались в философии, политологии, социологии, психологии и других дисциплинах. Процесс взаимного обогащения новыми знаниями продолжается и способствует более глубокому осмыслению теоретических основ связей с общественностью (паблик рилейшнз). Наиболее общим научным принципом изучения этой относительно новой дисциплины является принцип концептуального разнообразия, следование которому означает приверженность к интегративности с одновременным формированием новых самостоятельных идей, принципов и закономерностей.

Механизм формирования знаний о паблик рилейшнз основан на синтетическом подходе, который заключается не в суммативном обобщении разрозненных элементов, а установлении между ними зависимостей, внесении уточнений и дополнений, в обогащении одной науки за счет другой.

В процессе изучения паблик рилейшнз научный результат достигается на основе синтетического принципа познания при соблюдении логических законов тождества и непротиворечивости выводов и оценок. Междисциплинарный характер СО предполагает возможность диалога различных дисциплин между собой по принципу взаимодополняемости, а это позволяет обнаружить иное содержание, выйти на новый уровень представлений о познавательной целостности изучаемого объекта.

Связи с общественностью находятся в точке пересечения многих гуманитарных наук, но ни с одной из них не совпадают полностью. Их неоднородный характер, заимствование многих положений из различных дисциплин позволяет утверждать, что становление знаний о паблик рилейшнз имеет специфические черты. Эмпирический потенциал они черпают не только из классических наук: философии, социологии, политологии, психологии, но и теорий коммуникативного цикла, имеющих технологическую природу. К ним можно отнести менеджмент коммуникаций, теорию маркетинга, рекламоведение, коммуникативистику, имиджелогию, медиалогию и другие науки, имеющие непосредственную связь с познанием сферы паблик рилейшнз.

Неклассический вариант формирования теории о связях с общественностью ориентируется на тезис о связях с общественностью как открытой системе. Такая установка базируется на механизме развития нового знания посредством знаково-символических действий и гипотетических допущений, диверсификации и привнесении в новое теоретическое знание сведений о различных научных достижениях.

В. Галумов, Э. Кузнецов, М. Шишкина [1,2,3] определяют связи с общественностью как комплексную, интегративную отрасль знания, возникшую на стыке множества фундаментальных и прикладных дисциплин. С. Блэк междисциплинарный подход рассматривал как способ ускорения исследовательских процессов в этой области. По его мнению, базисными науками паблик рилейшнз являются: психология, чтобы иметь представление о мотивации и убеждениях; политические науки, чтобы понимать, как работает правительство и что следует предпринять, чтобы оно более оперативно реагировало на общественные нужды; антропология, чтобы учитывать изменения и важность культурной адаптации; социология для оценки тенденций развития общества и взаимодействия людей [4]. Е. Калиберда пришла к выводу, что «связи с общественностью являются наукой, но сфера этих знаний находится на стыке многих дисциплин. В настоящее время они остаются открытыми, в них растворяются другие отрасли знания, обогащая и усиливая молодую науку» [5].

Междисциплинарный характер паблик рилейшнз обусловлен многообразием их применения в различных сферах общественной деятельности. Мировоззренческой и методологической основой связей с общественностью является философия. Она определяет «гносеологический каркас» и важнейшие стратегические направления исследования предметного поля паблик рилейшнз. В сложном и противоречивом мире философия изучает многообразие связей и отношений как «элементов определенной системы» [6]. Устойчивые, постоянные, повторяющиеся отношения и зависимости приводят к формированию социальных групп, институтов, организаций, образующих социальную структуру, то есть определенную форму устойчивых связей и отношений, обеспечивающих целостность общества и сохранность его свойств при различных внутренних и внешних изменениях. «Мы можем определить социальную связь, – писал Я. Щепаньский, – как организованную систему отношений, институтов и средств социального контроля, сплачивающих индивидов, подгруппы и другие составные элементы в функциональное целое, способное к сохранению и развитию» [7]. В таком случае социальные (общественные) отношения можно трактовать как некую сумму таких связей, обеспечивающую единство и взаимодействие субъектов в рамках социальных общностей. Скрепами таких связей и структур выступают паблик рилейшнз как социальный механизм, призванный налаживать отношения между субъектами, социальными группами, коллективами и институтами социума.

Эвристическая функция философии по отношению к связям с общественностью наиболее заметна в ходе рефлексии, когда осуществляется процесс самосознания ученого, происходит понимание возможностей и перспектив развития новой теории.

Психологическое знание в связях с общественностью является основой эффективных коммуникаций любого уровня. В решении научно-исследовательских задач наука о связях с общественностью использует знание, раскрывающее психологию личности и социальных групп, определяющее закономерности и механизмы поведения людей в сложных коммуникативных процессах, составляющих основу предмета науки о связях с общественностью.

Безусловна связь паблик рилейшнз с политологией, которая дает системные знания о политической и государственной власти, политических системах, процессах, отношениях, гражданском обществе и правовом государстве. Связи с общественностью, применяемые в политике, должны быть нацелены, прежде всего, на установление эффективной коммуникации с целевыми аудиториями, повышение политической культуры населения, прогнозирование и предотвращение социальной нестабильности. Паблик рилейшнз и политология сопряжены со сферой управления, где анализ режимов, форм государственного устройства и правления сочетается с генерированием технологий решения сложных политических задач. Наиболее часто здесь применяются и социальные технологии, в том числе негативные с использованием различного рода манипуляций и пропагандистских приемов.

Рассматривая паблик рилейшнз как систему действий, направленных на гармонию взаимоотношений субъектов коммуникации через понимание и диалог, необходимо акцентировать внимание и на управленческом механизме, способном формировать благоприятную среду общественной жизни для всех граждан страны. Аналитическая составляющая связей с общественностью подразумевает разработку теории общественной организации, где важное место

смогут занять процедуры, в том числе с использованием PR-технологий, установления диалога между властью и гражданами.

Классическое определение С. Блэка: «Деятельность в области паблик рилейшнз – это искусство и наука достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на достоверной и полной информации», – закрепляет основополагающие принципы паблик рилейшнз: гармонии, взаимопонимания, информированности [4].

Именно этот взгляд на паблик рилейшнз позволяет разграничить СО и манипулятивные технологии, направленные на утверждение интересов отдельных политических и олигархических групп, зачастую далеких от интересов общества. Технологии и основные концепции СО должны присутствовать в области социальной политики. Например, в PR-сопровождении нуждаются процедуры обеспечения граждан достойной работой, адекватной финансовой оценки их труда; гарантированное предоставление качественных и бесплатных услуг в области образования и здравоохранения; утверждение не декларируемой, а подлинной социальной справедливости.

Связь паблик рилейшнз и языкознания помогает выявить важные вопросы формирования терминологии новой науки, к которым можно отнести следующие: во-первых, отсутствие единства в названии науки («связи с общественностью» и «пиарология») и некоторых понятий (междисциплинарный подход и полипарадигмальность); во-вторых, наличие слов-паронимов, значение которых необходимо различать, например: коммуникативистика – коммуникология; в-третьих, смешение терминов со словами разговорного стиля: «пиарщик», «пиарить», «черный пиар» и т.п. В последнем случае речь идет о вульгаризации понятий в обыденном сознании, что мешает позитивному восприятию новой науки.

Многие термины паблик рилейшнз, совпадая в содержательном контексте с родственной наукой, в связях с общественностью имеют иные подтексты и лингвистические нюансы. В настоящее время дискуссионной остается предложенное рядом исследователей (А. Кривоносов, М. Шишкина и др. [3]) название науки о связях с общественностью – «пиарология». Данное слово образовано сложением двух основ: «пиар» (аббревиатура от англицизма «public relations») и «логос», что в переводе с греческого означает «слово», «учение». Аббревиация сама по себе является одним из способов словообразования, но она отражает появление в языке кратких слов *разговорного стиля,* являющихся синонимами более длинных исходных слов: омоновец, кадет, гаишник и т.п.

Кроме того, в данном названии вместе с традиционной для научных терминов частью «логос» присутствует русская транскрипция англоязычной аббревиатуры, получившая в обыденном сознании негативный, почти сленговый оттенок. Смешивание словообразовательных элементов разных функциональных стилей, в данном случае научного и разговорного, обедняет новое знание.

Понятие «обратная связь» является одним из главных не только в паблик рилейшнз, но и в теории коммуникации. «Качество понимания передаваемого сообщения зависит от комплекса факторов – различных условий, при которых осуществляется коммуникация. Совокупность таких условий принято называть контекстом. Общий контекст речевого общения складывается из явного и скрытого. Явный (или эксплицитный) контекст включает то, что подлежит непосредственному наблюдению. Он делится на вербальный и невербальный. Скрытый (или имплицитный) контекст – это то, что не поддается непосредственному наблюдению. В скрытый контекст входят: мотивы, цели, намерения и установки коммуникантов, их личные характеристики (уровень образования, социальная принадлежность, характер и т.п.). В зависимости от контекста высказывание может привести к различным результатам»[9]. В структуре паблик рилейшнз для согласованности действий, грамотного управления информацией и достижения понимания между коммуникаторами необходимо учитывать имплицитный контекст.

Развитие общества требует изучения реального состояния социальных явлений и факторов, воздействующих на их изменения. Связи с общественностью как проявление процессов социального взаимодействия в обществе должны опираться на изучение ведущих тенденций социального развития для нахождения оптимальных путей его совершенствования. Обоснование планов, принятие правильных управленческих решений, оценка их эффективности, прогнозирование, а также изучение противоречий взаимодействия субъектов и рекомендации по их преодолению требуют подробного и тщательного изучения.

Междисциплинарный синтез позволяет развивать новые подходы в теории связей с общественностью. Благодаря их универсальности, устанавливаются не только двусторонние, но и многоуровневые межпредметные связи, что является важной чертой развития современного научного знания. Становление связей с общественностью как теории представляет единство научных

подходов, эмпирической проверки и создания новой гносеологической основы. При таком подходе связи с общественностью выступают междисциплинарной, интегративной областью гуманитарных знаний и используются исходя из задач и реализуемых целей.

Теоретическое осмысление паблик рилейшнз идет по пути взаимного обогащения, взаимодополняемости различных дисциплин, что способствует возникновению новых знаний, более глубокому осмыслению и формированию нового представления о связях с общественностью.

Интегративные процессы в этом направлении осуществляются в ходе применения новых понятий, разработки концепций, развитии методов исследования, при которых связи с общественностью рассматриваются как элемент некой целостной системы, комплексной структуры, связанной между собой определенными отношениями и взаимозависимостями. В результате взаимодействия этих элементов общие, неделимые свойства начинают качественно отличаться от составляющих ее частей. Взаимосвязанность исследования СО состоит в том, что их предметное поле также изучается одновременно многими науками и методы их исследования применяются для разработки онтологической теории. На начальном этапе исследования не является недостатком повторяемость идей, концепций, представлений, возврат к исходным теоретическим положениям, то есть в связях с общественностью изучаемый объект одновременно является источником анализа многих социально- гуманитарных дисциплин, сохраняя самобытность предметной области изучения.

Необходимым условием развития связей с общественностью как многомерной и сложной теории является ее критический анализ, беспрепятственное обсуждение спорных вопросов, открытое столкновение мнений для выяснения истины путем свободного обсуждения, способствующего творческому решению возникающих проблем. Все эти признаки научной дискуссии имеются в случае определения места знания о связях с общественностью в структуре других научных дисциплин.

Процесс взаимодействия и взаимообогащения наук облегчает выявление общих закономерностей, генерирование и развития новых идей, постижение специфики одной из них, в данном случае – паблик рилейшнз. Вывод о междисциплинарных связях паблик рилейшнз с другими науками социально-гуманитарного цикла позволяет констатировать, что в целом расширяется диапазон тематических исследований этой области, а объектом её изучения становятся новые аспекты действительности. Накопление разнопланового эмпирического материала ведет к уточнению терминов и категорий, сущностных характеристик, усложнению теоретических построений паблик рилейшнз как относительно новой сферы знания.

Список литературы

1. Галумов, Э. А. Основы паблик рилейшнз (PR). / Э.А. Галумов. - М.: - Летопись XXI, 2004. - 408 с.
2. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. / В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2005. – 300 с.
3. Шишкина, М. А Связи с общественностью в системе социального управления. / М. А. Шишкина. - Дис. … д-ра соц. наук. СПбГУ., 1998. – С. 472.
4. Блэк, С. Введение в паблик рилейшнз. / С. Блэк. - Ростов н/Д: «Феникс», 1998. - 320 с.
5. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью. / Е. Г. Калиберда. - М.: Логос, 2003. - 120 с.
6. Философский энциклопедический словарь. / - М.:Советская энциклопедия, 1983. - 840 с.
7. Щепаньский, Я. Элементарные понятия социологии. / Я. Щепаньский. - М.: Наука, 1969. - 127 с.
8. Кривоносов, А. Д. Российская наука о связях с общественностью: парадигмы развития // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 4: Сб. статей / Отв. ред. А. Д. Кривоносов. - СПб.: Роза мира, 2006. - С. 113-124.
9. Гойхман, О. Я. Основы речевой коммуникации. /О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. - М.: ИНФРА , 1997. - 269 с.

Сведения об авторе

Герасимова Галина Ивановна, *к. с. н., доцент, заведующая кафедрой социальных технологий, Тюменский государственный нефтегазовый университет, gerasimova@tsogu.ru, тел.: (3452) 230-366*

Gerasimova G. I.*, Candidate of Sciences in Sociology, associate professor, Head of Department of Sociological methods, Tyumen State Oil and Gas University, gerasimova@tsogu.ru, phone: (3452) 230-366*

УДК 316. 346.32-053.6

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПРАКТИКЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКСТРЕМИЗМА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Н. А. Костко, А. А. Попкова

Ключевые слова: ***молодежь и её сущностные характеристики, молодежные объединения, экстремальные настроения в молодежной среде***
Key words: ***young people and their features, youth organizations, extremism in youth environment***

Рассмотрены вопросы исследования проявления активности молодежных объединений и использования социологических методов в практике управления.

Use of sociological methods of studying extremism in youth environment in municipal administration practice. Kostko N. A., Popkova A. A.
The article discloses the problems of youth organizations activities manifestation and use of sociological methods in the management practice.

Современное обращение к проблемам молодежи во многом обусловлено сущностными характеристиками молодежи как важнейшего элемента социальной структуры общества, социальной общности, обладающей рядом характеристик, имеющих прямое влияние на социальные процессы и явления. Изучение форм и проявлений, измерение активности молодежных организаций, неформальных сообществ и субкультур, разработка методологии мониторинга социальной активности молодежных общественных объединений и молодежных сообществ, методами социологии и последующее их использование в практике муниципального управления, безусловно, является актуальным и имеет научное и прикладное значения.

Сущность молодежи как социальной группы определяется переходным характером становления её субъектности. «Молодежь – становящийся субъект общественного воспроизводства, поэтому ее социальное положение характеризуется ***неполнотой социального статуса, маргинальностью социальных позиций, неопределенностью социальных идентификаций.*** Последнее затрудняет отождествление себя с ингруппами и аутгруппами, порождает противоречие в самосознании между "МЫ" и "ОНИ", что в свою очередь выливается в экстремальность сознания и поведения» [1].

Одной из важнейших характеристик молодежи и, можно предположить, молодежных объединений, является стремление к новому, потенциальному и субъективному настрою на лидерство. «Для реализации лидирующей роли имеется немало предпосылок, главной из которых мы считаем открытость новому, способность к нетрадиционным, инновационным решениям. Это делает молодых людей способными к конструктивному межкультурному диалогу, без которого лидерство принципиально невозможно» [2] .

Одновременно исследователи отмечают наличие в молодежной среде прямо противоположных проявлений, которые получили название социального аутсайдерства. Социально-экономическое аутсайдерство проявляется через «уход в себя, который сопровождается практиками личностного саморазрушения – употреблением психоактивных веществ (ПАВ) или «растворением в коллективизме» тоталитарных организаций. На макросоциальном уровне эскапизм проявляется в наркотизации, алкоголизации, социальном инфантилизме, абсентеизме, уклонении от военной службы и т.д.» [2]. Аутсайдерство таким образом, можно рассматривать как некую форму активности как индивида, так и тех сообществ, в рядах которых происходит «растворение в коллективе».

Более сложные явление – диспозиционное аутсайдерство, которое проявляется в наборе специфических ценностно-целевых установок, мотиваций и интериоризированных норм.

Проблема заключается в том, что данные позиции носят подвижный характер, подвергаются воздействию внешних не всегда позитивных факторов, в том числе, и идеологического со стороны политических акторов различной ориентации. Данное явление, пограничное по сути, требует учета этих особенностей молодежной среды, следовательно, не только изучения, но и формирования соответствующих управленческих действий со стороны властных структур, способных снять проявления диспозиционного аутсайдерства. Как следствие, существует реальная потребность общества, властных структур в проведении

мониторинговых исследований установок, мотиваций и норм молодежи, что позволяет не просто отслеживать ситуацию, но и принимать конкретные управленческие действия, в том числе упреждающего политического, экономического, воспитательного, идеологического характера.

Основные критерии исследования таковы.

1. Функциональная принадлежность молодежи (воспроизводственная, инновационная).
2. Уровень и степень социальной адаптивности: (по сферам жизнедеятельности (политическая, экономическая, социальная и т.д.), по уровню социального самочувствия).
3. Социальная идентичность и самоопределение молодежи: (мировозренческая самоидентификация, типология морального сознания и поведения, динамика идейно-политической самоидентификации общества).

Явным, видимым проявлением аутсайдерства является агрессия и насилие. Многие исследователи указывают на необходимость акцентуации на этом, «на те элементы насилия и агрессии, которые вплетены в культурный контекст нашей жизни, социально адаптированы и отчасти легитимированы. Вместе с тем, они не утрачивают своего исходного качества, и от девиантных, криминальных феноменов их отделяет некая нормативная граница, которую порой нетрудно перейти и предполагается в качестве исходного пункта выделение, по крайней мере, трех типов социальной интеракции: 1) совершение «неявного» (или «неочевидного») и нерефлексируемого насильственного деяния; 2) проявление агрессии, предшествующей и предопределяющей последующее насильственное деяние; 3) имитация (или демонстрация) агрессии без последующего очевидного насильственного деяния, которая, однако, создает некий фон для развертывания интеракции между людьми и определяет характер их взаимоотношений» [1]. Остановимся на последнем типе.

Как в силу своих сущностных характеристик, так и под воздействием внешних факторов, например, нестабильности, а так же в условиях массированного формирования достижительского, успешного образа жизни в обществе и невозможность даже приближения к нему, приводит к безысходности и как следствие к агрессивности. Отсутствие видимой реакции окружения, в виде общественного осуждения, приводит к тому, что агрессивность становится естественным элементом характеристики молодого человека.

«Получая поддержку во взаимном признании ближайшего окружения, превращаясь в убеждения, агрессивность приобретает крайние формы фанатизма. С другой стороны, самоотчуждение, сопровождающее выход из состояния фрустрации, часто приводит к отрицанию идей, мнений, разделяемых общественным сознанием, принятых общественных норм и проявляется в индивидуальном и групповом сознании в форме нигилизма. Как форма самоутверждения подростка, нигилизм также встречается во всех сферах жизнедеятельности. При этом не следует считать, что фанатизму присущи исключительно агрессивные проявления, а нигилизму – пассивная саморефлексия. В различных жизненных ситуациях агрессивность, самоотчуждение, как проявления экстремального сознания, могут приобретать крайние формы» [1].

Экстремальность становится сущностной характеристикой молодежи, это необходимо признать и принять как факт, который требует своего исследования, анализа и принятия адекватных мер управленческого воздействия. Мер, которые бы были далеки от заигрывания и замалчивания реальности и мер репрессивного воздействия. Работа с молодежью – это искусство управленческого действия.

Подобный подход позволяет предложить разбить критерии экстремальности для целей исследования на две группы.

1. Экстремальность в условиях стабильности. Проявление – общественно-значимые институционально-регулируемые формы. Критерии – участие в общественно значимых мероприятиях, социальных проектах, участие в политической жизни страны, региона, города, участие во всех видах творческой деятельности и т.д.
2. Экстремальность в условиях социальной нестабильности. Проявление – превалирование эмоциональной компоненты в деятельности. Критерии (два вида) – специфические формы поведения, характеризующиеся импульсивностью мотивации, агрессивностью, склонностью к риску, эпатажем, отклонениями от принятых норм. Либо наоборот, – подавленность, депрессия, пассивность [1].

«Таким образом, под экстремальностью как сущностной характеристикой молодежи понимаются различные формы проявления максимализма в сознании и крайностей в поведении на групповом и индивидуально-личностном уровнях. Наиболее распространенными формами экстремальности являются индивидуальные и групповые настроения, представляющие преобладающие чувственный и рациональный уровни сознания молодежи. На полюсах

экстремальных настроений крайними состояниями являются фанатизм, представляющий радикальную направленность сознания, и нигилизм, отражающий преимущественно депрессивное его состояние» [1].

Можно выделить факторы, детерминирующие и направляющие насилие на межиндивидуальном и межгрупповом уровнях социального взаимодействия. Такими факторами являются: желание самоутвердиться из-за унижения других (при этом совсем не обязательно, чтобы инициативный субъект социальной интеракции отдавал себе отчет в своих истинных целях); стремление использовать кого-то для получения определенных выгод (психологическая разгрузка, сексуальное удовольствие, продвижение по службе и т.д.); поиск или подтверждение социальной идентичности (отдельным индивидом или группой); «благое» желание «научить уму-разуму», «наставить на путь истинный» [3].

Наибольшую опасность вызывает распространение и закрепление экстремальности в общественном настроении, в условиях всепроникновения экстремальности во все слои и сферы общества, в том числе и в сознание молодежи, которая наиболее остро и чутко улавливает эти состояния, она может стать объединительной силой для достижения определенных целей.

Учеными установлено, что экстремальные настроения, – это ещё не экстремистские проявления, что связь между ними не всегда линейная. По мнению Зубкова Ю. А. и Чупрова В. И. эти экстремальные настроения (нигилизм и фанатизм) могут перерасти в высшую точку под воздействием ситуативных явлений и целенаправленной деятельности. Отсюда очень важно в практике управления различать эти вещи и соответственно работать почти в двух параллельных направлениях, с тем, чтобы не упустить момент перерастания экстремальных настроений в действия.

«На эмпирическом уровне экстремистские проявления в молодежной среде можно исследовались в двух аспектах: а) как идейная направленность сознания; б) как установка на конкретную деятельность либо образцы деятельности. По типам экстремизма это выглядит следующим образом.

Бытовой экстремизм – это ориентация сознания молодежи на риск в повседневной жизни, как наличие установки на групповые конфликты, драки. Социально-протестный, политический, национально-этнический, религиозный экстремизм эмпирически определяется как проявление фанатизма в идейной направленности сознания на борьбу за справедливость, политические убеждения, национальные и религиозные чувства, согласие с крайними идеологическими формами протестных, националистических, религиозных движений, а также как установки (готовность) на демонстрацию этих чувств» [1].

Одним из критериев проявления экстремизма не как настроения, а как действия является исследование протестных действий**.** Речь идет о возможности серьезной дестабилизации и всплеска протестных настроений в условиях изменения социально-экономической ситуации в стране. Что предполагает исследование субъекта, который сумел бы аккумулировать протестный потенциал общества, то есть изучение общественного мнения молодежи относительно современной оппозиции. Во-вторых, анализу необходимо подвергнуть сам объект протеста, который может быть не вполне очевиден, так как понять, кто в действительности несет ответственность за те или иные действия (или отсутствие таковых) в центре и на местах, зачастую сложно даже искушенному аналитику, не говоря уже о простых людях. В-третьих, уровень протестного настроения в среде молодежи [4].

Критерии оценки протестных действий таковы.

- Оценка современной действительности (социально-экономического положения страны, её места в мире; доверие к власти и властным структурам, общественным организациям и объединениям и т.д.).
- Оценка общественных ожиданий (то есть насколько соотносятся динамика экономических перемен и реальных возможностей людей, нет ли здесь противоречий и конфликтов).
- Оценка понимания социальной справедливости (что косвенно может служить индикатором социальной напряженности в условиях российских показателей дифференциации доходов между гражданами).
- Оценка возможной реакции в случае ухудшения положения (индикаторы: вступлю в какую-либо политическую партию для защиты своих интересов; буду отстаивать свои интересы через профсоюзные организации; приму участие в забастовках, демонстрациях, голодовках; возьмусь за оружие для отстаивания своих интересов; приму решение о переезде в другой регион страны; приму решение о выезде из России в другую страну; буду искать дополнительные источники заработка;

никак не буду реагировать, буду терпеть дальше; что-то предприму, но что, ещё не знаю; ничего предпринимать не буду; затрудняюсь ответить) [3].

Таким образом, можно с полной уверенностью утверждать, что современная социология, не подменяя работу специализированных служб, готова предложить свои разработки для всех уровней государственного и муниципального управления в достижении целей социального развития общества и минимизации социальных потрясений и проявлений экстремизма во всех его формах.

Список литературы

1. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Молодежный экстремизм. Сущность и особенности проявления//Социс. - 2008, - №5. - С. 37-47.
2. Бабинцев В. П., Бояринова И. В., Реутов Е. В. Лидерство и аутсайдерство в молодежной среде региона// СОЦИС. - 2008,- №1. - С.76-83.
3. Шишунова Т. В. Агрессия и насилие как элементы социокультурной реальности//СОЦИС. - 2002, - №5. - С.67-75.
4. Петухов В. В. Новые поля социальной напряженности//Социс. - 2004, - №3. - С. 30-40.

Сведения об авторах

Костко Н. А., *д.с.н., профессор, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 8-904 4959010, e-mail: kostkonir@yandex.ru*

Попкова А. А., *к.с.н., доцент, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 94-53-57*

Kostko N. A., *PhD in Sociology, professor, Tyumen State Oil and Gas University, phone: 8-904 4959010, e-mail: kostkonir@yandex.ru*

Popkova A. A., *Candidate of Sciences in Sociology, associate professor, Tyumen State Oil and Gas University, mobile phone: 94-53-57*

УДК 02/316.612

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ БИБЛИОТЕКИ В ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ г. ТЮМЕНИ

Р. С. Костова

*Ключевые слова**: библиотека, сферы жизнедеятельности, социальная роль библиотеки, социологическое исследование***

*Key words: **library, spheres of life, social role of libraries, sociological study***

Проведено социологическое исследование библиотек г. Тюмени. Изучено социальное значение библиотеки для населения в современных условиях перехода к информационному обществу.

A library social role in the life activity of the population of Tyumen. Kostova R. S.

The article is devoted to the sociological research of libraries of Tyumen. The purpose of social research was to study a social value of a library for the population in the current conditions of the transition to an information society.

Библиотека посредством социально-производственных функций осуществляет свою социальную роль в культурной, социальной, досуговой и других сферах жизнедеятельности членов общества. Сегодня процесс информатизации вызвал существенные изменения в социальной структуре общества, затрагивая все сферы жизнедеятельности населения. Для исследования современной роли библиотеки, ее востребованности населением проведено социологическое исследование.

Для отбора объектов анкетного опроса использовалась трехступенчатая выборка. Гнездовая и квотная методы сформировали репрезентативную выборочную совокупность. Выборочная совокупность формировалась в каждой библиотеке по отдельности. Единицами отбора гнездовой выборки являются пользователи Центральной городской библиотечной системы г. Тюмени (ЦГБС),

Тюменская областная научная библиотека им. Б. Н. Ельцина (ТОНБ), библиотеки Тюменского государственного нефтегазового университета (ТГНГУ) и Тюменского государственного университета (ТГУ) и Юношеская городская библиотека. Общий объем выборочной совокупности составил 1976 человек.

В эмпирическом исследовании опрошены представители всех слоев населения: по роду занятия (учащиеся, работающие, неработающие, пенсионеры), по образованию (среднее, средне-специальное, высшее). По половым признакам количество опрошенных мужчин в ЦГБС составляет 35%, женщин 65%, в ТОНБ – мужчин 36%, женщин 64%, в Юношеской городской библиотеке – мужчин 41%, женщин 59%, в библиотеке ТГНГУ – мужчин 52%, женщин – 48%, в библиотеке ТГУ – мужчин 30%, женщин 70%. В анкетном опросе принимали участие респонденты в возрасте от 10 до 60 лет. Градация возрастной категории респондентов проходила согласно имеющимся данным по всем исследуемых библиотекам г. Тюмени.

Проведенные исследования показали, контингент пользователей библиотеки ТГУ (83%), ТОНБ (50%), Юношеской городской библиотеки (45%) и библиотеки ТГНГУ посещают учреждение «раз в неделю». На втором месте по количеству частоты пользования библиотечных учреждений г. Тюмени респонденты ТОНБ (35%), Юношеской городской библиотеки (33%), библиотека ТГНГУ (32%) и ТГУ (12%), ответили «раз в месяц» (табл.1). В отличие от них основной контингент респондентов ЦГБС (54%) пользуются библиотекой не чаще одного раза в месяц и 38% респондентов ТГНГУ ответили, что посещают массовую библиотеку «раз в неделю». Остальной категории респондентов, достаточно посещения «раз в полгода»: ЦГБС – 8%, ТОНБ – 15%, Юношеская городская библиотека – 9%, библиотека ТГНГУ – 24%, библиотека ТГУ – 5%. При этом самым высоким показателем редкого пользования библиотекой, «раз в полгода», отмечается у респондентов библиотеки ТГНГУ – 30%.

Таблица 1

Частота пользования библиотекой респондентами, % от общего числа опрошенных

Вариант ответа	ЦГБС	ТОНБ	Юношеская библиотека	Библиотека ТГНГУ	Библиотека ТГУ
Раз в неделю	38	50	45	38	83
Раз в месяц	54	35	33	32	12
Раз в полгода	8	15	21	30	5

Респондентами всех пяти библиотек г. Тюмени отмечены следующие цели посещения: «подготовка к учебным занятиям», «получение литературы для реализации своей профессиональной, научной, досуговой и культурной деятельности» и для «самообразования, духовного саморазвития». Ответы респондентов в зависимости от библиотеки представлены в табл. 2.

Таблица 2

Цель посещения библиотеки пользователями, % от общего числа опрошенных

Вариант ответа	ЦГБС	ТОНБ	Юношеская библиотека	Библиотека ТГНГУ	Библиотека ТГУ
Подготовка к учебным занятиям	50	55	75	89	85
Самообразование, духовное саморазвитие и т. д.	47	45	37	24	38
Получение литературы для реализации своей профессиональной, научной, досуговой и культурной деятельности	39	49	27	34	56
Массовые мероприятия библиотеки	-	2	4	2	2
Культурное развитие	25	10	8	16	10
Техническая (распечатка текста, сканирование, ксерокопия и т.д.)	3	4	12	38	28

Пользование Интернетом	22	45	20	18	56
Времяпрепровождение	8	10	9	6	6
Нет ответа	3	-	4	2	-

Следующим вариантом ответа респондентов является посещение библиотеки с целью «использования Интернета». Самым большим показателем среди пользователей Интернетом в библиотеках (56%) являются респонденты ТГУ, и (45%) респонденты библиотеки ТОНБ. Последние, в основном, являются пользователями электронной базой диссертаций РГБ.

Посещение библиотеки связывают со своим культурным развитием 6% респондентов ЦГБС, ТОНБ, Юношеской городской библиотеки и библиотеки ТГНГУ и ТГУ.

Времяпрепровождение в библиотеках как культурно-досуговых и информационно-образовательных учреждениях среди респондентов является не столь распространенной целью посещения. Самый наименьший процент респондентов ТОНБ (2%), Юношеской городской библиотеки (4%) и библиотеки ТГНГУ (2%) и ТГУ (2%) указали на целенаправленное посещение массовых мероприятий, проводимых библиотекой. Респондентами библиотеки ТГНГУ не был отмечен данный вариант ответа по причине их непроводимости.

38% опрошенных респондентов (самый высокий показатель среди других библиотек), посещающих библиотеку ТГНГУ и 28% респондентов ТГУ с целью распечатать, сканировать текст и сделать ксерокопию. 3% респондентов ЦГБС, 4% респондентов Юношеской городской библиотеки и 2% респондентов библиотеки ТГНГУ не дали ответа на поставленный вопрос.

По содержанию фонда пользователей библиотек ТГНГУ (75%), Юношеской городской (73%) и ТГУ (67%) интересует, прежде всего, учебная литература (табл. 3). Основную часть пользователей ТОНБ (61%) привлекает литература профессионального содержания. Больше половины посетителей в ЦГБС (55%) берут художественную литературу. У респондентов ЦГБС более ярко выражен интерес, чем в других библиотеках, к художественной, культурной, литературе досугового содержания. Затем по количеству проявления интереса к отрасли литературы респонденты ТОНБ и ЦГБС выделили научную и учебную литературу: ТОНБ - 55% и 53%, ЦГБС - 33% и 39%.

Таблица 3

Литература, интересующая пользователей библиотеки, % от общего числа опрошенных

Вариант ответа	ЦГБС	ТОНБ	Юношеская библиотека	Библиотека ТГНГУ	Библиотека ТГУ
Культурная	28	18	12	14	14
Художественная	55	28	43	16	40
Профессиональная	14	61	33	52	44
Научная	33	55	17	36	63
Учебная	39	53	73	75	67
Досугового содержания	28	16	26	10	6

43% респондентов Юношеской городской библиотеки интересуются художественной литературой и 33% респондентов изданиями профессиональных отраслей. Посетители вузовских библиотек предпочитают профессиональную и научную литературу: ТГНГУ – 52% и 36%, ТГУ – 44% и 63%. В совокупности респондентам интересна учебная, профессиональная, научная и художественная литература.

Большинство «полностью» удовлетворяет свои потребности в получении информации (книги, журнала, CD-ROM и т.д.): Юношеская городская библиотека – 83%, ТОНБ – 72%, ЦГБС – 71%, библиотека ТГНГУ – 62%, библиотека ТГУ – 54% (табл. 4).

Таблица 4

Уровень удовлетворения потребностей пользователей библиотекой, % от общего числа опрошенных

Вариант ответа	ЦГБС	ТОНБ	Юношеская библиотека	Библиотека ТГНГУ	Библиотека ТГУ
Полностью	71	70	83	61	54
Частично	21	26	17	37	44
Не удовлетворяет	8	4	-	2	2

«Частично» удовлетворены 44% пользователей библиотеки ТГУ, 38% опрошенных в библиотеке ТГНГУ, 28% – в ТОНБ, 21% – в ЦГБС и 17% – в Юношеской городской библиотеке. Частичное удовлетворение пользователей связано с причинами ограниченного количества экземпляров, отсутствия нужных книг, недостатком получения необходимой информации, затруднением поиска.

Респонденты ЦГБС указали на узкую направленность деятельности библиотеки по формированию фонда художественной литературы: «люблю читать художественную литературу Колычева, к сожалению, у вас ее мало», «устаревшие жанры художественной литературы». Респонденты библиотек ТГНГУ и ТГУ отметили отсутствие «учебных пособий по современному передовому опыту» и наличие изданий с устаревшими сведениями. Респонденты ТОНБ высказали недовольство по поводу затруднения доступа к библиотечному фонду и на отсутствие доступа к иностранным издательствам, а также пожелания по увеличению скорости Интернета.

Причины неудовлетворенности респондентов работой библиотек (ЦГБС – 8%, ТОНБ – 4%, библиотека ТГНГУ – 2%, библиотека ТГУ – 2%) заключается в недостатке узкоспециализированной литературы и в отсутствии возможности пользоваться электронными версиями («Диссертации – нельзя копировать, а это неразумно, приходится тратить много времени на их конспектирование»).

На вопрос «Посещаете ли вы массовые культурные мероприятия, устраиваемые сотрудниками библиотеки?» утвердительно ответили 13% пользователей ЦГБС, 3% – ТОНБ, 22% – Юношеской городской библиотеки и 11% – библиотеки ТГУ (табл. 5).

Таблица 5

Посещаемость читателями массовых культурных мероприятий библиотеки, % от общего числа опрошенных

Варианты ответов	ЦГБС	ТОНБ	Юношеская библиотека	Библиотека ТГНГУ	Библиотека ТГУ
Посещают	13	3	22	10	11
Иногда посещают	24	19	17	-	30
Не посещают	63	78	61	90	59

Большинство респондентов (ЦГБС – 63%, ТОНБ – 78%, Юношеской городской библиотеки – 61%, библиотеки ТГНГУ – 100% (не проводят массовые мероприятия), библиотеки ТГУ – 59%) ответили отрицательно. «Иногда посещают» 24% респондентов ЦГБС, 19% – ТОНБ, 17% респондентов Юношеской городской библиотеки и 30% читателей ТГУ.

Причинами «непосещения» или «редкого посещения» являются неосведомленность (14%), отсутствие времени (9%) и интереса (36%) к подобным мероприятиям. Некоторые пользователи ЦГБС (2%) и ТОНБ (2%) посещают по мере возможности. Массовые культурные мероприятия библиотеки для одних пользователей являются «интересными» (19%), «познавательными» (25%) и «актуальными» (8%). Для остальной группы опрашиваемых респондентов библиотек г. Тюмени они – «неинтересны» (13%), «скучны» (10%) и «неактуальны» (7%). Остальные пользователи библиотек характеристику проводимых массовых мероприятий не дали.

Таким образом, для пользователей Юношеской городской библиотеки, ТОНБ, библиотек ТГНГУ и ТГУ деятельность библиотеки связана со своей учебной, профессиональной и научной деятельностью. Лишь немногими пользователями ЦГБС библиотека воспринимается с позиций традиционного общественного учреждения, где можно взять художественную литературу, где проводятся различные культурно – массовые мероприятия, способствующие культурному развитию и эстетическому удовлетворению. Выявление потребностей пользователей библиотеки и причины частичной или полной неудовлетворенности (сходны с теми же названными причинами, что и библиотекари – эксперты) связаны с недостатком количества экземплярности документов, узкоспециализированной литературы и с регулированием вопросов авторского права.

Сведения об авторе

Костова Росица Стоянова*, преподаватель кафедры «Социальные науки», Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 89224749972, e-mail: rosina-good@mail.ru*

Kostova R. S*., lecturer, Department "Social sciences" of Tyumen State Oil and Gas University, phone: 89224749972, e-mail: rosina-good@mail.ru*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 37.01+005.32

СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА ЭКСПЕРТНЫХ МНЕНИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ О ВЛИЯНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ НА УСПЕШНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

М. Р. Хуснутдинова

Ключевые слова: ***эксперт, образовательные компетенции, профессиональная деятельность, социологическое исследование, успешность***

Key words: ***expert, educational competence, professional activity, sociological study, success***

Представлены результаты исследования, затрагивающего влияние образовательных компетенций на успешность профессиональной деятельности.

Social diagnostic of managers' expert opinions about the influence of educational competence on successfull management behavior. Husnutdinova M. R.

The results of the study related to the influence of educational competence on a success of professional activity are presented.

Образование – процесс усвоения опыта, воспитания и развития личности в соответствии с тем объемом передачи знаний, который определяется потребностями общества, процесс, направляющий и обусловливающий становление личности. Образовательный процесс последовательно пронизывает все этапы жизни человека: дошкольное, начальное, среднее, среднее профессиональное, высшее профессиональное, научно-профессиональное (аспирантура, докторантура), повышение квалификации и бизнес-образование.

Для успешного выполнения должностных обязанностей каждый руководитель должен обладать определенным набором качеств, знаний и навыков, которые в научной литературе и сфере кадровых технологий принято называть компетенциями [1].

В основе успешной профессиональной деятельности руководителя лежат его профессиональные компетенции. Фундаментом системы менеджерских компетенций являются образовательные компетенции, на основе которых формируются и развиваются опытные компетенции [2].

В первом полугодии 2010 года проводился опрос с помощью анкетного листа среди экспертов посредством смешанного способа сбора формализованной информации: личной передачи анкет (преимущественно руководителям г. Тюмени), направления анкетного листа по электронной почте и факсимильной связью (преимущественно для руководителей, работающих в Ханты-Мансийском автономном округе – Югра и Ямало-Ненецком автономном округе).

Распределение выборочной совокупности сформировано в результате случайного отбора экспертов в рамках заданных квот. Структура выборочной совокупности сложилась таким образом, что 25,5% экспертов (50 человек) работают в крупных организациях, 39,3% опрошенных руководителей – это представители средних организаций и 35,2% экспертов (69 менеджеров) представляют мнение руководителей малых организаций.

Целью авторского исследования явилось определение влияния различных характеристик полученного менеджером образования на успешность его профессиональной деятельности и понимание этой успешности как таковой.

Гипотезы исследования:

- специализация и уровень полученного образования влияют на восприятие успешности собственной профессиональной деятельности;
- успеваемость руководителя в процессе обучения является основанием для формирования типологии руководителей.

Из трех основных видов социологического исследования (разведывательное, описательное, аналитическое) автор предпочёл аналитическое, позволяющее обнаружить причинно-следственные связи между полученным образованием и успешностью профессиональной деятельности.

В качестве основного метода сбора информации автором выбран формализованный, индивидуальный, заочный, однократный экспертный опрос.

Первой исследовательской задачей опроса было выявить факторы, в большей степени влияющие на успешность профессиональной деятельности руководителя.

Вопрос анкеты таков. – «Какие факторы в большей степени влияют на успешность профессиональной деятельности руководителя?».

Лидерами рейтинга факторов успешности стали: «опыт работы» (29% в общей структуре ответов, выбор 155 экспертов), «личностные качества» (26%, 140 экспертов) и «образование» (23%, 123 эксперта).

Таким образом, констатируем, что руководители считают влияние полученного образования весомым и одним из главных факторов профессиональной успешности, но не доминирующим. Интересен тот факт, что долю в 11% в структуре ответов (так считают 62 из опрошенных 196 экспертов) занимает такой фактор как «профессиональные связи и «нужные» знакомства», то есть фактор напрямую несвязанный с биографическими и личностными характеристиками руководителя (рисунок).



Рис. 1. Структура мнений экспертов о влиянии факторов на успешность профессиональной деятельности руководителя

Второй вопрос анкеты посвящен выявлению критериев/ признаков, указывающих на успешность руководителя. В качестве возможных вариантов ответов предложены в укрупненном виде внешние (9 вариантов), внутренние (3 варианта) и аксиологические (6 вариантов) признаки успешной деятельности руководителя. В результате ранжирования мнений экспертов, автором было определено, что в качестве наиболее значимых признаков успеха руководители называют достижение поставленных целей (64,3%), производственные и экономические показатели возглавляемого коллектива (56,6%), профессиональный и личностный авторитет (54,6%), материальное благополучие (37,2%) и принятие качественных решений (35,2%).

Таким образом, на лидирующих позициях оказались, в основном, внешние признаки и один аксиологический (профессиональный и личностный авторитет); внутренние признаки не попали в число приоритетных. Такая ситуация соответствует современному пониманию успеха как категории признания окружающими положительных результатов деятельности человека. Наименее актуальными оказались следующие признаки: позитивный внешний имидж (5,6%), осознание собственной значимости (4,6%) и символические акты признания (2,6%).

Большинство экспертов (63,8%) считают, что образование оказывает скорее сильное, чем слабое влияние на успешность профессиональной деятельности руководителя, каждый четвертый эксперт назвал такое влияние очень сильным. Лишь незначительное число экспертов дали оценки «скорее слабое, чем сильное» – 7,7%, «слабое» – 3,6% и «не оказывает влияния» – 2%.

Наибольшую эффективность, по мнению руководителей-экспертов (так считают более половины опрошенных), для приобретения управленческих знаний и навыков обеспечивает высшее образование по специальностям группы «Экономика и управление», то есть превалирует классический подход к образованию. Несмотря на критику современных управленцев российской системы образования, высшее образование остается доминирующей и наиболее эффективной формой получения управленческих знаний. Также достаточно популярными с точки зрения оценки эффективности формами обучения названы самообразование (выбор 38,3% всех экспертов), семинары и тренинги (36,2%), курсы повышения квалификации (25%). Сравнивая рейтинги эффективности и фактического выбора разных форм обучения, автор отмечает, что, несмотря на некоторые отклонения в долях экспертов, в целом при ранжировании на первых четырех позициях рейтинга фактического выбора присутствуют те же формы обучения, что и в рейтинге эффективности. Современные серьезные долгосрочные программы подготовки управленческих кадров (Президентская программа, MBA) получили некоторое количество «голосов» экспертов (17,9% и 14,8% соответственно), однако, не вошли в группы форм обучения, воспринимаемых как наиболее эффективных для получения управленческих компетенций.

Несмотря на то, что доли экспертов, выбиравших эффективность и практическую пользу большинства форм образования, существенно отличаются, при ранжировании только половина перечня форм обучения имеет разные места в двух рейтингах.

Наибольшую разницу получила Президентская программа подготовки управленческих кадров, высокую эффективность которой оценили 17,9% экспертов, а фактически обучались лишь 2%. Схожая ситуация с оценкой MBA – 14,8% экспертов оценили эту форму образования как эффективную и лишь 4,6% использовали ее для получения управленческих знаний, умений и навыков. Обратное соотношение сложилось для самообразования, эффективность его оценили немного больше одной трети экспертов, а используют как источник управленческих знаний – более половины. Такие взаимосвязи свидетельствуют о том, что несмотря на высокую оценку эффективности тех или иных форм управленческого образования, менеджеры чаще предпочитают выбор таких форм обучения, которые требуют меньших затрат времени и денег.

При выборе эффективных форм обучения, лишь 0,5% экспертов отметили, что образование не дает необходимых руководителю знаний, умений и навыков. При ответе на вопрос: «Какие формы образования позволили Вам получить управленские знания, умения и навыки?», число экспертов, считающих так, увеличилось до 1,5%.

Оценивая ответы экспертов в разрезе масштаба их организации, выявлено, что чем меньше организация, тем выше ценится западное высшее образование и коуч-менеджмент и ниже программа MBA. Фактически руководители используют для получения управленческих компетенций такую форму как семинары и тренинги тем чаще, чем крупнее организация – в крупных организациях (56%) в два раза чаще, чем в малых (27,5%).

Анализ данных исследования показал, что эксперты, имеющие базовое управленческое образование выше других оценивают эффективность MBA и Президентской программы; руководители с экономическим образованием выше других ценят семинары и тренинги, с гуманитарным – профессиональную подготовку. Менеджеры, имеющие юридическое образование, чаще других получают управленческие знания с помощью курсов повышения квалификации и самообразования.

Топ-менеджеры несколько выше оценивают и чаще других прибегают к самообразованию. Руководители среднего звена в сравнении с другими категориями считают более эффективными формами управленческого образования Президентскую программу, MBA, семинары и тренинги.

Сопоставление оценок опрашиваемых относительно эффективности тех или иных форм управленческого знания в зависимости от уровня образования, автором выявлено:

- наибольшую значимость высшему образованию придают именно эксперты с высшим образованием (63,9%); с понижением и повышением уровня образования доля опрашиваемых, отдающих предпочтение высшему образованию снижается;
- выше других ценят курсы повышения квалификации руководители с незаконченным высшим образованием (47,4%);
- эксперты с двумя и более высшими образованиями чаще других выбирают в качестве наиболее эффективных методов семинары и тренинги (56,5%) и самообразование (52,2%);

- с повышением уровня образования снижается оценка западного высшего образования (от 22,7% экспертов со средним специальным образованием до 0 экспертов с двумя и более высшими образованиями и ученой степенью).

Одним из индикаторов социологического исследования выбран наиболее важный жизненный опыт для успешной профессиональной деятельности руководителя.

Таким образом, выводы, сделанные по результатам анализа мнений руководителей в разрезе успешности их обучения, вскрытые зависимости и выявленные особенности позволяют диссертанту утверждать, что предложенное основание для формирования типологии руководителей действительно представляет характеристику, существенно влияющую на отличия и сходства руководителей разных типов.

Таковы некоторые результаты проведенного автором исследования, затрагивающего влияние образовательных компетенций на успешность профессиональной деятельности. Безусловно, данная проблема требует дальнейшего планомерного и систематического исследования.

Список литературы

1. Красильникова М. Д., Бондаренко Н. В. Профессиональная подготовка персонала: кадровые стратегии работодателей // Вопросы образования. - 2009. - № 4. - С. 218-235.

2. Тавокин Е. П. Российские компании в условиях экономического кризиса (в оценках экспертов) // Социологические исследования. - 2010. - № 3. - С. 76-84.

Сведения об авторе

Хуснутдинова Мадина Рашитовна, *преподаватель специальных дисциплин Торгово-экономического отделения Института менеджмента и бизнеса, Тюменский государственный нефтегазовый университет, тел.: 89044918545, e-mail: madina_tsogu@mail.ru*

Husnutdinova M. R., *Teacher of discipline in Trade and Economical faculty Institute of Management and Business of Tyumen State Oil &Gas University, phone: 89044918545, e-mail: madina_tsogu@mail.ru*

УДК 316.334.34:378.2

БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Е. В. Коневская

Ключевые слова: ***бренд высшего учебного заведения, принципы брендинга, конкурентоспособность вуза, подходы к брендингу***

Key words: ***a brand of a higher education institution, principles of branding, competitiveness of high school, approaches to branding***

Проведен анализ взглядов на понятие бренд, дана авторская трактовка бренда высшего учебного заведения, рассмотрены ключевые принципы его формирования, базовые компоненты и значение, которое играет бренд вуза в условиях конкурентной борьбы.

Branding as a tool of competitiveness of a higher education institution in the market of educational services. Konevskaya E. V.

In this article the analysis of some views on a brand concept has been carried out. The author's interpretation of a high school brand is suggested and the key principles of its formation, base components and a role which the brand plays in the conditions of the competitive struggle are considered.

В общепринятой трактовке бренд представляет торговую марку с уже сложившейся репутацией, это комплекс впечатлений, которые остаются у покупателя в результате использования конкретного товара или употребления услуг. В последнее время, брендинг стал одним из ключевых направлений маркетинговой деятельности. По оценкам специалистов, цена продукции, в том числе услуг, на мировом рынке, маркированных брендом выше на 15-25% чем немаркированных.

Бренд происходит, как считают, от латинского brand – клеймо, тавро, или от скандинавского

brander – жечь, выжигать. С древних времен клейма (бренда) удостаивался только высококачественный товар. Клейменный предмет выделялся среди аналогичных, приобретая индивидуальность. Именно поэтому продукция с брендом всегда продавалась по более высокой цене. Высшим учебным заведениям в условиях современной конкуренции для обеспечения устойчивой базы функционирования и положительного имиджа необходимо также как и производителям товаров уделять большое внимание созданию и укреплению своего бренда [1].

Основы теории брендинга были заложены и развиты профессором Калифорнийского университета Дэвидом Аакером. Различные определения понятия «бренд» включают девять основных аспектов, ранжированных по мере их возникновения в литературе по теории брендинга:

1) образ марки в сознании покупателя (1956 г.);
2) механизм дифференции товаров (1960 г.);
3) средство индивидуализации (1985 г.);
4) добавочная стоимость товара (1986 г.);
5) правовой инструмент (1987 г.);
6) идентификация товара покупателем (1991 г.);
7) идентификация компании-производителя (1992 г.);
8) система поддержания идентичности товара (1992 г.);
9) сущность, развивающаяся во времени, от марки как концепции производителя до воспринятых покупателем функциональных и эмоциональных элементов товара[2].

Существующее большое количество определений бренда, на наш взгляд, их можно классифицировать в три группы в зависимости от степени «виртуализации» самого термина. Первую группу будут составлять так называемые классические определения, которые делают акцент на продукте или услуге, которая считается брендом. Определения второй группы делают акцент на нематериальной или «виртуальной» стороне товаров и услуг. Между этими крайними полюсами будет находиться группа определений, которые стараются сочетать в себе вышеназванные характеристики товара или услуги.

Примером классических определений будет являться известное определение Американской маркетинговой ассоциации, утверждающее, что бренд – это «название, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров и услуг производителя или группы продавцов и их дифференциации от товаров или услуг конкурентов»[3].

Основной недостаток определений бренда, входящих в первую группу, заключается в том, что в них фактически отождествляются понятия бренда и торговой марки. Согласно этим определениям, любой товарный знак можно считать брендом. По законодательству Российской Федерации товарный знак – это юридический термин, обозначающий объект интеллектуальной собственности.

Но бренд продукции или услуг, в том числе образовательных – это нечто большее, чем просто товар или услуга, получившие государственное свидетельство о регистрации товарного знака или знака обслуживания.

К группе радикально «виртуальных» определений принадлежат определения, в которых наименование товар/услуга даже не упоминаются. Например, на сайте www.brendmenegment.ru приведено следующее определение: «бренд – это обещание обеспечить желаемые переживания». Для такого рода определений сами товары/услуги, их качество, потребительские свойства, удобство и опыт использования носят относительный характер, и главное заключается в том, чтобы потребитель испытывал определенные чувства, которые стимулируют использование услуг бренда.

На наш взгляд, в условиях современной действительности, безоговорочное предпочтение одной из полюсных групп определений недопустимо, так как в сфере образовательных услуг потребители ориентируются и на качественные составляющие образовательных программ и на опыт использования услуг вуза членами референтной группы, куда входит потребитель, то есть в общем смысле бренд состоит из двух крупных элементов. Первый из них – это определённый продукт или услуга, удовлетворяющий функциональным потребностям покупателей. Второй элемент – так называемая и дополнительная ценность, благодаря которой потребители чувствуют большое удовлетворение по поводу того, что данный бренд обладает более высоким качеством и больше подходит им, чем аналогичные бренды, предлагаемые конкурентами.

Хотя термин «бренд» не имеет точного эквивалента в русском языке, но применительно к сфере образовательных услуг бренд – совокупность характеристик, формирующих целостный образ тех услуг высшего учебного заведения в сознании целевой аудитории, выделяющих его в ряду конкурирующих.

Важное значение при построении бренда в условиях конкурентной борьбы играет его позиционирование, которое осуществляется во внешней среде (на внешнем рынке) и во внутрикорпоративной среде. Процесс формирования бренда базируется на системе принципов, которыми руководствуются вузы в процессе деятельности при достижении поставленных целей. К основополагающим принципам относят следующие:

- непрерывность деятельности в области брендинга вуза;
- адресность программ и проводимых мероприятий;
- четкое выделение целевой аудитории;
- многоуровневое позиционирование бренда (с опорой не только на функциональные и рациональные компоненты, но и учет эмоциональных, ценностных характеристик);
- налаживание долгосрочных отношений с партнерами, клиентурой и контактными аудиториями;
- учет региональных особенностей брендинга.

Таким образом, при определении стратегии бренда высшему учебному заведению необходимо определить: кто является целевой аудиторией; какое обещание (предложение) следует сделать этой аудитории; какое доказательство необходимо ей привести, чтобы показать, что это предложение чего-то стоит; какое конечное впечатление следует оставить о себе (товаре) на рынке.

С точки зрения воздействия на потребителей, бренд высшего учебного заведения можно подразделить на бренд-нэйм (brand-name) – словесную часть марки, включающую наименование вуза (например, ГОУ ВПО «Орловский государственный университет») и бренд-имидж (brand-image) – визуальный образ марки, который формируется рекламой в восприятии целевых рынков, и также включающий изобразительный образ бренда (примером может служить эмблема ГОУ ВПО «ОГУ», представленная кругом, в центре которого раскрытая книга с государственным флагом РФ и наименование вуза). В процессе выработки стратегии развития нужно учитывать, что если конкретное высшее учебное заведение только вступает на региональный рынок образовательных услуг, то прежде чем полномасштабно «запускать» процесс брендинга нужно время, чтобы приобрести известность на рынке и доверие у потребителей.

Логично сформированный бренд высшего учебного заведения нужен не только для получения дополнительной прибыли, он также упрощает процедуру выбора места обучения потенциальными потребителями.

Бренд помогает вузу идентифицировать себя и свои услуги среди предложений конкурентов, акцентировать внимание на тех преимуществах, которые дает обучение, помимо реализации обязательных образовательных программ и стандартов.

Бренд вуза дает возможность распространять свое влияние помимо сферы образовательной деятельности еще и на смежные области. Например, высшее учебное заведение при одной из кафедр может открыть лабораторию маркетинговых исследований или создать центр, помогающий внедрять инновации в рыночные условия.

Бренд «защищает» высшее учебное заведение в процессе работы с партнерами, в том числе с иностранными коллегами. Надежная репутация, являющаяся немаловажным компонентом бренда, помогает укреплению партнерских отношений, созданию объединенных программ и проектов.

Преимущество использования технологии брендинга высшими учебными заведения состоит в том, что бренд позволяет получать дополнительную прибыль, упрощает процедуру выбора услуг потребителем, является своеобразной инвестицией в будущее и обеспечивает эмоциональную связь с потребителями услуг вузов, что немаловажно для формирования долгосрочной лояльности.

Список литературы

1. Ковриженко М. Бренд и глобальные коммуникации // Ежемесячный информационно-аналитический журнал «Обозреватель - Observer», № 11-12. – С.154-155.

2. Корнюшин В. Ю. Управление маркетингом (учебно-методический комплекс) - http://www.e-college.ru

3. http://www.glossostav.ru

Сведения об авторе

Коневская Е. В., *аспирант, Орловский государственный университет, тел. 8-920-080-10-61*

Konevskaya E. V., *postgraduate student, Department of Management and Marketing, Orel State University, phone: 8-920-080-10-61*

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВИРТУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО

УДК 658.511.8/371.693.4

МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. В. Колмакова

Ключевые слова: ***методы обеспечения информационной безопасности, обеспечение информационной безопасности, противодействия угрозам информационной безопасности***
Key words: ***methods to ensure information security of business, information security, counteraction against information safety threats***

Рассматриваются организационно-правововые, технические и культурно-интеллектуальные методы обеспечения информационной безопасности предприятий.

Methods to guarantee the business information security. Kolmakova A. V.
Certain organizational-juridical, technical and cultural-intellectual methods to guarantee the enterprise information security are reviewed in this paper.

Противостояние возможным угрозам информационной безопасности предприятий должно осуществляется в комплексе с использованием современного набора средств и методов. При этом наиболее важными из них являются: технические, организационно-правовые, культурно-интеллектуальные.

Под техническим обеспечением информационной безопасности предприятия подразумеваются аппаратные средства и программные методы. Сущность аппаратной защиты состоит в том, что в устройствах ЭВМ и других технических средствах обработки информации предусматривается наличие специальных схем, обеспечивающих защиту и контроль информации. Программные методы защиты представляют совокупность алгоритмов и программ, обеспечивающих разграничение доступа и исключение несанкционированного использования информации.

Использование предприятиями г. Тюмени средств технического противодействия представлены на рис. 1.

Предпочтения в выборе средств технической защиты непосредственно связаны с представлениями руководителей и специалистов предприятий о наиболее опасных угрозах. Так, более 80% средних и крупных, а также более 60% малых предприятий, используют средства антивирусной защиты. Наименьшее внимание уделяется средствам обнаружения цифровых передатчиков (2,5-5,1% средних и крупных, 1% малых предприятий) и защиты от электромагнитных излучений (21,9% крупных, 14,6% средних и 2,1% малых предприятий).

На втором месте по спросу, а следовательно, и доверию респондентов, стоят антиспамовые фильтры (64,8% крупных, 35,1% средних, 22,5 малых предприятий); средства электронно-цифровой подписи (40,2% крупных, 20,1% средних, 12,1% малых предприятий); защита от шпионских программ-кейллогерам (40,5% крупных, 26,8% средних, 15,3% малых предприятий).

На третьем месте по использованию находятся средства мониторинга локальных и распределительных сетей, а также межсетевые экраны (30,6-35,9% крупных, 12,8-16,3% средних, 7,9-9,1% малых предприятий). Следует отметить, что в выборе предпочтений средств защиты сохраняется закономерность, в соответствии с которой, чем крупнее предприятие, тем больше разнообразных средств технического противодействия оно использует.

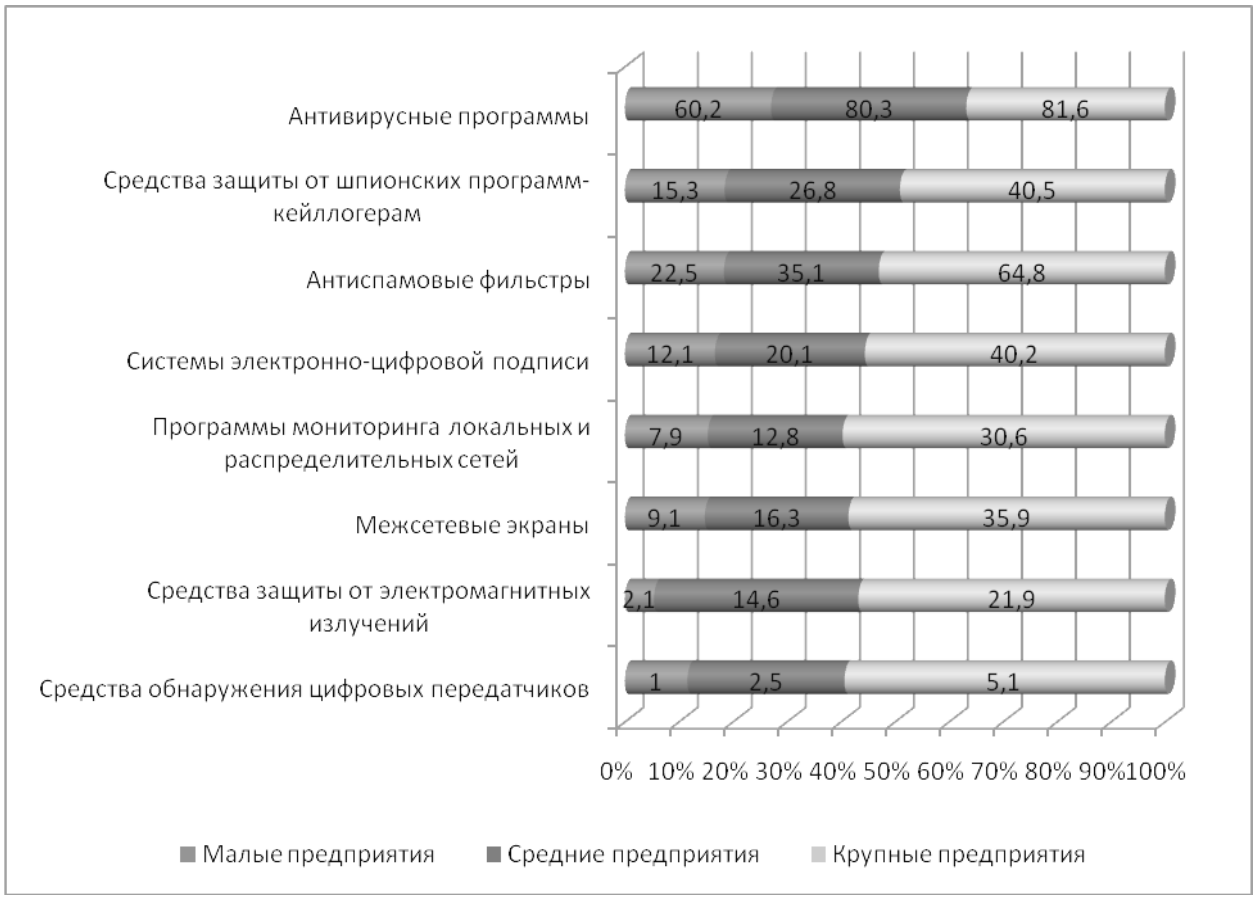


Рис. 1. Способы технической защиты информации от воздействия угроз, % предприятий

Организационно-правовое обеспечение информационной безопасности любого предприятия включает мероприятия, связанные с согласованием его целей, миссии, принципов, методов и направлений деятельности. Определение перечисленных категорий взаимосвязано с разработкой и нормативным закреплением правил поведения сотрудников внутри самой организации и за ее пределами. На любой стадии функционирования предприятия, начиная с его создания, необходимо осуществить весь комплекс организационно-правовых мер по защите информации.

К перечню наиболее актуальных организационно-правовых мероприятий по обеспечению информационной безопасности предприятия относятся следующие:

1) оформление трудовых соглашений и контрактов с четко выраженными обязательствами о не разглашении коммерческой тайны компании либо иных ценных сведений;

2) проверка и тщательный отбор кадров с применением психологического тестирования;

3) содержание в штате юриста, имеющего специальные знания и опыт в сфере обеспечения безопасности конфиденциальной информации предприятия;

4) классификация всех информационных потоков и упорядочение документов с охраняемой информацией; разработка регламента использования в соответствии со степенью их секретности;

5) обязательный контроль и ограничение доступа к системным областям;

6) закрепление выполнения некоторых функций защиты за пользователями системы (распределение функций защиты между системой и пользователями);

7) принятие специальных мер для предотвращения несанкционированного доступа к носителям секретной информации по причине нерадивости или злоумышленных действий персонала;

8) рассмотрение вопросов защиты коммерческой тайны в типовых соглашениях с заказчиками, покупателями продукции и услуг предприятия, продавцами, торговыми агентами и др.;

9) знакомство сотрудников с нормативно-правовыми актами, регулирующими информационную безопасность;

10) разработка системы административного наказания за несоблюдением установленных норм и правил.

Результаты авторского опроса руководителей и специалистов тюменских предприятий показали, что около 45% крупных и 20% средних предприятий предусматривают вопросы неразглашения коммерческой тайны уже на этапе заключения трудового договора. При этом только 10% малых предприятий считают составление концептуальных пунктов в трудовом договоре неотъемлемой частью обеспечения информационной безопасности.

Среди других организационно-правовых мероприятий немалая доля принадлежит содержанию в штате специалистов по информационным технологиям и юриста (40% крупных и 15-20% средних предприятий). Для малых предприятий наиболее приоритетными являются: организация соглашений с заказчиками и покупателями с обязательствами неразглашения любых сведений фирмы (15%); контроль, разграничение доступа к системным областям (11%).

Средние предприятия предпочитают организацию соглашений с заказчиками и покупателями с обязательствами не разглашения любых сведений фирмы (38%), классификацию и упорядочение документов, с разработкой регламентов использования (25%), а также контроль и разграничение доступа к системным областям (20%).

В состав культурно-интеллектуального обеспечения информационной безопасности входят мероприятия по обеспечению кадрового состава предприятия высокоспециализированными подготовленными специалистами; созданию атмосферы, способствующей поднятию корпоративного духа в рабочем коллективе. В настоящее время немногие предприятия уделяют должное внимание, на первый взгляд, не столь важным вопросам.

Однако обучение и проверка знаний персонала, участвующего в подготовке и эксплуатации программ и информации, позволит предотвратить проявление случайных технических причин возникновения угроз информационной безопасности.

В свою очередь, культура поведения и уровень развития корпоративного духа в организации предполагают исключение возникновения намеренных антропогенных угроз информационной безопасности, таких как промышленный и экономический шпионаж, преднамеренное уничтожение или искажение информации.

Результаты социологического опроса представителей тюменских предприятий относительно организации культурно-интеллектуальных мероприятий, направленных на повышение уровня информационной безопасности, представлены на рис. 2.

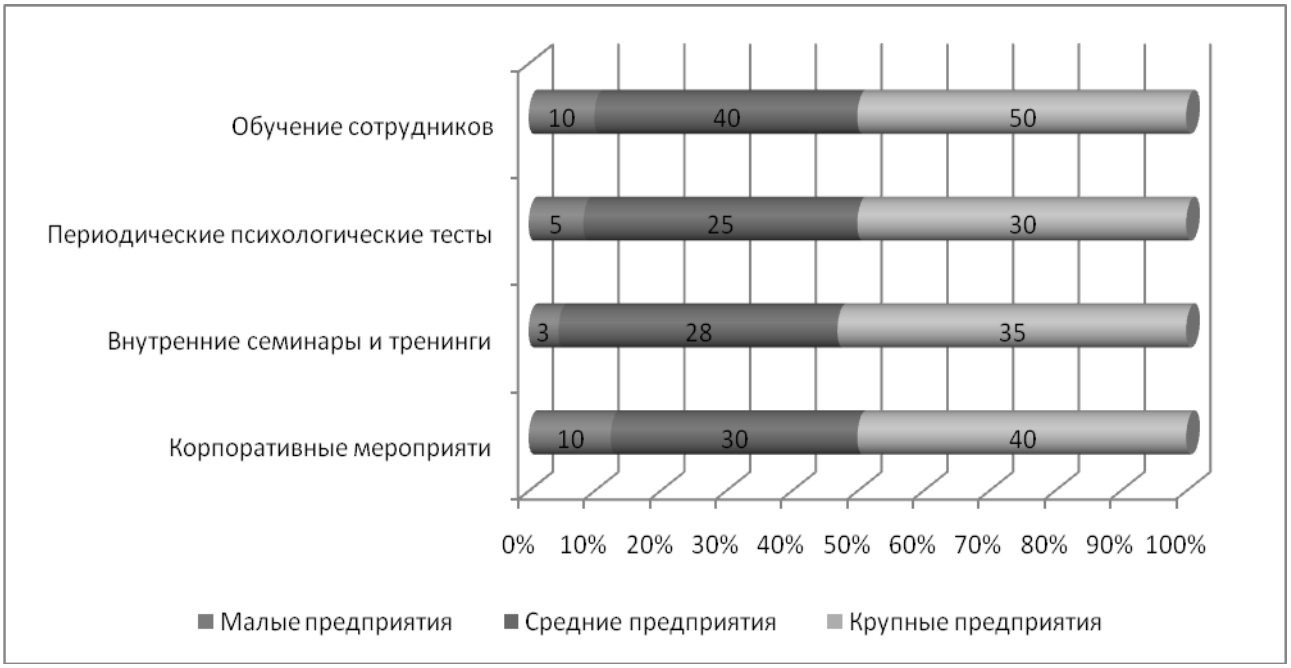


Рис. 2. Разработка и реализация предприятиями культурно-интеллектуальных мероприятий повышения информационной безопасности

Как видно из результатов проведенного опроса, 50% крупных и 40% средних предприятий в качестве эффективного метода противодействия угрозам информационной безопасности считают

обучение сотрудников. Среди представителей малых предприятий такого же мнения придерживаются только 10% опрошенных.

Для своевременного выявления изменений в мировоззрении и ценностях сотрудников, 30% крупных и 25% средних предприятий осуществляют регулярное психологическое тестирование. На малых предприятиях психологическому тестированию не уделяется должного внимания. Только 5% респондентов – представителей малого бизнеса – указали на использование данного метода работы с персоналом.

35-40% крупных и 28-30% средних предприятий считают, что повышению уровня информационной безопасности способствует развитие корпоративного духа у сотрудников, что может быть достигнуто проведением ежегодных тренингов и корпоративных мероприятий.

Автор статьи считает, что для противодействия угрозам информационной безопасности руководство предприятий должно большее внимание уделять разработке и реализации активной политики в данной области. Информационная безопасность предприятий может быть достигнута вследствие направления усилий руководства на реализацию мер организационно-правового, технического и культурно-интеллектуального характера.

Сведения об авторе

***Колмакова Анна Вячеславовна**, менеджер службы управления персоналом, ООО «Управляющая компания «РАСТАМ», тел.: 89199552211, аспирант кафедры Маркетинга и муниципального управления, Тюменский государственный нефтегазовый университет*

***Kolmakova A. V.**, manager of the personnel management service, Management company «RASTAM», Ltd., post-graduate student of Department «Marketing and Municipal Administration», Tyumen State Oil and Gas University, phone: 89199552211*

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор, Карнаухов Николай Николаевич - депутат Тюменской областной думы, д.т.н., профессор

Зам. гл. редактора, **Хайруллина Нурсафа Гафуровна** - д.с.н., профессор Тюменского государственного нефтегазового университета

Барбакова Клара Григорьевна - директор Научно-исследовательского института исследования общества Тюменского государственного нефтегазового университета, д.ф.н., профессор

Барбаков Олег Михайлович - заведующий кафедрой математики и информатики Тюменского государственного нефтегазового университета, д.с.н., профессор

Белоножко Марина Львовна - заведующая кафедрой маркетинга и муниципального управления Тюменского государственного нефтегазового университета, д.с.н., профессор

Влад Гении - декан факультета бизнеса, менеджмента и информационных технологий университета Феникс, содиректор международных программ Стэнфордского университета и университета UC Лос-Анджелеса, полномочный представитель Академии высшего образования в ООН, главный специалист фонда Фулбрайт, доктор бизнес-администрирования, Ph.O, профессор инжиниринга и международного менеджмента (США)

Голенкова Зинаида Тихоновна - заместитель директора Института социологии РАН, д.ф.н., профессор

Левашов Виктор Константинович - руководитель Аналитического центра стратегических социально-политических исследований Института социально-политических исследований РАН, д.с.н., профессор

Нарбут Николай Петрович - заведующий кафедрой социологии Российского государственного университета дружбы народов, д.с.н., профессор

Пленкина Вера Владимировна - директор Института менеджмента и бизнеса, заведующая кафедрой менеджмента в отраслях топливно-энергетичского комплекса Тюменского государственного нефтегазового университета, д.э.н., профессор.

EDITORIAL BOARD

Professor Karnaukhov, Nikolay Nikolayevich - Chief Editor, Doctor of Technical Sciences, Deputy Chair of Tyumen Regional Duma (Parlament), Senior Fellow, International Higher Education Academy of Sciences

Professor Khayrulina, Nursafa Gafurovna - Deputy Chief Editor, Doctor of Sociological Sciences, Tyumen State Oil & Gas University

Professor Barbakova, Klara Grigoryevna - Editorial Board Member, Doctor of Philosophical Sciences, Director, Research Institute of Society, Tyumen State Oil & Gas University, Senior Fellow, International Higher Education Academy of Sciences

Professor Barbakov, Oleg Mikhaylovich - Editorial Board Member, Doctor of Sociological Sciences, Chair of the Department of Mathematics and Informatics, Tyumen State Oil & Gas Senior Fellow, International Higher Education Academy of Sciences

Professor Belonozhko, Marina Lvovna - Editorial Board Member, Doctor of Sociological Sciences, Chair of the Department of Marketing and Municipal Government, Tyumen State Oil & Gas University, Senior Fellow, International Higher Education Academy of Sciences

Professor Genin, Vlad - Editorial Board Member, Doctor of Business Administration, Ph.D, Technical Sciences, Professor of Engineering and International Management Science, Chair of the College of Business, Management, and Information Technologies, University of Phoenix, General Editor and Program Co-Director, Stanford University, UCLA, Plenipotentiary Representative of the Academy of Higher Education in the United Nations, Senior Specialist, Fulbright Foundation, U.S. Department of State

Professor Golenkova, Zinayida Tikhonovna - Editorial Board Member, Doctor of Philosophical Sciences, Deputy Director, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences

Professor Levashov, Viktor Konstantinovich - Editorial Board Member, Doctor of Sociological Sciences, Head of the Analytical Center for Strategic Socio-Political Research, Head of the Laboratory, Research Institute of Society, Tyumen State Oil& Gas University

Professor Narbut, Nikolai Petrovich - Editorial Board Member, Doctor of Sociological Sciences, Chair, Department of Sociology, Peoples' Friendship University of Russia

Professor Plyonkina, Vera Vladimirovna - Editorial Board Member, Doctor Of Economical Sciences, Chair, Department of Management, Director, Institute of Management and Business, Tyumen State Oil & Gas University

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

«Известия высших учебных заведений РФ. Социология. Экономика. Политика» - это академический журнал, акцентирующий внимание на теории и методологии исследований социальных процессов. В нем освещаются новейшие исследования, концепции и теории, свежие практические идеи и инициативы, результаты.

Редакция журнала принимает статьи от российских и зарубежных авторов по следующей тематике:

- Теория и методология исследования социальных процессов
- Управленческие процессы
- Политические и правовые процессы
- Экономические и демографические процессы
- Культурные традиции и новации
- Проблемы и перспективы развития науки и образования
- Информационные технологии и виртуальное пространство

Эмпирические исследования, концепции, метаанализ, рецензии на книги, количественные и качественные исследования, социальные инновации, обзоры литературы, ретроспективы, взгляды практиков - все это может быть объектом исследований.

Журнал издается ежеквартально (март, июнь, сентябрь, декабрь).

Каждая статья рецензируется. После положительной оценки рецензента, редакционная коллегия определяет возможность публикации статьи в журнале.

Отправленная статья (материалы) не должна быть ранее нигде опубликованной, не может быть отправлена для публикации в другие издания. Если статья будет принята в журнал, она не должна публиковаться в той же форме на английском или каких-либо других языках без письменного согласия редакционной коллегии.

ПРАВИЛА ПОДГОТОВКИ РУКОПИСИ

- Рукопись, предоставляемая в редакцию, должна иметь: аннотацию на русском и английском языках, содержащую название рукописи, данные автора обязательно (Ф.И.О.) полностью, должность, место работы, e-mail, контактный телефон, краткое содержание рукописи объемом до 0,25 страницы машинописного текста, УДК, рецензию, протокол заседания кафедры с рекомендацией к публикации.
- Рукопись представляется в редакцию в виде файла на диске с использованием Winword, размер шрифта 11 (Times New Roman), интервал одинарный, абзац 1,25, страницы не нумеруются.
- Ввод формул производить в редакторе формул Microsoft Equation 2.0. Иллюстрации выполняются на компьютере и вставляются в файл статьи. В таблицах все наименования проставляются полностью, без сокращения слов. **Объем статьи 3-4 страницы.**
- Параметры страницы: Поля верхнее: 2,5 см; нижнее: 2 см; левое: 2,5 см; правое: 2,5 см.
- Название статьи должно содержать не больше 7-8 слов фамилии и инициалы авторов.
- Библиографический указатель (список литературы) дается авторами в конце статьи в порядке последовательности ссылок в тексте. Ссылки на литературу в тексте заключаются в квадратные скобки. В списке литературы указываются: а) для журналов и сборников - фамилии и инициалы авторов, название статьи, название журнала (сборника), номер или том, место и год издания, Стр.; б) для книг - фамилии и инициалы авторов, название книги, место издания, название издательства, год издания, Стр. (ГОСТ 7.1 - 84). В список литературы вносят только те работы, которые опубликованы в печати.
- Список литературы не должен превышать 10 наименований источников.
- Рукописи, не принятые к опубликованию, авторам не высылаются.
- Диски со статьями не возвращаются.
- Редакция имеет право производить сокращения и редакционные изменения текста рукописей.
- Корректура статей иногородним авторам предоставляется.
- Плата за публикацию не взимается.

Электронный вариант статьи, аннотация, подписка на журнал высылаются по e-mail: nur@tsogu.ru

Индекс Роспечати 19420. Для жителей Тюмени организована подписка на журнал в редакции.

Пожалуйста, отправляйте Ваши статьи:

профессор Нурсафа Хайруллина, заместитель главного редактора

Телефон/Факс +7(3452)20-20-46

MANUSCRIPT SUBMISSION GUIDELINES

The Editorial Board of the «News From Higher Education Institutions: Sociology, Economics, Politics» Journal welcome papers on original research findings and informed opinion on the theory and methodology of research of social processes and related fields.

Papers submitted for publication must meet three criteria: One, the manuscript must contribute to knowledge, theory, and practice; Two, the manuscript content must be accurate and scholarly; and Three, the manuscript must conform to the editorial guidelines of the Journal presented below:

The paper should be submitted on the disk and via email. The electronic version of it should be sent to: nur@tgngu.tyumen.ru.

The paper should be typewritten in Microsoft Word with font size 11 (Times New Roman).

The body of the manuscript should be single space. DoubleSpace before and after first-level and second-level headings. Triple space between the title and before and after the author's name.

All paragraphs should be indented with a tab of five (5) spaces. You must leave a space after each paragraph.

The margins should be as follows:

Left Margin: 1 inch or 2.5 cm Right Margin: 1 inch or 2.5 cm

Top Margin: 1 inch or 2.5 cm Bottom Margin: 1 inch or 2.5 cm

Do not insert page numbers.

References will appear at the end of the paper. Display only those references cited in the text. References should be listed and numbered alphabetically by the last name of the first author at the end of the paper. References cited in the text should appear as the corresponding numbers in square bracket with or without the author' names in front. References should be given in the following form: a) for Journal Articles - Author(s) last name, followed by first and middle initials; Article Title; Journal Title; Volume Number; Location; Year of Publication; Pages; b) for Books - Authbr(s) last name, followed by first and middle initials; Book Title; Publisher Location; Name of Publisher; Year of Publishing; Pages.

The length of the manuscript should not exceed more 4 pages. The title of the manuscript should be in all capital letters, boldfaced, and centered at the top of the first page. The author(s) and affiliation(s) should be centered, bold-faced, and single-spaced beginning on the third line below the title. Do not use titles such as Dr. or Professor, etc. The size of the name(s) should be «LARGE.» (12 point). For Example:

John Smith, Tyumen State Oil and Gas University

Mary Jones, University of California, Berkeley

If you have more than one author and all authors have the same affiliation, use the following format:

John Smith

Kathy Matthews

Tyumen State Oil and Gas University

Each manuscript should be accompanied by an abstract of approximately 100-150 words. The word ABSTRACT should be typed in all capital letters, bold-faced, and centered on the third line following the author(s) and affiliation(s). The size of the heading should be«VERY LARGE». The text of the abstract should be in «ITALICS.» An abstract should be sent in English language.

A list of keywords describing your manuscript should be provided after the abstract (for indexing and search purposes).

Your manuscript should be accompanied by a cover page, consisting of the paper title, author name(s), affiliation(s) of the author(s), purpose of submission and detailed contact information, including phone number(s) and email address(es).

All formulas and/or equations (if any) should be done by using Microsoft Equation 2.0. and be placed on separate lines and numbered consecutively, with the equation/formula numbers placed in parentheses and aligned against the left margin.

Tables, figures, and graphs should be typed as close as possible to the location where they are cited. No abbreviations (all words appearing in tables should be fully spelled out). Headings should be centered, bold-faced, and in all capital letters above the table or figure. All tables must be in boxes. The size of the heading for each table or graph should be «LARGE.»

Appendices should immediately follow the body of the paper and precede the references. The term, APPENDIX, should be centered in all capitals above the appended material. The size of the term, APPENDIX, should be «VERY LARGE.» If there is more than one appendix, they should be numbered consecutively.

All spelling, grammar, and punctuation are the responsibility of the author(s). No corrections will be made by the Journal Editors. Therefore, all articles must be edited prior to submission.

Note that the computer disk will not be returned. It is essential that you comply with these instructions because we print from disk. Rejected manuscripts will not be returned to the author(s).

Manuscripts which fail to meet the specifications will be returned to the author and risk not being published or at the very least, delaying the publication schedule.

A manuscript submitted for publication in the Journal should not have appeared or be under consideration for publication in other journals. Citation of the original work must be included.

After acceptance by the Journal, a paper or any portion of a paper may not be published elsewhere without prior written approval from the Editors. A manuscript published in the Journal becomes the property of the Journal with the Journal possessing exclusive right to publication. All copyrights will belong to the Journal.

The Journal reserves the right to edit manuscripts for brevity, clarity, and consideration of style.

«News From Higher Education Institutions: Sociology, Economics, Politics»

CALL FOR PAPERS

The «News From Higher Education Institutions: Sociology, Economics, Politics» is an academic Journal focusing on the theory and methodology of research of social processes. It highlights cutting edge research, new concepts and theories, and fresh practical ideas and initiatives.

The editors of the Journal welcome contributions from throughout the world in the following research areas:

- Management processes
- Political and legal processes
- Economic and demographic processes
- Cultural traditions and innovations
- Development of science and education: challenges and future outlook
- Information technologies and online world

Empirical studies, conceptual papers, meta-analyses, literature reviews, case studies, quantitative and qualitative studies, pedagogical innovations, practitioner perspectives, and book reviews are all welcome.

Papers can adopt a historical perspective, a current perspective or a future perspective. Contributions from practitioners along with academics in the field, reporting on the latest strategies, new thinking and initiatives being applied are published as well.

The Journal is published quarterly in March, June, September and December.

Each paper is reviewed by the Editors, and, if judged suitable for this publication, is then sent to our referees for double blind peer review. The Editors then decide whether the paper should be accepted as it is, revised or rejected.

Submission of a paper implies that it has not been published previously, that it is not under consideration for publication elsewhere, and that if accepted it will not be published elsewhere in the same form, in English or in any other language, without the written consent of the publisher.

Please send submissions to:

Prof. Vlad Gennin — Deputy Editor-in-Chief
Telephone/Fax: *+1* (925) 937-92-88
E-mail: vgenin@yahoo.com

Подписано в печать Формат 60х90 1/8.
Уч.-изд. л. Усл.печ.л. Тираж 500. Заказ №

Библиотечно-издательский комплекс
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Тюменский государственный нефтегазовый университет».
625000, Тюмень, ул. Володарского, 38.

Типография библиотечно-издательского комплекса.
625039, Тюмень, ул. Киевская, 52.
e-mail:nur@tsogu.ru