

**Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего образования
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
(Челябинский филиал)**

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
НОВОГО ВРЕМЕНИ:
ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И
ПЕРСПЕКТИВЫ**

МОНОГРАФИЯ

Челябинск 2015

«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ДОМ ПЕЧАТИ»

МОНОГРАФИЯ

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
НОВОГО ВРЕМЕНИ:
ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И
ПЕРСПЕКТИВЫ**

под редакцией доктора экономических наук, профессора, член-
корреспондента Российской академии естествознания
Бухтияровой Т.И.

г. Челябинск
2015

УДК 338.24.01
ББК 65.05

Рецензенты:

Блинов А.О. – доктор экономических наук, профессор, академик РАЕН
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Переверзев П.П. - доктор технических наук, профессор (Челябинский филиал Финуниверситета)

Авторский коллектив: Возилова Е.В. (Глава 1), Горжуй Л.А. (Глава 1),
Закиров Р.Ш. (Глава 2), Копченев А.А. (Глава 3), Первозова О.В. (Глава 4),
Пигузова С.В. (Глава 5), Угрюмова Н.В. (Глава 6), Зонов В.Л. (Глава 7).

Экономика и управление нового времени: проблемы, тенденции, перспективы: монография / под ред. Т.И. Бухтияровой – Челябинск: «Челябинский Дом печати», 2015. – 172 с.

ISBN ****

Монография может быть полезна как для руководителей предприятий различных отраслей и секторов реального бизнеса, так и для руководителей органов государственной и муниципальной власти, а также для преподавателей высших и средних учебных заведений, аспирантов, магистрантов и студентов экономических и управленческих направлений обучения.

© Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации,
Челябинский филиал
© Коллектив авторов, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	5
Глава 1 РАЗВИТИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ РАЗГРАНИЧЕНИЯ И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)	6
Глава 2 ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РЕГИОНЕ	33
Глава 3 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА	54
Глава 4 БИЗНЕС-ЗАДАЧИ ВУЗОВ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ	75
Глава 5 ИНФОРМАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	97
Глава 6 УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	119
Глава 7 НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ	135
Литература	154
Сведения об авторах	168

ПРЕДИСЛОВИЕ

Экономика нового времени отличается высокой динамикой развития и постоянными переменами во всех областях и сферах, влияющих на потенциал регионов и страны в целом. Все вопросы, способные оказать воздействие на перспективу и тенденции роста страны, становятся актуальными. Спектр таких вопросов не ограничивается узким кругом.

Управленческие механизмы сегодня изучаются и в сфере государственного и муниципального управления, и в сфере управления реальным сектором бизнеса.

Разнообразные методики и инструменты менеджмента, применяемые в практике формирования стратегического потенциала организаций, активно изучаются и в области управленческого консультирования, и в области образовательных технологий, и в области государственных маркетинговых стратегий.

Все исследования посвящены одной задаче – поиску путей и факторов, направленных на повышение эффективности действия организационно-экономических механизмов в организациях различных сфер и отраслей.

Материалы монографии призваны отразить анализ современного состояния отдельных направлений и особенностей экономического развития регионов и страны.

В каждой главе представлены авторские позиции по основным проблемам, характерным для теории и практики в управлении экономикой.

ГЛАВА 1 РАЗВИТИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ РАЗГРАНИЧЕНИЯ И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Происходящие в России с начала 90-х годов XX столетия перемены во всех сферах общественной жизни со всей очевидностью выдвинули на первое место вопрос реформирования отношений собственности как ее экономической основы. Изменилась правовая база собственности и коренным образом поменялись отношения собственности. На смену идее главенства государственной собственности пришла идея приоритета частной собственности. Длительное время в стране осуществляется государственная политика – целенаправленная деятельность органов государственной власти, по разгосударствлению и приватизации имущества, которая не возможна без решения вопросов о собственнике имущества, о разделе единого фонда государственной собственности между различными субъектами Российской Федерации и муниципальными образованиями.

Принцип разграничения полномочий между уровнями публичной власти, разграничения и перераспределения объектов государственной и муниципальной собственности, создание дееспособного местного самоуправления в Российской Федерации провозглашен на протяжении многих лет в качестве приоритетной задачи политики, осуществляемой государством.

Совершенно естественно, что для исполнения переданных или делегированных полномочий необходимы соответствующие ресурсы: финансовые, материальные, трудовые, которые либо сопровождают передачу полномочий в виде субсидий, субвенций, трансфертов, либо формируются за счет средств соответствующих бюджетов, либо за счет

осуществления разграничения и перераспределения собственности между уровнями публично-правовых образований.

Как видно из статьи 214 Гражданского Кодекса РФ государственной собственностью в Российской Федерации является имущество, принадлежащее на праве собственности Российской Федерации (федеральная собственность), и имущество, принадлежащее на праве собственности субъектам РФ – республикам, краям, областям, городам федерального значения, автономной области, автономным округам (собственность субъекта РФ).

Муниципальная собственность, согласно Конституции Российской Федерации не является разновидностью государственной собственности. Это самостоятельная форма (вид) собственности.

Также Конституцией Российской Федерации определено, что вопросы разграничения государственной собственности находятся в совместном ведении Российской Федерации и ее субъектов, а вне пределов ведения Российской Федерации и полномочий Российской Федерации по предметам совместного ведения субъекты Российской Федерации обладают всей полнотой государственной власти.

Вышесказанное показывает, что органы власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления в силу указанных законов обладают определенной свободой действий, а, следовательно, и своеобразным опытом формирования собственного имущества.

Проблемы разграничения и перераспределения государственной и муниципальной собственности в Российской Федерации нельзя отнести к числу достаточно разработанных в отечественной научной литературе. Это обусловлено рядом факторов. Институт разграничения государственной собственности, начало которому было положено в 1991 году, в нашей стране является относительно новым и его становление проходило далеко не гладко и проблемно, характеризуясь глубокими антагонистическими

противоречиями и трудностями. Необходим был определенный период времени для создания правовой базы новых видов управления государственной и муниципальной собственностью. Четких инструкций, методических рекомендаций в этом направлении нет, комментарии и статьи на данную тему малочисленны, узко направлены и быстро устаревают, поскольку нормы законодательства несколько раз кардинально менялись и пересматривались.

С конца 80-х годов в стране начались перемены, направленные на децентрализацию экономики и становление рыночных отношений, на суверенизацию республик и наделение административно-территориальных образований большей самостоятельностью, и постановке вопроса о разделе единого фонда государственного имущества, принадлежащего СССР, между этими субъектами. Основу такого разграничения заложил Закон СССР от 6 марта 1990 года «О собственности в СССР», которым была предпринята первая попытка разграничения общей государственной собственности СССР и принятие которого, знаменует становление института разграничения государственной собственности в нашей стране.

Закон «О собственности в СССР» призван был устранить имевшиеся препоны в народном хозяйстве, стимулировать его развитие в условиях зарождавшейся рыночной экономики и укрепить советское государство в целом. В данном случае средством достижения названных целей становилось изменение отношений собственности в стране.

Закон определил субъекты отношений собственности, применив единое понятие «государственная собственность», включавшее в себя:

- общесоюзную собственность;
- новых собственников: собственность союзных республик; автономных республик, автономных областей, автономных округов; краев, областей, районов или других административно-территориальных образований (коммунальную собственность).

Как мы видим, в нем еще не была выделена в самостоятельный вид собственности муниципальная или, если пользоваться терминологией союзного закона, коммунальная собственность.

Одновременно с этим, были внесены соответствующие изменения в Конституцию СССР. Таким образом, разграничение государственной собственности с самого начала было закреплено, в том числе и конституционно.

Принятый в конце 1990 годов Закона РСФСР от 24 декабря 1990 г. № 443-1 «О собственности в РСФСР» окончательно закрепил собственность РСФСР на все объекты, находящиеся на территории РСФСР, и в одностороннем порядке прекратил действие на территории РСФСР Закона СССР «О собственности в СССР».

Одновременно с этим, Закон «О собственности в РСФСР» наравне с государственной собственностью закрепил собственность муниципальных образований и определил отдельные объекты, относящиеся к той либо иной форме собственности. Появилось два уровня публичной собственности: государственный и муниципальный.

Благодаря такому изменению в субъектном составе наметился совершенно иной подход при разграничении государственной собственности. Параллельно разделу государственного имущества между составными частями Российской Федерации происходит процесс выделения муниципальной собственности, которая, в свою очередь, также делится между различными уровнями муниципальных образований – муниципальными районами, городскими и сельскими поселениями.

Одним из первых актов Российской Федерации после распада СССР стал (до сих пор не утративший силы) документ о разграничении государственной собственности – постановление Верховного Совета Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 3020-1 «О разграничении государственной собственности в Российской Федерации на федеральную

собственность, государственную собственность республик в составе Российской Федерации, краев, областей, автономной области, автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга и муниципальную собственность».

В соответствии с постановлением на базе всех объектов государственной собственности образовались две формы собственности: государственная, которая в свою очередь подразделялась на два вида – федеральную и собственность субъектов федерации, и муниципальная. Федеральную собственность составляли объекты двух видов:

- относящиеся исключительно к федеральной собственности;
- относящиеся к федеральной собственности, отдельные из которых могут передаваться в государственную собственность республик в составе Российской Федерации, краев, областей, автономной области, автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга.

Таким образом, первоначально все объекты государственной собственности были отнесены к собственности федеральной.

Итоги развития общества и государства того периода, включая отношения собственности и разграничения государственной собственности, подвела Конституция Российской Федерации 1993 г. Только с принятием Конституции РФ от 25 декабря 1993 г. был закреплен принцип разграничения государственной власти и местного самоуправления и статьей 12 установлено, что органы местного самоуправления не входят в систему органов государственной власти. Соответственно, и муниципальная собственность была четко отграничена от государственной только с 1993 года.

Таким образом, российский федерализм, по сути, перенял структуру федерализма СССР: на место СССР стала Российская Федерация, а на место союзных республик – субъекты Российской Федерации. Вместе с тем, к моменту разграничения государственной собственности в Российской

Федерации сложилась двухуровневая система публичных образований – самостоятельных независимых друг от друга субъектов права собственности, первый уровень которых представлен государственными образованиями (Российская Федерация и субъекты Российской Федерации) и второй уровень – муниципальными образованиями. Именно об этих субъектах права собственности, между которыми и будет в дальнейшем производиться разделение государственной собственности, речь пойдет ниже.

Основы разграничения собственности в Российской Федерации на федеральную, субъектов Российской Федерации и муниципальную собственность были заложены Законом РСФСР «О собственности в РСФСР», действовавшим с 01.01.1991 г. по 01.01.1995 г. Вместе с тем, нормативным актом, впервые комплексно осветившим вопросы разграничения государственной собственности, стало принятие постановления Верховного Совета РФ от 27.12.1991 г. № 3020-1 «О разграничении государственной собственности в Российской Федерации на федеральную собственность, собственность республик в составе Российской Федерации, краев, областей, автономной области, автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга и муниципальную собственность». Принятие постановления было обусловлено не только необходимостью установления порядка разграничения собственности, но и преследовало цель упорядочения перечней имущества, относящегося к различным формам собственности.

Согласно названному постановлению все имущество Российской Федерации было разделено на три категории: имущество, которое могло находиться исключительно в федеральной собственности, имущество, которое может в установленном порядке передаваться в собственность субъектов Российской Федерации, и имущество, подлежащее передаче в муниципальную собственность.

Перечень объектов, составляющих исключительную собственность Российской Федерации, дан в Приложении 1 к постановлению. Это объекты, составляющие основу национального богатства (ресурсы континентального шельфа, территориальных вод и морской экономической зоны Российской Федерации, некоторые особо охраняемые природные объекты (заповедники, целебные источники, курорты, заказники и т.п.), особо ценные объекты историко-культурного наследия и некоторые художественные ценности, большинство видов вооружений и объектов оборонного значения, оборудование некоторых важнейших предприятий и учреждений, и др. Эти виды имущества, как правило, изъяты из оборота.

Перечень объектов, которые могут быть переданы в собственность республики в составе Российской Федерации, края, области, города федерального значения, автономной области, автономного округа содержится в Приложении 2 к постановлению Верховного Совета РФ от 27 декабря 1991 г. № 3020-1.

Объекты, подлежащие передаче в муниципальную собственность, перечислены в Приложении 3 к настоящему постановлению (объекты жилищного фонда, объекты инженерной инфраструктуры и коммунального хозяйства, предприятия розничной торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения, и т.д.). Только объекты из этого Приложения могут непосредственно передаваться в муниципальную собственность. Иные объекты могут быть переданы в собственность муниципальных образований по решению субъектов Федерации из имущества, принадлежащего им на праве собственности.

Также выделена особая группа объектов государственной собственности, которые временно, до момента определения соответствующего собственника (до момента передачи в собственность соответствующих публичных образований) находятся в федеральной собственности. Выделение этой группы объектов не случайно, так как

именно из их числа в основном происходит формирование перечней объектов, подлежащих передаче в собственность субъектов Российской Федерации.

На практике же данное постановление было воспринято по-иному. Если объекты подпадают под категории, указанные в Приложениях 2 или 3, то они соответственно автоматически переходили в собственность субъекта Федерации или муниципального образования и никакие процедуры по передаче данного имущества осуществлены не были. Из этой неправильной трактовки данного Постановления до сих пор возникает большое количество споров, трудностей и разногласий.

Кроме того, во исполнение требований, установленных указанным постановлением, было принято распоряжение Президента РФ от 18.03.1992 г. № 114-рп «Об утверждении Положения об определении по объектного состава федеральной, государственной и муниципальной собственности и порядке оформления прав собственности», в соответствии с которым все имущество, подлежащее передаче в собственность публичных образований, должно пройти порядок по объектной передачи и закрепления в собственности соответствующих субъектов права собственности. В нем устанавливается процедура передачи объектов государственной собственности в собственность субъектов РФ и муниципальных образований. И вплоть до принятия соответствующего закона в Российской Федерации действовал этот порядок.

Помимо названного постановления было принято большое количество нормативных актов на уровне федерации и ее субъектов, а также муниципальных образований, касающихся разграничения отдельных видов имущества, на основании которых передача объектов осуществлялась в безвозмездном порядке и без оформления каких-либо договоров. Свидетельством того, что имущество передано в собственность соответствующего субъекта являлось:

а) для субъектов Российской Федерации – постановление Правительства Российской Федерации или зарегистрированный перечень объектов с учетом внесенных в него изменений, если постановление Правительства Российской Федерации не принято в установленный трехмесячный срок.

б) для муниципальных образований – решение представительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации или зарегистрированный перечень объектов с учетом внесенных в него изменений.

Таким образом, до принятия специального закона, вплоть до середины 2004 года, объекты государственной и муниципальной собственности разграничивались в порядке, введенном постановлением Верховного Совета РФ от 27 декабря 1991 г. № 3020-1 и распоряжением Президента РФ от 18 марта 1992 г. № 114-рп.

Следующим важным этапом в проведении государственной политики в области разграничения государственного имущества стало осуществление в Российской Федерации Административной реформы, утвержденной Указом Президента РФ от 23 июля 2003 г. № 824, в целях реализации Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации на 2003 год.

Федеральным законом от 04.07.2003 г. № 95-ФЗ вносятся изменения в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации», вводятся главы IV.1 и IV.2, определяющие общие принципы разграничения полномочий между федеральными органами государственной власти и органами государственной власти субъекта Российской Федерации. А статьей 26.11 данного Закона вносятся принципиальные изменения в состав имущества,

которое может находиться в собственности субъекта Российской Федерации, это:

- имущество, необходимое для осуществления своих полномочий;
- имущество, необходимое для обеспечения деятельности органов государственной власти субъекта РФ, государственных гражданских служащих субъекта РФ, работников государственных унитарных предприятий и работников государственных учреждений субъекта РФ в соответствии с законами субъекта РФ;
- имущество, необходимое для осуществления полномочий, право осуществления которых, предоставлено органам государственной власти субъектов РФ федеральными законами.

Таким образом, закон определил 3 группы и 25 видов имущества, которое может находиться в собственности субъекта Федерации.

Вслед за Федеральным законом № 95-ФЗ принимается новый Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» 2003 года № 131-ФЗ, который закрепил радикальное исходное правило – принцип целевого назначения имущества: в муниципальной собственности может находиться только имущество, предназначенное для решения публичных задач, стоящих перед местным самоуправлением. Иное имущество, даже если оно оказалось в муниципальной собственности, подлежит перепрофилированию или отчуждению. Можно сказать, «имущество следует за полномочиями».

К имуществу, предназначенному для решения публичных задач муниципального образования, относятся 4 категории имущества, в зависимости от сфер использования:

- 1) имущество, предназначенное для решения установленных вышеуказанным Федеральным законом № 131-ФЗ вопросов местного значения;

2) имущество, предназначенное для осуществления отдельных государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления;

3) имущество, предназначенное для обеспечения деятельности органов местного самоуправления и должностных лиц местного самоуправления, муниципальных служащих, работников муниципальных предприятий и учреждений;

4) имущество, необходимое для решения вопросов, право решения которых, предоставлено органам местного самоуправления федеральными законами и которые не отнесены к вопросам местного значения.

Федеральный закон № 131-ФЗ ввел с 1 января 2006 г. перечень вопросов местного значения для поселений, муниципальных районов, городских округов. Законом также установлено, что перечень имущества, которое может находиться в муниципальной собственности, является закрытым и может быть изменен только федеральным законом.

Решения о передаче имущества принимаются уполномоченными органами государственной власти и местного самоуправления. Указанные решения являются основаниями возникновения права собственности на имущество, включенное в утвержденные перечни.

Разграничение муниципального имущества между муниципальными районами, поселениями, городскими округами проводится в целях обеспечения законности в использовании отдельных видов имущества муниципальными районами, поселениями, городскими округами, сохранности, развития, эффективного функционирования и использования объектов муниципального имущества в интересах населения, проживающего в муниципальных образованиях для наиболее полного материального обеспечения исполнения возложенных на органы местного самоуправления муниципального района, поселения, городского округа полномочий по решению вопросов местного значения.

И здесь действует лишь одно основание обязательной передачи имущества от одного муниципального образования другому: если это имущество в соответствии со статьей 50 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» не предназначено для решения публичных задач прежнего владельца и предназначено для решения публичных задач другого муниципального образования. В остальных же случаях, когда публичные задачи различных муниципальных образований пересекаются и (или) имущество может быть использовано каждым из них, вопрос о его принадлежности решается свободно, без каких-либо специальных ориентиров, исходя из общей оценки ситуации в целом и с взаимного согласия.

В том числе нет требования, чтобы имущество одного муниципального образования, используемое органами или организациями иного муниципального образования, передавалось последнему, как в отношениях между РФ, субъектами РФ, муниципальными образованиями.

Между тем, основными принципами разграничения муниципального имущества между муниципальными районами, поселениями, городскими округами являются:

- признание экономической самостоятельности муниципальных образований;
- соответствие разграничения муниципального имущества установленному законодательством разграничению полномочий по решению вопросов местного значения между муниципальными районами, поселениями, городскими округами;
- целевой характер использования муниципального имущества, необходимого для осуществления возложенных на органы местного самоуправления муниципального района, поселения, городского округа полномочий;

– оптимальное использование объектов муниципального имущества, исходя из их назначения, в процессе решения вопросов местного значения и осуществления органами местного самоуправления переданных им отдельных государственных полномочий;

– территориальная принадлежность объектов муниципального имущества к муниципальному образованию, являющаяся определяющим фактором в процессе разграничения муниципального имущества между муниципальными образованиями в случае, если целевое назначение объекта, находящегося в муниципальной собственности соответствует установленному федеральным законодательством перечню видов имущества, которое может находиться как в собственности муниципального района, так и в собственности поселения и (или) городского округа, а также, если объект муниципального имущества позволяет решать вопросы местного значения нескольких муниципальных образований;

– оптимизация структуры объектов муниципального имущества в интересах обеспечения экономического роста муниципальных образований;

– приоритет разграничения муниципального имущества между муниципальными образованиями перед процедурами репрофилирования и приватизации;

– равенство прав муниципальных образований при осуществлении разграничения муниципального имущества и др.

Виды и состав безвозмездно передаваемого в процессе разграничения имущества, находящегося в муниципальной собственности, между муниципальными районами, поселениями, городскими округами, а также порядок передачи установлены статьей 154 Федерального закона от 22 августа 2004 г. № 122-ФЗ и статьей 50 Федерального закона № 131-ФЗ.

На территории Челябинской области вышеуказанные действия регулируются Законом Челябинской области от 29 ноября 2007 г. № 221-ЗО «О порядке подготовки проектов законов Челябинской области о

разграничении имущества, находящегося в муниципальной собственности между муниципальными районами, поселениями и городскими округами».

Законом № 207-ЗО Челябинской области полномочия органов государственной власти Челябинской области в части разграничения и перераспределения государственной и муниципальной собственности на ее территории, распределены следующим образом:

1. Законодательное Собрание Челябинской области;
2. Правительство Челябинской области;
3. Исполнительный орган по управлению областным государственным имуществом:

- а) осуществляет подготовку документов по отчуждению имущества из государственной собственности Челябинской области в порядке, установленном законодательством Российской Федерации и Челябинской области;

- б) организует работу по подготовке документов для государственной регистрации права собственности Челябинской области на недвижимое имущество и сделок с ним;

- в) осуществляет иные полномочия в соответствии с законодательством Челябинской области.

Так статьей 16 Закона № 207-ЗО названный орган уполномочен самостоятельно принимать решение о безвозмездной передаче в муниципальную собственность жилищного фонда и имущества, предназначенного для его эксплуатации и технического обслуживания, не включенного в состав приватизируемых областных предприятий, а также решение о безвозмездной передаче в муниципальную собственность необходимого для осуществления полномочий муниципальных образований Челябинской области движимого имущества, остаточная стоимость которого не превышает 250,00 тыс. рублей за единицу, на основании экономического обоснования отраслевого органа исполнительной власти области.

Данное положение областного законодательства правомерно оценить как прогрессивное. На федеральном уровне подобная дифференциация полномочий в настоящее время отсутствует, что вызывает ничем не обоснованную волокиту при передаче в иные формы публичной собственности самого незначительного объекта движимого имущества. Хотя в отдельных случаях территориальные управления Росимущества специальным приказом Федерального агентства по управлению государственным имуществом наделяются полномочиями по передаче того или иного имущества.

Исполнительным органом по управлению имуществом, находящимся в государственной собственности Челябинской области, является – Министерство имущества и природных ресурсов Челябинской области (Постановлением Губернатора Челябинской области от 27.10.2014 № 157 «О структуре органов исполнительной власти Челябинской области» с 1 января 2015 года Министерство промышленности и природных ресурсов Челябинской области переименовано в Министерство имущества и природных ресурсов Челябинской области).

Министерство имущества и природных ресурсов Челябинской области (далее – Минимущества) является органом исполнительной власти Челябинской области, осуществляющим в пределах установленной компетенции функции по выработке и проведению государственной политики в сфере промышленности, управления имуществом, находящимся в государственной собственности Челябинской области (далее именуется – областное государственное имущество), природных ресурсов на территории Челябинской области; координирующим в случаях, установленных законодательством Российской Федерации и Челябинской области, деятельность в этих сферах иных исполнительных органов государственной власти Челябинской области.

Исполнение возложенных полномочий по управлению областным

государственным имуществом и, в частности по передачи имущества, находящегося в государственной собственности Челябинской области, в федеральную собственность Российской Федерации и в муниципальную собственность и принятие имущества из федеральной собственности или муниципальной собственности в государственную собственность Челябинской осуществляется Министерством промышленности и природных ресурсов Челябинской области во взаимодействии с:

- Федеральным агентством по управлению государственным имуществом (Росимущество) и Территориальным управлением Федерального агентства по управлению государственным имуществом в Челябинской области;

- Федеральной службой государственной регистрации, кадастра и картографии по Челябинской области;

- иными федеральными органами исполнительной власти;

- органами государственной власти Челябинской области;

- органами местного самоуправления Челябинской области;

- областными государственными унитарными предприятиями, областными государственными учреждениями и иными заинтересованными физическими и юридическими лицами.

В соответствии с возложенными задачами, и в целях обеспечения реализации государственной политики в области разграничения и перераспределения государственной и муниципальной собственности на территории Челябинской области, Минимущества, осуществляет действия по двум блокам:

- подготовка вопросов – проектов постановлений о передаче (принятии) недвижимого и движимого (остаточная стоимость за единицу которого более 250,00 тыс. рублей) имущества, на рассмотрение Правительства Челябинской области и в случае положительного его решения осуществляет мероприятия по оформлению соответствующих документов;

– принятие самостоятельных решений по вопросам передачи движимого имущества, остаточная стоимость за единицу которого не превышает 250,00 тыс. рублей, в муниципальную собственность, оформленных нормативным актом Министерства имущества и природных ресурсов Челябинской области – распоряжением.

Так, Минимущества Челябинской области за пять лет было подготовлено и оформлено документов по 200 постановлениям Правительства Челябинской области. Между уровнями публично-правовых образований было перераспределено: 31 государственное и муниципальное учреждение и предприятие, 2 289 объектов недвижимого имущества, более 56 062 объектов движимого имущества.

Одним из приоритетных направлений в области реализации государственной политики по перераспределению государственной и муниципальной собственности является работа Минимущества с органами местного самоуправления муниципальных образований Челябинской области, в том числе с 16 городскими округами, 27 муниципальными районами, и иными городскими и сельскими поселениями области.

Так, масштабная передача имущества в муниципальную собственность осуществляется в рамках реализации федеральных и областных целевых программ. Это такие программы как «Образование», «Здоровье», «Переселение граждан из аварийного жилищного фонда Челябинской области», «Повышение безопасности дорожного движения», «Модернизация здравоохранения Челябинской области» и др.

Блок мероприятий по передаче имущества между различными уровнями публично-правовых образований является одним из ведущих и обширных в деятельности Минимущества Челябинской области по управлению областной государственной собственностью.

Областным законодательством на Минимущества возложена не только подготовка и осуществление мероприятий по передаче имущества,

подлежащего разграничению и перераспределению между уровнями публично-правовых образований, но и организация процесса регистрации права собственности Челябинской области на объекты недвижимости, находящиеся в государственной собственности Челябинской области. Только после получения и оформления правоустанавливающих документов, подтверждающих наличие права собственности Челябинской области на те или иные объекты, процедуру разграничения имущества можно считать завершённой.

Как ни парадоксально, но действующим законодательством до настоящего времени точно не определено, какие документы должны подтверждать право собственности субъекта на имущество, полученное в порядке разграничения. Федеральным законом от 21 июля 1997 г. № 122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» в точном соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации установлено, что единственным доказательством существования права собственности на недвижимое имущество является свидетельство о государственной регистрации, выданное учреждением юстиции по государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним.

Следовательно, в идеальном варианте процедуру разграничения государственного имущества можно считать завершённой после получения областью указанного свидетельства на каждый переданный в их собственность объект.

Однако на деле это сопряжено с рядом трудностей, возникающих при сборе соответствующих правоустанавливающих и правоудостоверяющих документов, право на которые возникло в рамках разграничения государственной собственности на начальном этапе.

Постановление Верховного совета РСФСР от 27.12.1991 г. № 3020-1 и распоряжение Президента РФ от 18.03.1992 г. № 114-рп не предусматривали

точного описания передаваемого имущества в процессе разграничения прав собственности, в связи с чем, составленные безликие перечни в настоящее время не позволяют определить, что же на самом деле и какое имущество было передано.

Предприятия передавались в собственность субъекта как имущественные комплексы, но без перечней с по объектной расшифровкой и соответствующим указанием местоположения объекта, его стоимостных и технических характеристик, что в настоящее время приводит к трудностям в определении правовой принадлежности объектов тому или иному уровню публично-правового образования, и влечет за собой серьезные конфликты интересов между уровнями публичной власти. Подобным образом Постановлениями Правительства РФ от 10.09.1992 г. № 689 и от 25.12.1992 г. № 1023 в собственность Челябинской области было передано 298 учреждений и предприятий, в том числе имущество, находящееся в пользовании данных организаций.

Часть объектов, включенных в реестр имущества Челябинской области, составляют объекты, которые на момент первичного разграничения государственной собственности находились в ведении областных органов власти. На основании пункта 2 статьи 21 «Объекты права государственной собственности» Закона от 24.12.1990 г. № 443-1 «О собственности в РСФСР» они были отнесены к областной собственности. В связи с чем, передача объектов в соответствии с порядком, установленным ранее Распоряжением Президента РФ от 18.03.1992 г. № 114-рп «Об утверждении Положения об определении по объектного состава федеральной, государственной и муниципальной собственности и порядке оформления прав собственности» и на основании постановления Верховного Совета Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 3020-1 «О разграничении государственной собственности в Российской Федерации на федеральную собственность, государственную собственность республик в составе Российской Федерации, краев, областей,

автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга и муниципальную собственность», не осуществлялась.

Судебная практика установила, что разграничение проведенное Законом о собственности в РСФСР было декларативным и требовалось (!) оформление передачи в соответствии с установленным порядком. Таким образом, правоустанавливающие документы на объекты отсутствуют, а оформление передачи в настоящее время не представляется возможным (в федеральном реестре данные объекты в настоящее время не значатся). Поэтому Челябинская область добросовестно и открыто владея и распоряжаясь указанными объектами более двадцати лет не имеет возможности осуществить на них государственную регистрацию и осуществлять в соответствии с действующим законодательством полномочия собственника.

Так, например, только в соответствии с Распоряжением Правительства РФ от 03.12.2004 г. № 1565-р «О передаче в ведение субъектов Российской Федерации федеральных государственных учреждений образования, находящихся в ведении Рособразования», из федеральной собственности в собственность Челябинской области были переданы 101 образовательное учреждение, как имущественные комплексы. Но как видно из акта приема-передачи в нем отсутствует ссылка как на конкретные объекты (недвижимое, движимое имущество), включенные в состав данных имущественных комплексов, так и на наименования самих учреждений.

Вместе с тем, пунктом 3 распоряжения было поручено «Рособразованию совместно с Росимуществом оформить безвозмездную передачу находящегося в федеральной собственности имущества передаваемых в соответствии с настоящим распоряжением федеральных государственных учреждений образования в собственность субъектов Российской Федерации и обеспечить переход права собственности к

соответствующему субъекту Российской Федерации в 3-недельный срок со дня подписания передаточного акта».

Однако каких-либо иных документов, в котором бы был указан пообъектный состав передаваемого имущества, издан так и не был. Поэтому на протяжении нескольких лет при регистрации данных объектов (у некоторых из которых изменилась даже балансовая принадлежность) встает вопрос каким образом подтвердить в Управлении федеральной службы регистрации, кадастра и картографии по Челябинской области (далее – Росреестр) отнесение данных объектов к государственной собственности Челябинской области и получить на них свидетельство о зарегистрированном праве собственности.

Кроме того, Федеральные органы исполнительной власти зачастую передают объекты, на которые отсутствуют государственная регистрация права, технические (кадастровые) паспорта.

Так в собственность Челябинской области были переданы имущественные комплексы 28 лесхозов и 38 центров занятости населения, 26 ветеринарных станций и лабораторий, объект незавершенного строительства – гараж Пожарной части № 69 в г. Чебаркуле. Площадь объектов, указанная в Актах приема-передачи не соответствует результатам проводимой Челябинской областью технической инвентаризации, что также препятствует осуществлению государственной регистрации права.

Сложность в проведении государственной регистрации права на объекты незавершенного строительства, переданных из федеральной собственности, строительство которых осуществлялось в 90-е годы, связана с отсутствием правоустанавливающих документов, документов по консервации объектов, окончанием сроков права пользования земельными участками, несоответствием наименований объектов, указанных в проектно-сметной и землеотводных документах (например, во время строительства назначение объекта перепрофилировалось). В связи с вышеуказанными

проблемами, Росреестр приостанавливает государственную регистрацию перехода права собственности Челябинской области на нежилые помещения и здания, сооружения, объекты незавершенного строительства, а в связи с невозможностью устранения данных замечаний, отказывает в её проведении. Поэтому проведению государственной регистрации права собственности Челябинской области предшествует признание права собственности в судебном порядке. Вместе с тем, при отсутствии технических и кадастровых паспортов Челябинской области приходится нести дополнительные (и немалые) расходы из средств областного бюджета на их подготовку.

Далее, в связи с проводимой в нашей стране в 90-е годы широкомасштабной приватизацией государственных арендных предприятий отдельным приложением шли объекты, которые не входили в состав имущества приватизируемых предприятий и оставались в собственности Челябинской области, либо подлежали передаче в муниципальную собственность. В перечень этих объектов входили объекты социального назначения (базы отдыха, спортивные объекты, и др.), объекты жилищно-коммунального хозяйства и объекты жилищного фонда (общежития, жилые дома и квартиры). А так как большинство из этих объектов были указаны без адресов, площадей, иных индивидуализирующих характеристик, и в наименованиях и назначении многих из них с 1992 года произошли существенные изменения (либо в них присутствуют неоговоренные исправления или добавления) это не позволяет регистрационному органу однозначно идентифицировать объекты с предоставленными на регистрацию правоустанавливающими документами. Отсюда Челябинская область не может документально подтвердить свои права на эти объекты. Например, перечисленные выше трудности возникли при регистрации права собственности Челябинской области на часть объектов недвижимости имущественного комплекса базы отдыха «Березовая роща», расположенного на берегу озера Еловое.

Кроме того, передача большей части объектов, которые подлежали передаче в собственность муниципальных образований для исполнения возложенных на них законодательством полномочий из приложений № 9 Планов приватизации предприятий, оформлена не была. Многие такие объекты до настоящего времени не значатся в электронной базе реестра имущества, находящегося в государственной собственности Челябинской области, отдельные из них незаконно используются частными лицами, а на некоторые из них муниципалитеты зарегистрировали право муниципальной собственности, пользуясь своим законодательно установленным правом регистрировать бесхозяйное имущество.

Таким образом, часть областного имущества оказалась безвозвратно утерянной. В данном случае, необходима кропотливая и крупномасштабная работа по выявлению, инвентаризации данных объектов и определению дальнейшего их использования.

Объясняется это тем, что наработанного в то время в стране опыта по разграничению и перераспределению имущества не было, а законодательство не устанавливало четких однозначных норм и правил разграничения, которыми бы могли руководствоваться органы публичной власти. Конкретный механизм разграничения имущества долгое время не был определен. Положения пункта 11 статьи 154 Федерального закона № 122-ФЗ дважды пересматривались почти полностью. В результате возникали многочисленные ошибки при передаче имущества из одной публичной собственности в другую. Только в июне 2006 года, когда начальный этап разграничения имущества уже прошел, было принято постановление Правительства Российской Федерации № 374, которое определило состав необходимых при разграничении документов.

Проблемы разграничения имущества усугубляются еще и тем, что вышеуказанная статья 154 Федерального закона от 22.08.2004 г. № 122-ФЗ не содержит соответствующего механизма, ссылаясь на регулирование

данного вопроса специальным Федеральным законом, который до настоящего времени не принят. Поскольку не было установлено иного, муниципальным образованиям Челябинской области было предложено считать, что решение о передаче и принятии имущества (волеизъявление) в собственность муниципального образования принимает представительный орган местного самоуправления. Данными решениями утверждаются перечни имущества, подлежащего передаче (принятию) в иные уровни собственности. На федеральном уровне такое решение не требуется, достаточно письменного согласования главы муниципального образования.

Это, в свою очередь, существенно тормозит осуществление передачи и значительно увеличивает ее сроки. Особенно, это касается реализации целевых федеральных и областных социально направленных программ, число которых и масштабность, в соответствии с политикой, осуществляемой в настоящее руководство страны, с каждым годом в России растет.

Остро стоит кадровая проблема нехватки высококвалифицированных специалистов для государственной и муниципальной службы в сфере управления имуществом, обладающих профессиональными знаниями, компетенциями и необходимым опытом, которые соответствовали бы современным запросам, особенно на муниципальном уровне. Это приводит к необходимости создания и развития новой модели подготовки кадров высшей квалификации для государственной и муниципальной службы, в частности в области управления собственностью, как элемента межрегиональной образовательной инфраструктуры.

Так в качестве эффективной институциональной формы реализации концептуальной модели подготовки кадров высшей квалификации для управления государственной и муниципальной собственностью стоит рассмотреть возможность создания межрегионального центра компетенций по вопросам госслужбы и госуправления. Основными принципами работы

которого, будут: принцип непрерывной актуализации содержания процессов обучения, принцип вовлечения всех заинтересованных сторон в процессе, важность индивидуализированного подхода к обучению, использованию образовательных технологий, в том числе технологий дистанционного обучения, позволяющих формировать и реализовывать траектории обучения госслужащих с максимальным учетом их персонального опыта и особенностей региональной системы управления, создание базы данных в области теории и главной практики государственного управления как зарубежных итак и российских экспертов.

Таким образом, анализируя деятельность Минимущества Челябинской области по исполнению полномочий в части разграничения и перераспределения имущества следует отметить проблемы, такие как:

1) комплексный учет имущества, переданного в собственность Челябинской области в результате разграничения государственной собственности, регистрация на эти объекты права областной собственности, что существенно затрудняет дальнейшее распоряжение ими;

2) «истребование» имущества, положенного к передаче в соответствии с действующим законодательством;

3) большие временные затраты для осуществления процедуры согласования и оформления передачи движимого имущества по целевым программам;

4) передача объектов специализированного жилого фонда и финансовые затраты на подготовку таких объектов к передаче (подготовка технических паспортов, постановка на кадастровый учет и регистрация права областной собственности), и др.

В связи с чем, представляется необходимым на уровне законодательства принять нормативные правовые акты, направленные на урегулирование проблем, возникающих в отношении государственного имущества, переданного на начальных этапах разграничения, в том числе:

– составление уточненных пообъектных перечней, на основании решений возможно специально созданных, уполномоченным органом исполнительной власти, согласительных комиссий из представителей всех уровней публичной власти – Российской Федерации, субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления;

– установление упрощенного порядка по осуществлению процедуры регистрации права собственности субъекта на такое имущество, возможно на основании только подписанных двух либо трех сторонних актов между уровнями публично-правовых образований.

В целях оптимизации процесса перераспределения имущества по целевым федеральным и областным программам и сокращения сроков такой передачи, представляется крайне необходимым разработать упрощенный порядок такой передачи, в частности, исключить необходимость наличия экономического обоснования отраслевого органа исполнительной власти, а также взамен решения представительного органа местного самоуправления (решение Собрании депутатов) волеизъявление (согласие на принятие имущества) оформлять иным документом, например, как на федеральном уровне – письмом главы муниципального образования.

Кроме того, в рамках передачи имущества по данным программам, а также при составлении и утверждении больших перечней передаваемого движимого имущества, целесообразно рассмотреть возможность применения информационно-коммуникационных технологий в целях повышения эффективности госуправления, ускорения принятия юридически значимых решений и снижения времени коммуникации с должностными лицами. В рамках, которых, осуществляется передача электронных документов, снабженных аналогом собственноручной подписи – электронно-цифровой.

Все это приведет к оптимизации процесса госуправления, упрощение и ускорение необходимых процедур, нежели при использовании почтовых либо курьерских служб, повышение гибкости и управляемости процессов.

Однако, основная проблема электронных документов заключается в том, что в российских подзаконных актах в настоящее время сохраняются и прямые требования, предписывающие использование бумажных документов. Данная задача потребует создания новых правил на уровне законов, так и отраслевых подзаконных актов.

Для правовой, методической и информационной поддержки, как государственных органов власти, так и органов местного самоуправления при решении вопросов по разграничению собственности, необходимо скоординировать их совместную деятельность по данному направлению через проведение регулярных совместных конференций, семинаров и совещаний.

Таким образом, выполнение вышеизложенных мероприятий позволит обеспечить порядок в соответствующем учёте имущества, переданного в государственную собственность Челябинской области в результате разграничения полномочий, и в дальнейшем будем способствовать его эффективному использованию.

Глава 2 ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РЕГИОНЕ

Инвестирование – деятельность по целенаправленному вложению средств (капитала) во всех формах в различные объекты для достижения определенных, обычно долгосрочных, целей инвесторов. Инвестирование связывает финансовые средства на определенный срок, уменьшает свободу распоряжения ими. Готовность к таким ограничениям обусловлена тем, что благодаря этому инвестор может реализовать определенные цели:

- получение дополнительного дохода;
- преобразование накопленного капитала в альтернативные виды активов;
- решение кризисных и сложных экономических и социальных проблем;
- увеличение возможностей потребления в будущем;
- обеспечение расширенного воспроизводства.

Любое инвестирование и, особенно инновационное, сопровождается риском, т.е. с возможностью появления неблагоприятных событий, приводящих к неполучению ожидаемой доходности инвестиций. Естественно стремление инвестора к уменьшению риска за счет оптимизации своих решений. Этому мешает тот факт, что в реальной жизни инвестор не обладает полной информацией об объекте, в который вкладывает средства, о будущей экономической и социальной ситуации и, кроме того, его потребности со временем могут меняться.

Все это обуславливает следующие особенности инновационных инвестиционных решений, отличающие их от других решений:

1. Цели. Инвестор принимает решения, исходя из проблем своего бизнеса в условиях конкурентного давления рынка и других инвесторов.

2. Конфликтность. Для решений характерно рассогласование между желанием получения максимальных для своих вложений результатов, эффекта и объективным риском, присущим инновациям.

3. Сложность. При разработке и реализации решения инвестор должен учитывать множество элементов внутренней и внешней среды, взаимодействующих между собой случайным, ничем не детерминированным образом.

4. Инновационность. Теория и практика свидетельствуют, что инвестор может эффективно вписаться в современную экономику, если он готов к восприятию и реализации нового и обладает способностью его понимать и создавать, т.е. быть креативным [1].

5. Неопределенность. От результатов инвестиционных решений зависит не только место инвестора на современном рынке, но и его дальнейшее существование, что заставляет действовать даже в условиях существенного недостатка информации, характерного для инноваций [2].

В научной и учебной литературе преобладает определение управленческих решений, к которым относятся и инвестиционные решения, через процессное представление: выбор альтернативы из множества вариантов для достижения конкретной цели системы менеджмента.

Такое понимание явно недостаточно для рассмотрения специфики решений, особенно инновационных, поскольку оно не учитывает психологической основы любого решения. Более конструктивным, на наш взгляд, является определение решения как обдуманного и/или принятого желания (готовности) действовать в будущем определенным образом для получения некоторого результата, достижения определенной цели.

Из определения следует, что необходимо учитывать личностную обусловленность решения в виде мотивационного, эмоционального, волевого и т.п. факторов. Обычно они рассматриваются лишь как некоторое дополнение, внешнее условие, не входящее в структуру познавательной и решающей деятельности инвестора. Конструктивная возможность преодоления такого недостатка связана с методологической конкретизацией предметной трактовки мышления инвестора. Это предполагает учет его

интеллектуального и личностного аспектов средствами системного подхода, с рассмотрением входящих в состав объекта элементов как компонентов единого целого.

Концептуальная схема, органично включающая в себя интеллектуальный и личностный аспекты мыслительной деятельности, базируется на понимании процесса дискурсивного решения творческих задач, к которым, в частности, относится и задача инновационного инвестирования в регионе.

В мыслительном процессе инвестора выделяются важные для продуктивного мышления моменты, связанные с осмысленностью поиска объекта инвестирования, значимостью его для субъекта, самооценкой и мотивацией инвестиционной деятельности субъекта. Считается, что инвестор не просто решает задачу инвестирования, но и реализует себя в мыслительной деятельности как целостная личность.

Рассмотрим, каким образом личностные моменты, наряду с интеллектуальными, включены в ткань дискурсивного мышления инвестора. Его интеллектуальные способности реализуются в содержательном движении мысли в условиях процесса поиска решения задачи инвестирования, а личностные характеристики выражаются в осмыслении, осознании и применении методологических и практических средств.

Таким образом, выделяются две стороны инвестиционного мышления: содержательная, связанная с формированием предметных представлений о проблемной ситуации инвестиционной задачи, и смысловая, обеспечивающая рефлексивное осознание используемых знаний для компенсации разрывов в предметно-операциональном движении и осмысление возникающих и преодолеваемых при этом личностных конфликтов. Рассмотрим основные виды таких разрывов в задаче инвестирования:

- отказ от определенного текущего потребления в пользу возможного относительно большего дохода в будущем;
- наличие нескольких относительно привлекательных объектов инвестирования (проблема «буриданового осла»);
- возможное наличие других неучтенных объектов инвестирования с высокой эффективностью (упущенная выгода);
- необходимость принятия решения в условиях большей или меньшей неопределенности (проблема риска);
- проблема соотношения высокой доходности с высоким риском такого решения и др. (готовность принять риск).

Субъектом осознания и осмысления инвестиционных решений выступает личность инвестора (лица, принимающие решение о вложении средств), а непосредственным объектом осознания – выполняемые операции и их предметные основания. Основными операциями инвестиционной деятельности являются:

- определение целей инвестирования;
- формирование способов выбора объектов инвестирования;
- установление форм и особенностей инвестирования;
- использование моделей инвестиционного планирования;
- организация осуществления инвестиционных проектов.

В литературе, например [1, 2], достаточно подробно рассматриваются формализованные методы, способы выполнения этих операций, однако, не отражаются причины отличия решений, принимаемых разными инвесторами, относительно одного и того же объекта инвестирования.

Необходимо учитывать, что мышление инвестора осуществляется на четырех уровнях: предметном, операциональном, рефлексивном и личностном, которые образуют системную структуру компонентов его мыслительной деятельности. Понимание наличие расслоения мышления позволяет представить процесс поиска объекта инвестирования как

движение мысли по иерархически соподчиненным и функционально взаимосвязанным уровням. Характер взаимосвязи между уровнями весьма разнообразен. Если не удастся преодолеть препятствия и конфликты в рамках доминирующего уровня, то возможности их устранения ищутся за счет перемещения поисковой активности на другие уровни.

Вершину иерархии образует личностный уровень (нормы, ценности, цели, потребности, мотивы и т.п.), с которым связаны остальные уровневые компоненты. Рефлексивный уровень предоставляет материал для процессуального самоопределения инвестора в целях достижения успеха. Рефлексия также обеспечивает бесперебойность протекания мышления через устранение разрывов в осуществлении деятельности. Рефлексивный уровень связан с предметным, презентующим проблемную ситуацию через ее моделирование.

Предметному уровню подчинен операционный, обеспечивающий осуществление различных процедур и преобразований, ведущих к получению окончательного ответа о целесообразности вложения инвестиций в данный объект. В ходе поиска решений инвестору приходится исправлять ошибки, менять направление поиска и преодолевать возникающую напряженность, поэтому то операционный уровень связан не только с предметным, но, одновременно с рефлексивным и личностным уровнями.

Функции предметно-операционного движения мысли производны от нормативно-содержательного эталона (принятые инвестором методики, стандарты, подходы к оценке объектов и т.д.), который строится, исходя из комбинирования объективно возможных стратегий и способов поиска, и описывает процедуры и средства решений в виде операций и их предметных оснований. Можно выделить следующие стратегии поиска:

1. Метод прямой волны. Вначале обращается внимание на исходные условия, ситуации, имеющуюся информацию и на этой основе формируются

альтернативные решения (определяются объекты инвестирования), которые затем оцениваются с точки зрения целей инвестора.

2. Метод обратной волны. Основой являются цели, которые задают направления поиска и выбора альтернатив. Необходимо учитывать не только цели инвестора, но и региона.

3. Метод встречных волн. Используется комбинация первого и второго методов, что позволяет увеличить количество рассматриваемых альтернатив, но, с другой стороны, возникают проблемы остановки процесса поиска и перехода к выбору наилучшего варианта.

4. Метод локальных улучшений. Альтернативы «подключаются» к рассмотрению, если они, в каких либо смыслах показателей, лучше ранее рассмотренных альтернатив. Оценивается степень близости вариантов к некоторому «идеальному» объекту инвестирования.

Функции рефлексивно-личностного движения мысли производны от регулятивно-смыслового эталона (объект – эффективный, прибыльный, низкорисковый, инвестиционно-привлекательный и т.п.), который строится исходя из субъективно необходимых позиций инвестора, тактик его поиска и описывает формы его осознанности и осмысленности, а также характер личностной вовлеченности инвестора в процесс инвестиционного мышления. Такая вовлеченность особенно ярко проявляется в ситуациях, когда инвестор рассматривает инвестиции как способ выхода из кризиса, предотвращения банкротства.

Обобщая, можно установить функции, отражающие движение мысли инвестора на соответствующих уровнях:

– личностный уровень: самооценки, пояснения, мотивировки, самоопределения, определяющие значимость инвестирования именно для данного инвестора;

– рефлексивный уровень: фиксации, вопросы, оценки, установки, квалификации, проблематизации, которые отражают подход инвестора к пониманию объектов инвестирования;

– предметный уровень: представления, интенции, модели, средства обеспечивают формирование образов объектов инвестирования;

– операционный уровень: планы, схемы взаимодействия, операции, результаты действий. Уровень обеспечивает разработку, обоснование, принятие инвестиционных решений.

По характеру рефлексивного подхода к инвестиционному решению можно выделить пять типов инвесторов:

1. «Рационалист» – рассматривает объект инвестирования не столько с точки зрения эффективности, сколько со стороны реальности будущих результатов.

2. «Гештальтист» – строит некоторый личный образ (модель) объекта инвестирования и если он положителен, то принимается положительное решение об осуществлении инвестирования.

3. «Минималист» – считает, что его опыт и интуиция позволяют принять правильное решение даже при недостатке информации.

4. «Максималист» – он стремится собрать максимум информации по возможно большому числу объектов инвестирования, что, на его взгляд, позволяет избежать ошибочных решений.

5. «Оригинал» – для него характерны неожиданные решения, как по объекту, так и по содержанию инвестирования. Примером служат венчурные инвесторы.

Отсюда следует важный вывод, что процесс принятия инвестиционного решения не одномерен и в нем можно выделить следующие этапы. Первый этап отражает непосредственную реакцию на необходимость принятия инвестиционного решения, что реализуется

операционно – в виде попыток найти предварительные решения за счет сложившегося опыта инвестора, навыков действий в сходных ситуациях.

Поскольку редко удастся найти сразу эффективное решение, то осознается неадекватность непосредственной попытки и происходит переход ко второму этапу, связанному с интенсивным поиском возможных вариантов инвестирования. На третьем этапе найденные варианты рассматриваются и оцениваются. Следом осуществляется обоснованный выбор оптимальной альтернативы – четвертый этап.

С точки зрения рассмотренной психологической схемы для первого этапа характерно доминирование операционного уровня при минимальной вовлеченности остальных. На втором этапе интенсивно подключается предметный уровень, но этого недостаточно для преодоления проблемной ситуации поиска. На третьем этапе поиск и оценка нескольких этапов интенсифицирует движение на рефлексивном уровне. На четвертом этапе необходимость ответственного выбора инвестиционного решения предполагает активное подключение к упомянутым трем уровням личностного.

Таким образом, успешность принятия инновационного инвестиционного решения непосредственно связана с активизацией психологических факторов.

Для понимания действий инвестора и характера его решений важно учитывать первичную регулирующую функцию рефлексивно-личностного плана мышления по отношению к его предметно-операционному плану. Это определяет результативность творческого мышления при принятии инвестиционных решений. Появляется возможность более конструктивно решить проблему привлечения инновационных инвесторов в региональную экономику.

Объективная невозможность нахождения оптимального решения в условиях неопределенности условий и отношений, характерных для

инновационных вложений, приводит к ограниченной рациональности инвестора, которая предполагает:

- тщательную, продуманную постановку целей инвестирования;
- выявление возможно большего числа альтернативных вариантов вложений;
- сбор и оценку необходимой информации;
- правильный вывод о соответствии (несоответствии) объектов целям инвестирования;
- принятие обоснованного таким образом решения о вложении финансовых средств в развитие определенного объекта.

Можно выделить два типа рациональных инвесторов. Инвестор, ориентированный на выживание, стремится через инвестирование сохранить и, при возможности, увеличить свой капитал, что весьма злободневно в условиях кризиса. В противоположность этому, инвестор, ориентированный на эффективность, устанавливает определенную цель и стремится максимизировать результативность вложений.

Такой инвестор «рационален» в периоды роста экономики региона, когда расширяются возможности инвестирования и уменьшается вероятность риска решений.

Для понимания процесса принятия рационального инновационного инвестиционного решения используем модель этапов осознания многообразия [3].

1. Отрицание и оборона. Инвестор пытается исключить определенные объекты из-за негативных стереотипов, ощущения их рискованности, возможной угрозы вложениям. Оборонительный эффект проявляется в наличии определенных предубеждений [4]:

- предубеждения, обусловленные степенью восстановления событий.

Психологи свидетельствуют, что человек чаще вспоминает отрицательные результаты неэффективных вложений по тем или иным объектам;

– предубеждения, обусловленные сложностью направления поиска. По одним объектам поиск информации и решений простой, по другим, прежде всего инновационным, – весьма сложен и инвестор может отклонить рассмотрение таких объектов;

– предубеждения, обусловленные способностью к представлению образов. Представление образа (имиджа) объекта инвестирования влияет на оценку инвестором связанных с ним возможных будущих экономических ситуаций. Если объект представляется рискованным и неэффективным, то он исключается из рассмотрения даже без расчетов эффективности и наоборот;

– предубеждения «привязки». На решение инвестора оказывает влияние начальная установка, связанная с пониманием проблемы и постановкой цели, полученными ранее положительными или отрицательными результатами, с наличием необходимости развития.

2. Минимизация различий. В процессе обдумывания инвестиционных решений инвестор формирует дополнительную информацию об объектах. В результате уменьшается их объективное различие, появляется пространство рассматриваемых решений, поиск в котором увеличивает вероятность нахождения рациональных решений. Вместе с тем, недостаток времени и информации приводит к объективному ограничению числа рассматриваемых объектов инвестирования.

3. Принятие. Понимается и принимается различие объектов инвестирования путем оценки различных факторов. Обычно преобладание у объекта инвестирования какого-либо положительного фактора сопровождается наличием другого существенного отрицательного свойства, в связи с чем, на этапе поиска решений нет однозначно эффективных или неэффективных решений. Данное обстоятельство, в частности, способствует рассмотрению возможности инвестирования в инновационные объекты.

4. Адаптация. По мере более тщательной проработки вариантов инвестирования инвестор «вживается» в ситуацию и начинает более

объективно ее оценивать. Проблема инвестирования приобретает характер процесса нахождения наилучшего решения и правильных действий по его реализации. Вместо пассивных ожиданий на основе предположений и настройки на характеристики объектов появляются активные ожидания, предполагающие возможность воздействия инвестора на процессы движения денежных потоков и получение гарантированных доходов.

Существенно меняется и отношение к инновациям. Они воспринимаются как естественные, необходимые для дальнейшего развития инвестора и объекта инвестирования. Инвестор готов к необходимости осуществления повышенной сложности действий, необходимых для реального получения положительного эффекта от инновационных объектов.

5. Интеграция. Инвестор преодолевает конфликт вариантов, принимает за основу один из вариантов, который после прохождения перечисленных ранее этапов осознания выбирается как наилучший. До рассматриваемого этапа наблюдалось состояние внешней неопределенности, отстраненности от объекта инвестирования.

Интеграция означает переход к субъективной внутренней неопределенности, т.е. результат инвестирования теперь ставится в зависимость от знаний, умения самого инвестора организовывать и контролировать инвестиционный процесс. Примером такой организации является формирование и управление инновационным проектом.

Предлагаемое понимание процесса осознания инвестором рациональных направлений инвестирования можно использовать для привлечения инновационных инвесторов при решении микро- и макроэкономических проблем региона. Прежде всего, на наш взгляд, следует преодолеть их предубеждения относительно рискованности инновационного объекта инвестирования (см. этап отрицания и обороны).

Необходимо обеспечить инвестора полной информацией о позитивных результатах предыдущего инвестирования в соответствующие региональные

объекты. Заинтересованные группы региона должны максимально облегчить возможности получения такой информации потенциальным инвестором. Большое внимание должно быть уделено и формированию положительного имиджа регионального инновационного объекта как надежного и доходного направления инвестирования.

Важное значение имеет и преодоление отрицательных стереотипов, сформированных по каким либо причинам ранее у инвестора относительно степени рискованности инновационных инвестиций в данном регионе.

Инвестиции являются результатом осознанного отказа человека (группы людей) от текущего потребления в пользу возможного большего дохода и, следовательно, потребления в будущем.

Такой отказ предполагает формирование специфического инвестиционного поведения (таблица 1).

Инвестиционное поведение формируется благодаря определенным установкам. «Установка – это достаточно устойчивая и продолжительная внутренняя готовность (или предготовность) к каким-либо действиям, состояниям или оценкам, которая определяет поведение человека в определенных ситуациях, возникновение у него симпатии или антипатии по отношению к каким-либо объектам, готовность или неготовность достигать каких-то результатов» [5.с.19].

Таблица 1 – Характеристика поведения

Характеристики	Потребительское поведение	Инвестиционное поведение
Цель	Текущее потребление	Будущее потребление
Задачи	Оперативные	Стратегические
Адаптация к внешней среде	Реактивная	Активная
Роль будущего	Не учитывается	Определяющая
Результат	Удовлетворение текущих потребностей	Формирование новых возможностей

Основной инструмент	Приобретение товаров, услуг	Инвестирование
Оценка эффективности	Состояние текущего удовлетворения	Стратегическое развитие
Способ достижения целей	Использование внутренних ресурсов	Установление эффективного взаимодействия с внешней средой

Возникновение установки связано с осознанием людьми потребности и условий, в которых происходит удовлетворение потребности.

Используя широко распространенную классификацию потребностей Маслоу, определим характеристики инвестиционной установки и условия, в которых эта установка возникает и реализуется (таблица 2).

Таблица 2 – Связь потребностей и инвестиционной установки

Потребности	Инвестиционная установка	Сопутствующие условия
Физиологическая	Переносится в будущее	Готовность ограничения сбережений в настоящем
Безопасности	Долгосрочная, стратегическая безопасность	Возрастающие угрозы бизнесу
Социальная	Расширение социального взаимодействия, учет социальных результатов	Возрастание роли социума, морали, этики
Признание	Формирование дополнительного имиджа	Положительное отношение к развитию, динамике
Самовыражение	Эффективные вложения – как результат эффективного мышления и действий	Признание роли капитала и собственности как основы экономики

Наличие инвестиционной установки у лица (группы лиц) недостаточно для принятия решения об инвестировании в данном регионе и по требуемым там проектам. Необходимо наличие конкретизированной инвестиционной

установки, ориентированной на регион. Назовем ее региональной установкой.

При рассмотрении региональной установки представляется уместным использование аналогии «продавец-покупатель».

В нашем случае «продавцом» выступает регион, предлагая определенные возможности, а «покупателем» является инвестор, вкладывающий средства в региональные проекты, фактически, тем самым, «приобретающий» эти возможности. Как и в случае с «обычным» товаром, регион должен определенным образом воздействовать на потенциальных инвесторов для вовлечения их в деятельность на данной территории.

Формирование региональной установки предполагает воздействие на когнитивный компонент установки инвестора путем предоставления ему определенной информации о регионе по факторам инвестиционной привлекательности. В конечном итоге, инвестор должен получить достоверную информацию по трем подсистемам:

- инвестиционный потенциал, связанный с имеющимися в регионе факторами производства, сферами приложения капитала, обеспечивающий возможную эффективность вложений;
- инвестиционный риск политического, экономического, социального, финансового, законодательного и др. характера и деятельность региона по управлению рисками в направлении их снижения;
- законодательные условия, отражающие правовую защиту и правовые возможности инвесторов.

У инвестора в результате таких информационных действий формируется региональный когнитивный компонент, т.е. ясное и четкое представление о целях, средствах и последствиях инвестирования в регионе и он в своих решениях основывается на рациональном рассмотрении альтернативных вариантов вложений в регион, положительно оценивает ожидаемые их результаты.

Эмоциональный компонент региональной установки отражает определенные чувства, которые инвестор испытывает по отношению к региону и его объектам инвестирования. Характер таких чувств определяется прежде всего имиджем региона, который создается у инвестора при:

- непосредственном чувственном восприятии объекта;
- восприятию знакового представления объекта.

Формируемый комплекс ассоциативных представлений о регионе является сложным и весьма устойчивым, поскольку стабильными являются территория, климат, состав населения и др. Реализация целевой установки положительного имиджа региона может происходить путем выбора регионом наиболее яркого объекта и последующим формированием ассоциативной связи между представлениями инвестора и представлением, соответствующим региональному знаку, что достигается созданием соответствующих ситуаций знакомства инвестора с «достопримечательностями» региона и т.п.

Поведенческий (коактивный) компонент региональной установки отражает вероятное поведение инвестора в отношении определенного региона и его объектов, связанное с инвестированием или отказом от инвестирования.

Рассматривая различные аспекты, определяющие поведение инвесторов, обратим особое внимание на социальные факторы. Прежде всего, на наш взгляд, необходимо учитывать влияние культуры, включающей определенные ценности, стандарты поведения, характер восприятия объектов и процессов, стиль мышления.

Культура влияет на цели инвестора, понимание значимости потребления и инвестирования, определяет отношение к месту инвестирования (страна, регион) и объектам вложения средств. По логике, инвестиции в рамках одной страны, а тем более, региона осуществляются в

рамках одной культуры. Однако, не следует недоучитывать различие культур инвесторов (корпоративные культуры) и культуры страны (региона) в целом. Проблема усложняется, если в регион привлекаются иностранные инвесторы. Необходимость понимания нюансов другой культуры, ставит регион в зависимость от инвесторов.

Неправильная межкультурная коммуникация, неприятие особенностей культуры инвестора во многом зависит, будет ли внешний инвестор вообще рассматривать возможности соответствующих инвестиций.

Культура данных субъектов может поддерживать инновационную деятельность, либо ей препятствовать. В первом случае можно говорить об инновационной культуре, которая определяет содержание и результативность инновационных проектов и процессов в регионе.

Формирование инновационной культуры организации назовем инновизацией. Можно выделить следующие ее виды:

- прямая инновизация предполагает непосредственную передачу информации, содержащую инновационные ценности и мнения о возможностях и результатах использования инноваций. Этому, в частности, способствует развитие системы образования;
- косвенная инновизация возникает, когда инновационные убеждения возникают под влиянием окружения, в частности, наличия инновационных организаций (бизнес-инкубаторов, технополисов и т.д.);
- реинновизация имеет место при пересмотре консервативной системы ценностей и отношений к инновациям, переходе к положительному восприятию научно-технического прогресса и его последствий.

Инновизация может реализовываться в двух моделях:

Разобщающая модель проявляется в возникновении конфликтных отношений между новаторами и консерваторами, в формировании у новаторов установок и убеждений отличных от доминирующих в «отставшем» обществе.

Объединяющая модель отражает возрастающие возможности взаимодействия членов общества благодаря развитию и расширению использования современных компьютеров и информационных технологий.

Представляет интерес использование при рассмотрении инновационной культуры региона классификацию культур К.Кэмерона и Р.Куинна [6].

Клановая культура. Регион представляет собой дружественную территорию для внутреннего бизнеса. Участники держатся вместе благодаря преданности и традиции.

Регион показывает свою обязательность по отношению к инвесторам, делая акцент на долгосрочной выгоде, лояльности и сплоченности. Успех региона определяется доброжелательным отношением к инвесторам, предоставлением им благоприятных условий. Такая культура эффективна применительно к местным и внешним инвесторам. Возникает система совместной, командной работы, взаимной поддержки, формируются традиции инновационной деятельности в регионе.

Иерархическая культура. В регионе формируется формализованная структура взаимодействия с инвесторами на основе на основе формальных правил и официальной инвестиционной политики. Это позволяет обеспечить долгосрочную стабильность и организованное развитие на основе инвестиций. Успех определяется надежными инвестиционными проектами и их надежным выполнением. В инвесторах ценятся дисциплинированность и ответственность, хорошая координация с региональными органами, уважение к сформированным процедурам, стабильная работа, предсказуемость.

Адхократическая культура. Регион ориентируется на активное инновационное предпринимательство. В долгосрочной перспективе регион делает акцент на рост и обретение новых ресурсов, в том числе, нематериальных активов.

Поощряется инициатива инвесторов, которым предоставляется достаточная свобода. В целом, данная культура в наибольшей мере нацелена на инновации и творчество и регион стремится привлечь инвесторов, обладающих соответствующими стремлениями и возможностями.

Рыночная культура. Регион ориентирован на решение определенных социально-экономических задач.

Привлекаются и поддерживаются инвесторы способные реально решать региональные проблемы.

Активно развивается конкурентная среда и, в частности, конкуренция инвесторов.

Регион использует конкурентные стратегии на рынке инвестиций, стремясь обойти другие регионы за счет своей большей инвестиционной привлекательности.

Для достижения эффективных инновационных результатов, регион не должен замыкаться на одной культуре, что приводит к появлению серьезных проблем:

- излишняя ориентация на сплоченность может быть неприемлемой для крупных самостоятельных инвесторов и помешать инновационным, прежде всего, венчурным инвестициям;
- культивирование определенных правил и процедур может сдерживать развитие инновационного инвестирования, которое требует нестандартных подходов, усиливается опасность коррупционного давления чиновников;
- ориентация на свободу, творчество, предпринимательство активизирует инновационное инвестирование, вместе с тем, может дестабилизировать экономику региона, увеличивается риск неоправданных решений;
- излишне конкурентное стремление может привести к нежелательным конфликтам с другими регионами, которые потеряют потенциальных инвесторов.

В этой связи рассмотрим следующие варианты взаимодействия культур региона и инвестора (рис. 1).

		Отношение инвестора к культуре региона	
		Принимается	Не принимается
Отношение региона к культуре инвестора	Принимается	Взаимодействие	Воздействие
	Не принимается	Анализ	Расхождение

Рисунок 1 – Варианты взаимодействия культур инвестора и региона

Взаимодействие. Отражает ситуацию идеальной реальной схожести культур инвестора и региона. Положительным фактором уравнивания отношений может служить и заинтересованная готовность сторон к реализации проектов, когда различие культур считается не принципиальным или нивелируется ожидаемым эффектом от инвестиций.

Воздействие. Регион заинтересован в инвесторе и для преодоления его отрицательного отношения региональные органы предпринимают специальные действия по адаптации своих определенных норм мнений и т.д. к культуре инвестора. Необходимо информирование инвестора о наличии схожих аспектов культур, которые более существенны, чем различие. Положительным является продвижение региона в терминах культуры инвестора.

Анализ. Регион отрицательно воспринимает инвестора, что может быть ошибочным. В этой связи необходим анализ различных элементов культуры инвестора, с точки зрения их приемлемости для решения задач развития региона. Рассматривается возможность компромиссного решения со взаимным изменением компонентов культуры сторон.

Расхождение. Стороны не готовы к взаимодействию в силу существенного различия норм, отношений и т.д. Расхождение может возникать по вопросам коррупции, экологии, прав человека, прав

собственности и т.д. При изменении культуры одной из сторон происходит переход в состояния «анализ» и «воздействие».

Рассматривая поведенческую компоненту установки, следует учитывать, что инвесторы принадлежат к разным организационным группам. Каждая из них обладает специфическим поведением, которое должен учитывать регион. Например, консервативный инвестор заботится, прежде всего, о безопасности инвестиций и избегает инвестиций с высоким риском. Такому инвестору регион должен создать соответствующие привлекательные условия и максимально изолировать от возможных рискованных ситуаций. С другой стороны, агрессивный (венчурный) инвестор стремится к высокой доходности своих рискованных инновационных инвестиций. Регион должен быть готов к принятию таких инвестиций и в возможной мере способствовать уменьшению риска таких вложений.

Важно учитывать и влияние на установку инвестора представления о своем новом будущем, создаваемом в результате инвестиций. Инвестиции в психологическом смысле можно представить как способ улучшения (инвестором) своего будущего за счет участия в решении задач и проблем внешних объектов. Понимание сущности такого влияния возможно через концепцию «возможного «я» [7, с.158].

Рассмотрим основные аспекты данной концепции применительно к установке инвестора.

Представление о самом себе/самовосприятие. К типичным особенностям инвестора относятся размер капитала, готовность к инвестированию, степень рискованности, патриотизм. Представление влияет на характер и направление инвестиций, например, готовность инвестировать в родном регионе даже при наличии более эффективных вариантов в других регионах (патриотизм).

Самооценка/самовнушение. Для инвестора характерно стремление к высокой оценке, которая объективно повышается после эффективных

инвестиций. Инвестор стремится к выбору оптимального (рационального) решения, которое не только дает высокий доход, но и повышает его самооценку. Регион должен учитывать такую самооценку и стремиться содействовать ее возрастанию.

Уверенность в себе. Такая уверенность имеет особое значение при инновационном инвестировании, в частности обеспечивает принятие и реализацию венчурных проектов. Одновременно эффективные инвестиции в данном регионе повышают уверенность инвестора и региона, способствуют их долгосрочным отношениям.

Идеальное «я». Одним из идеалов инвестора является представление о себе как об эффективном собственнике, постоянно приумножающем свой капитал. С другой стороны, у региона существует свое представление об «идеальном инвесторе», которое включает надежность, стабильность, финансовую состоятельность, лояльность к региону, готовность решать социальные и экологические проблемы, нравственность и этичность по отношению к работникам и обществу, соблюдение правовых и других норм. Регион в поисках инвесторов рассматривает их характеристики и привлекает тех из них, которые максимально близки к «идеалу».

С учетом этого, инвестор, стремящийся вложить средства в данном регионе, должен показать наличие у него таких «идеальных» характеристик.

В целом процесс формирования необходимой региону установки у инвестора предполагает наличие качественных убеждающих аргументов основанных на учете психологических особенностей инвестора в рамках экономических условий реализации его инвестиций в регионе.

Глава 3 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Рассмотрение функций государственного маркетинга, в том числе в деятельности органов региональной власти представлено в работах Акимова Д.И., Арженовского И.В., Артемьевой О.А., Астратовой Г.В., Важениной И.С., Другова А.А., Джапаровой Р.Н., Ждановой Н.В., Коноплина Ю.С., Лобанова В.В., Панкрухина А.П., Сафина А.Р., Сендецкой С.В., Смирнова Е.П., Черной И.П. и др. ученых.

Роль маркетинговой деятельности государства рассматривается в маркетинге продукции производственного назначения [1, р.83-87].

Но здесь идет речь о государстве в первую очередь как о покупателе. Но важна и роль государства в формировании особых групп покупателей, например, путем создания определенных условий для развития отдельных направлений бизнеса и установления определенных «правил игры» на рынке. В последнем случае речь идет о регулирующей роли государственных органов.

Р.Н. Джапарова считает, что правомерно различать централизованный, децентрализованный государственный маркетинг, в зависимости от того, какими способами влияния на рынок владеют государственные органы [2]. Д.И. Акимов считает, что государственный маркетинг относит к одному из четырех типов социального маркетинга, дает определение государственному маркетингу и понимает под ним «специальную концепцию рыночного регулирования отношений между субъектами государственного управления и различными его объектами, созданную для установления взаимосвязей между ними на основе отношений обмена» [3].

Жданова Н.В., рассматривая маркетинговый аспект деятельности государственных органов обосновывает необходимость их маркетинговой

деятельности невозможностью самих товаропроизводителей осуществлять функции регулирования рынка, в частности, продовольственного [4, с.17].

Основными маркетинговыми задачами, решаемыми органами государственной власти США, Н.В. Жданова считает:

- стимулирование роста рыночного спроса населения на продукты питания и регулирование рыночного предложения;
- совершенствование и ввод в действие рыночных механизмов по регулированию цен на рынке сельскохозяйственной продукции и ресурсов;
- развитие науки, производственной, рыночной и социальной инфраструктуры за счет государственных инвестиций, льготных кредитов и гарантий правительства [4, с.19].

Действительно, в структуре Министерства сельского хозяйства США (United States Department of Agriculture) сразу несколько подразделений выполняют маркетинговые функции.

Так Служба сельскохозяйственного маркетинга (Agricultural Marketing Service) обеспечивает сельскохозяйственное производство важными инструментами и услугами, которые помогают расширять маркетинговые возможности производителей. Служба ориентирована на обеспечение качества и доступности продуктов питания и сельскохозяйственной продукции для потребителей на внутреннем и экспортных рынках.

В службе занято почти 4000 профессионалов, основная цель которых – обеспечение конкурентоспособности на мировом рынке американского сельского хозяйства [5]. Для этого используется:

- система рыночных соглашений, призванная стабилизировать рынки молочных продуктов, фруктов, овощей и специальных культур, поддерживать качество продукции на рынке; стандартизировать упаковку; регулировать рекламу, проводить исследования;

- система товарных закупок, в целях обеспечения выполнения программы школьных обедов и других программ продовольственной помощи, стабилизации цен на рынках;

- стандартизация, оценка качества, сертификация, аудит и инспектирование;

- исследования в целях освоения новых рынков и укрепления существующих;

- продвижение и рекламирование продукции сельского хозяйства и продуктов питания;

- информационное обеспечение рынка, включая ценовую информацию, в целях оценки рыночных условий, выявления тенденций, содействия принятию решений о закупках;

- развитие сети фермерских рынков;

- исследования в области химических соединений, микробиологические, бимолекулярные и физические и т.п.

Международная сельскохозяйственная служба - The Foreign Agricultural Service (FAS) – создана для того, чтобы улучшить доступ к зарубежным рынкам для американской сельскохозяйственной продукции или продуктов питания через освоение новых рынков сбыта и повышение конкурентоспособности американского сельского хозяйства на мировом рынке. Ее задачами являются:

- реализация торговой политики, в частности, расширение и поддержание доступа на внешние рынки для американской сельскохозяйственной продукции путем устранения торговых барьеров и обеспечение соблюдения прав США в рамках существующих торговых соглашений;

- развитие рынка и содействие экспорту через разработку программ стимулирования экспорта, за счет экспортных кредитных гарантий и других видов помощи;

- анализ данных и прогнозирование экспортных возможностей, а также отслеживание изменений в политике иностранных государств, влияющих на экспорт и импорт сельскохозяйственной продукции;
- обеспечение продовольственной безопасности в зарубежных странах через стимулирование их торгового потенциала и оказание продовольственной помощи [6].

При этом служба взаимодействует с правительствами иностранных государств, международных организаций. Только в России данная служба имеет четыре представительства: в Москве (два), Санкт-Петербурге, Владивостоке.

Международная сельскохозяйственная служба реализует целый ряд программ в сфере маркетинга, примером которых является программа доступа к рынкам. Во взаимодействии с внешнеторговыми ассоциациями США, кооперативами, торговыми палатами и другими организациями служба помогает формировать рынки для широкого спектра видов сельскохозяйственной продукции и пищевых продуктов.

Для этого используются такие инструменты как покрытие расходов на зарубежные маркетинговые и рекламные мероприятия, реализацию связей с общественностью, рекламу в местах продаж, участие в выставках, маркетинговые исследования и техническую помощь. По сути эти мероприятия финансируются частично за счет государства при непосредственном участии в их осуществлении подразделения министерства сельского хозяйства.

Еще одна программа, напрямую реализуемая с использованием маркетинговых инструментов – программа развития зарубежных рынков. Целью программы является помощь в создании, расширении и поддержании долгосрочных экспортных рынков для американской сельскохозяйственной продукции. В рамках программы Международная сельскохозяйственная служба вместе с партнерами – американскими производителями и

переработчиками сельскохозяйственной продукции, организует продвижение американских товаров за рубежом. Задачами являются снижение иностранных ограничений на импорт или расширение экспортных возможностей, в частности, реализация таких мер, как:

- снижение инфраструктурных или исторических рыночных барьеров,
- улучшить возможности обработки,
- изменение кодов и стандартов,
- выявление новых рынков или новых применений для сельскохозяйственной продукции [7].

Задачи, аналогичные решаемым министерством сельского хозяйства США, стоят и перед Евросоюзом. Их реализация осуществляется в рамках единой сельскохозяйственной политики - Common agricultural policy (CAP), инициированной в 1962 году. Ее основными целями изначально являлись:

- повышение продуктивности сельского хозяйства для того, чтобы обеспечить стабильные поставки доступных по цене продуктов;
- гарантии достойной жизни фермеров ЕС [13].

Сейчас, когда остро стоят проблемы глобальной продовольственной безопасности, изменений климата, неопределенности и непредсказуемости экономической ситуации в мире, необходимости сохранения биоразнообразия, ландшафта, ни у кого в Европе не вызывает сомнения необходимость активного государственного участия в рынке.

Генеральный Директорат по сельскому хозяйству и развитию сельских районов Европейской комиссии базируется в Брюсселе. Штат его – около 1000 сотрудников. Основные задачи – разработка и реализация аграрной политики и политики развития сельских районов. Он состоит из 11 управлений, связанных со всеми аспектами единой сельскохозяйственной политики (ЕСП), в том числе поддержки фермерских хозяйств, рыночных мер, политики развития сельских районов, политики в области качества,

финансовых и правовых вопросов, анализа и оценки, а также международных отношений в области сельского хозяйства [9].

Одним из основных документов, регулирующих информационное обеспечение и продвижение сельскохозяйственной продукции, реализуемой на внутреннем рынке и в третьих странах [10], устанавливается его цель: поощрение мер по повышению конкурентоспособности аграрного сектора Евросоюза. Для достижения данной цели должны быть решены следующие задачи:

- повышение осведомленности потребителей о достоинствах сельскохозяйственной продукции Евросоюза, методов ее производства и схем качества;

- повышение конкурентоспособности и рост потребления сельскохозяйственной продукции Евросоюза, повышение ее имиджа как внутри, так и вне Евросоюза, увеличение доли рынка этих продуктов, с особым акцентом на тех рынках третьих стран, которые имеют наибольший потенциал роста;

- в случае серьезных возмущений рынка, потери доверия со стороны потребителей или других специфических проблем, эти меры должны способствовать восстановлению нормальных рыночных условий как внутри, так и вне Евросоюза;

- повышение достоверности информации, осведомленности потребителей о качествах натуральных продуктов, по сравнению с подделками и контрафактной продукцией;

- поддержание разнообразия продукции и ее специфических особенностей, которые связаны с различными географическими районами и различными традиционными методами производства и которые обеспечивают уникальный вкус, разнообразие и аутентичность, в чем заинтересованы потребители как внутри, так и вне Евросоюза;

- продвижение экологически чистой продукции;

- взаимодействие в рамках программ продвижения с организациями торговли, организациями производителей и их ассоциациями, группами и органами и т.п. [10].

Тем самым решаются исключительно маркетинговые задачи расширения рынка сбыта через информирование потребителей и активное продвижение продукции.

В структуре Министерства сельского хозяйства Российской Федерации выполнение маркетинговых функций возложено на ряд департаментов.

Так, на Департамент регулирования агропродовольственного рынка, рыболовства, пищевой и перерабатывающей промышленности возложена ответственность за мониторинг рынков, на Департамент международного сотрудничества – ответственность за разработку предложений по поддержке экспорта сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, на Департамент земельной политики, имущественных отношений и госсобственности – вопросы земельной политики, на Департамент сельского развития и социальной политики - реализация мероприятий по поддержке начинающих фермеров и семейных животноводческих ферм, на Департамент экономики и анализа - мониторинг хода реализации Госпрограмм и т.д. Здесь представлен лишь неполный перечень функций.

По выполнению ряда из них различные Департаменты осуществляют совместную деятельность. В некоторых случаях один Департамент несет ответственность за реализацию нескольких маркетинговых функций. Таким образом, отдельные маркетинговые функции распределены между различными департаментами, а единое координирующее звено по вопросам маркетинга в структуре Министерства отсутствует. Аналогична ситуация и на уровне региональных отраслевых органов исполнительной власти.

Маркетинговая деятельность органов государственной власти вписывается в одну из современных концепция маркетинга – концепцию социально-этичного маркетинга, суть которой состоит в создании и доставке

покупателю более высокой ценности таким образом, чтобы сохранять или повышать благосостояние покупателя и общества в целом [11, с.52].

Одним из основных принципов маркетинга является фокусирование на покупателе (потребителе). Из всех возможных потребителей государственных услуг в первую очередь необходимо идентифицировать наиболее «привлекательные» рыночные сегменты. Так принято в традиционном маркетинге.

Маркетинг государственных услуг изначально ориентирован на определенные группы потребителей. Но и в этом случае необходимо выделить из них тех, кто способен либо принести наибольшую отдачу на маркетинговые действия (и в этом случае достигается максимальный экономический результат), либо тех, кто испытывает наибольшую нужду в определенных государственных услугах (и в этом случае возможен не только экономический, но и социальный результат – если выгоду получают, например, самые ущемленные в доходах или ресурсах потребители, либо результат политический – если охватываются самые многочисленные сегменты потребителей, составляющие основу электората).

Установление критериев сегментирования групп потребителей государственных услуг зависит от целей маркетинговой деятельности органов власти. В частности, если речь идет о маркетинговой деятельности органов отраслевого управления, в первую очередь рассматриваются целевые показатели отрасли в качестве критериев оценки привлекательности сегмента. Если в рамках отрасли выделяется несколько подотраслей, имеющих разную ценность для государства, выбирается приоритетная подотрасль. Приоритетность может определяться исходя из природно-климатических условий региона, которые благоприятствуют производству того или иного вида продукции. Или из необходимости повышения уровня самообеспечения региона тем или иным видом продукции.

Или необходимостью поддержания определенных пропорций между отраслями сельскохозяйственного производства или соотношений между объемами производства сельскохозяйственной продукции и ее переработки, либо производством продуктов питания в регионе.

Или необходимостью обеспечения более равномерной занятости населения в течение года или сезона сельскохозяйственных работ. Среди других факторов, определяющих приоритетность той или иной отрасли хозяйствования, можно назвать традиционный уклад жителей сельской местности, накопленный опыт, наличие или доступность ресурсов (например, кормовых угодий), экологическая ситуация и т.п.

Если более крупные потребители способны обеспечить наибольшую отдачу от получения государственной поддержки, например, за счет масштабов производства, то государство, ориентированное на получение краткосрочных выгод, будет поддерживать именно крупных товаропроизводителей или потребителей.

Если же личные подсобные хозяйства или крестьянские хозяйства рассматриваются как некий атрибут села, как жизненное и трудовое пространство для населения страны, как средство сохранения определенного жизненного уклада (например, в США их называют не иначе как «костяк американских ценностей» [5]), то, несмотря на текущие экономические издержки, государство будет поддерживать именно их, поскольку в долгосрочной перспективе это позволяет сохранить не только экономическую систему, но и саму нацию.

Если речь идет о еще более узких задачах, например, задаче минимизации государственных расходов, то в этом случае на получение поддержки могут рассчитывать те, кто способен самостоятельно покрыть часть издержек, покрываемых государственными программами (например, в случае софинансирования программ за счет собственных средств получателя субсидий).

Последний случай достаточно красноречиво подтверждается принятым порядком распределения средств федерального бюджета между регионами: чем в большей степени регион способен за счет регионального бюджета финансировать реализацию государственной программы, тем больше он получит из бюджета федерального. В частности, в 2014 году по всем регионам Сибирского федерального округа доля федерального бюджета составляла от 49,5% до 72,5% (по данным [12]), и отмечалась хоть и незначительная, но положительная корреляционная связь между долей федерального бюджета в поддержке и размером данной поддержки (величина коэффициента корреляции – 0,132).

Исключение может составлять случай наиболее крупных регионов-доноров, которые и без федерального бюджета способны самостоятельно финансировать не только региональные, но и федеральные программы. В 2014 году при общем размере поддержки в ХМАО 162,1 млн. руб. на долю федерального центра пришлось лишь 12,9%. Аналогичное соотношение наблюдалось и в ЯНАО, где эта доля составила 15,0%. При этом размер господдержки в ЯНАО более чем на порядок превышал поддержку ХМАО, составив 1700,3 млн. руб. В целом же по Уральскому федеральному округу доля средств федерального бюджета в поддержке составила 48,5%.

В качестве критериев могут использоваться и другие, по большей части формальные. В частности, в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 января 2015 г. № 52 условиями предоставления субсидий регионам на оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области растениеводства являются:

- наличие утвержденных государственной и (или) муниципальных программ;
- наличие в бюджете субъекта Российской Федерации (местном бюджете) бюджетных ассигнований на исполнение расходных обязательств

субъекта Российской Федерации (муниципальных образований), связанных с реализацией государственной и (или) муниципальных программ;

- наличие нормативного правового акта субъекта Российской Федерации, устанавливающего порядок и условия предоставления из бюджета субъекта Российской Федерации средств на поддержку сельскохозяйственных товаропроизводителей [13].

Не следует упускать из виду и личные мотивы участников маркетингового процесса. Иногда личные связи, знакомства, положительный и многолетний опыт взаимодействия с отдельными группами потребителей или наиболее крупными индивидуальными потребителями могут способствовать их выделению в качестве целевого сегмента или включению их в данный сегмент.

Традиционно следующим этапом маркетинговой деятельности является выбор стратегии в отношении выделенных сегментов.

Часть из них могут просто игнорироваться органами государственной власти, например, в силу недостаточности средств для оказания поддержки многочисленным сегментам. Другая часть может быть признана не требующей поддержки по причине достаточности собственных средств. Третья часть может осуществлять виды деятельности, не являющиеся приоритетными для региона. И так далее. Как бы то ни было, в первую очередь разрабатывается стратегия для целевого сегмента (сегментов).

Обычно выделяют несколько альтернативных стратегий. Не пытаясь повторять опыт таких видных представителей стратегического маркетинга как М. Портер, И. Ансофф и др. и приложить его к интересующему нас объекту, выделим в первом приближении три возможных альтернативы:

- недифференцированная стратегия;
- дифференцированная стратегия;
- концентрированный маркетинг.

Примером первого подхода является равное предпочтение ко всем возможным получателям субсидий. Например, не важно, кто из хозяйствующих субъектов получает поддержку, главное, чтобы он имел отношение к сельской местности.

В данном случае, при решении проблем экологии, занятости, сохранения сельских территорий и других, преимущественно социальных, задач, поддержку могут получать без исключения все субъекты, занимающиеся производством сельскохозяйственной продукции. И подход государства к оказанию поддержки каждому из них будет абсолютно одинаковым. Примером может являться поддержка сельской инфраструктуры, льготные тарифы на энергоресурсы для жителей села, льготное налогообложение доходов физических лиц и т.п.

Дифференцированные стратегии, как правило, базируются на неких экономических критериях и решают экономические задачи. Поскольку в данном случае предполагается проведение оценки экономической эффективности, то и во главу угла ставится отдача на единицу затрат на осуществление маркетинговой стратегии.

Стратегия концентрированного маркетинга предполагает если не совмещение, то использование преимуществ двух предыдущих стратегий.

Выбор стратегии обусловлен общими стратегическими целями экономической политики региональных властей.

При главенстве федеральной власти данные цели должны соответствовать целям экономической политики Правительства. Однако это не означает наличия собственных региональных стратегий, нацеленных на приобретение и удержание конкурентных преимуществ в борьбе с другими регионами за рынки сбыта, ресурсов и, в том числе, позицию региона в глазах федерального центра.

В последнем случае речь может идти не столько о личных мотивах, например, губернатора, назначаемого федеральным центром и стремящегося любой ценой «оправдать доверие» центра.

Если во главу угла ставятся интересы региона, то повышение его рейтинга может привести к выделению больших средств федерального бюджета, расширению его участия в решении общенациональных задач (в том числе, за счет федеральных средств), использованию возможностей федеральной власти по расширению внешнеэкономической деятельности предприятий региона, по привлечению в регион частных, в том числе, и зарубежных, инвестиций и т.п.

Наличие конкурентов среди других регионов не исключает конкурентной борьбы региональных органов власти с другими субъектами внутрирегионального рынка. В контексте данной работы подразумевается конкурентная борьба за сельскохозяйственного товаропроизводителя.

Как это не покажется парадоксальным, за вложение средств в развитие территории приходится бороться, в том числе, и органам региональной власти. Казалось бы, чем больше средств будет вложено в аграрную отрасль экономики со стороны, например, частного капитала, тем меньше ответственность региональной власти за развитие сельского хозяйства на подконтрольной территории, тем меньше требуется средств регионального бюджета на его поддержку.

Но в том случае, если трансферты из федерального бюджета на цели развития экономики региона пропорциональны расходам регионального бюджета на те же цели (что является одним из принципов софинансирования в рамках реализации федеральных и региональных программ), каждый дополнительный рубль из федерального бюджета требует адекватного повышения расходов бюджета регионального.

С этим обстоятельством связано стремление региональных властей к расширению круга получателей субсидий, к росту удельных размеров

субсидий в случае ограниченного участия отдельных субъектов, к расширению перечня программ поддержки.

К прямым конкурентам региональной власти за получателя поддержки могут быть отнесены другие субъекты рынка сельскохозяйственной продукции и ресурсов. В частности, к таковым можно отнести банки, предлагающие более льготное финансирование для целевых рыночных сегментов. К данным сегментам могут быть отнесены наиболее финансово устойчивые сельскохозяйственные предприятия, способные обеспечить быстрый возврат вложенных средств или гарантировать использование вложенных средств и, соответственно, обеспечивать доход банка на протяжении длительного периода времени, как происходит в случае долгосрочного инвестиционного кредитования. К целевым сегментам могут быть отнесены и неплатежеспособные предприятия в случае залогового кредитования под ликвидные активы. К таковым может быть отнесена, в частности, земля.

При этом банки стремятся не столько использовать эту землю по прямому назначению для производства сельскохозяйственной продукции, сколько в качестве ликвидного актива, для последующей его перепродажи в периоды роста цен. Данный инструмент служит целям снижения рисков самих банков, но не обязательно целям роста производства сельскохозяйственной продукции, снижения цен на продукты питания и повышение уровня жизни населения региона.

Для противодействия расширению нецелевого использования земель сельскохозяйственного назначения, приводящего к усугублению экономических и социальных проблем территории, органы региональной власти должны осуществлять контроль за деятельностью банковских структур. Данный контроль должен быть особо тщательным в случае повышения концентрации земель в собственности банков. При этом государство не столько должно препятствовать заключению договоров

кредитования под залог земель, сколько осуществлять постоянный мониторинг использования земель собственниками. А для предотвращения сделок, имеющих последствием выведение земель из оборота, целесообразно устанавливать на уровне регионального законодательства более жесткие условия для банков в подобных сделках и расширять кредитование аграрного сектора экономики региона при государственном участии.

К другим конкурентам региональной власти можно отнести холдинги, которые могут оказывать поддержку сельскохозяйственным товаропроизводителям в обмен на поставки части произведенной продукции. С одной стороны, это позволяет увеличивать объемы производства, если холдинг вкладывает собственные средства в развитие производства.

С другой, может привести к хищническому использованию тех же земельных ресурсов, когда при минимальных вложениях за счет экстенсивного роста объемов производства происходит снижение плодородия земель и деградация иных активов сельскохозяйственных товаропроизводителей, в частности, интенсивный износ основных фондов. Кроме того при этом не исключается рост отраслевых диспропорций, сокращение потребности в трудовых ресурсах, деградация социальной инфраструктуры села и ряд других неблагоприятных последствий.

Кроме того необходимо иметь в виду, что финансовые потоки холдинга могут быть в любой момент перенаправлены за пределы территории. А если сама холдинговая компания не является налоговым резидентом региона, то рассчитывать на пополнение бюджета региональными властями не приходится.

Если холдинг решает те же проблемы диверсификации риска, что и банки, то в этом случае не исключены последствия, аналогичные кредитованию сельскохозяйственного производства под залог земель.

Конкурентами региональной власти могут являться и частные инвесторы, которые вкладывают собственные средства в обмен на активы

сельскохозяйственных товаропроизводителей. Частные инвестиции могут привести к росту объемов производства, если инвестор именно это ставит своей целью. Но если он также как и банк или холдинг стремится только диверсифицировать собственный риск или получать только рентные платежи, надеясь в будущем выгодно перепродать свою долю в капитале или в активах, на решение экономических и социальных проблем территории рассчитывать не приходится.

В этой ситуации государство в лице органов региональной власти должно не просто идентифицировать конкурентов, но и предложить альтернативу их действиям. В данном случае речь идет о разработке такого предложения для потенциального получателя субсидий, который бы смог привлечь его в расчете на долгосрочное сотрудничество с государством. Это значит, что действия органов региональной власти должны быть понятны получателям субсидий, соответствовать их целям в долгосрочной перспективе.

Требуется предложить такой продукт или услугу, на использование которых потенциальный покупатель (получатель) мог бы рассчитывать не только на протяжении одного производственного цикла, но и многих циклов с учетом длительного временного лага между вложением средств и получением отдачи.

Этому должна способствовать долгосрочная стратегия поддержки региональной и федеральной власти, например, в рамках реализации государственных программ, рассчитанных на многие годы. В частности, в настоящее время реализуется Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия [14], которая была утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. № 717. Программа периодически корректируется. Последняя корректировка была внесена Постановлением Правительства Российской Федерации от 19

декабря 2014 г. № 1421. До принятия данной программы действовала Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 - 2012 годы, принятая в соответствии с Постановлением Правительства от 14 июля 2007 г. № 446 [15].

Столь долгосрочное установление принципов и порядка оказания и размеров поддержки, безусловно, способствует повышению доверия потенциальных получателей субсидий и стимулирует их к участию в данной программе, а также позволяет на несколько лет вперед – по крайней мере, на срок, не меньший первоначально оговоренного периода действия программ поддержки – рассчитывать прогнозный эффект от участия в ней.

Продуктовые решения в государственном маркетинге имеют свои особенности. Традиционно в маркетинге выделялись такие принципиальные разновидности продукта как материальный предмет, услуга или идея, а также комбинация всех предыдущих [16, р.214]. В маркетинге организаций, по мнению Ф. Котлера и Н. Ли, в качестве продуктов могут быть представлены материальный предмет, программа, услуга, опыт, мероприятие, люди, место, организация, информация, идея [17, с.55]. В таблице 3 приведены примеры каждого из них.

Таблица 3 – Примеры продуктов в государственном маркетинге

Категория продукта	Пример продукта
материальный предмет	Продукты питания, поставляемые в детские и медицинские учреждения
программа	ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года»
услуга	Доставка учеников из отдаленных населенных пунктов в школы
опыт	Производственные рекомендации
мероприятие	Продовольственная агроярмарка
люди	Руководство Министерства
место	Муниципальная ярмарка

организация	Муниципальная школа
информация	Предоставление информации о состоянии рынков сельскохозяйственной продукции
идея	Организация раздельного сбора мусора

Перечисленные примеры не исчерпывают всего разнообразия продуктов, которые могут предоставляться государством. Это разнообразие определяется целевыми рынками (целевыми аудиториями).

К таковым могут быть отнесены, например, производители сельскохозяйственной продукции, потребители, экспортеры, импортеры, торговые организации и др. участники рынка. Для разных целевых рынков могут разрабатываться разные продукты (в данном случае – программы), но цель может быть общей – повышение эффективности сельскохозяйственного производства.

Кроме непосредственных участников рынка отдельные продукты могут разрабатываться и в области внутреннего маркетинга, например для подведомственных структур, в целях активизации их содействия развитию аграрной отрасли экономики региона. Ряд мероприятий может быть направлен на более высокий уровень отраслевого управления, в частности, на Министерство сельского хозяйства Российской Федерации.

В данном случае может идти речь о формировании или поддержании положительного имиджа региональных властей в глазах федерального центра. В конечном счете, это может способствовать повышению доверия к региональным органам власти, что может выразиться и в определенных привилегиях, в частности, в отношении сроков предоставления и размерах средств федерального бюджета, направляемых на поддержку сельского хозяйства региона.

Разрабатываться могут целые «продуктовые линейки», предназначенные не только для определенной целевой аудитории, но и для разных аудиторий. Несмотря на разнообразие продуктов, входящих в

линейку, они предназначены для удовлетворения схожих потребностей (например, в экспорте сельскохозяйственной продукции) но у разных групп потребителей (производителей сельскохозяйственной продукции и экспортеров). Наиболее ярким примером продуктовой линейки являются комплексные программы либо совокупность отдельных программ, нацеленных на единый результат.

В качестве еще одной особенности продуктов/услуг, являющихся предметом маркетинга, выступает совокупность продуктов, предназначенных для одной целевой аудитории (целевого рынка), но отличающихся по своим свойствам или характеристикам. Так, для крестьянских (фермерских) хозяйств могут разрабатываться различные программы поддержки, целью которых является рост доходов данной группы производителей через создание определенных привилегий для них.

По аналогии с потребительским маркетингом имеет место некий «продукт-микс».

В частности, для крестьянских (фермерских) хозяйств предусматривается возмещение части процентной ставки по долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования, дотации на произведенное молоко, меры несвязанной поддержки в области растениеводства, меры поддержки семеноводства, и ряд других, не подразумевающих деление получателей поддержки по организационно-правовому статусу, и плюс целевая государственная поддержка конкретно малых форм хозяйствования [14].

Очевидно, что получение поддержки по одному или нескольким направлениям позволяет улучшить экономическое положение фермеров. Выбор одного или нескольких направлений для каждого потенциального получателя зависит от его специализации, собственных предпочтений, возможностей участия в той или иной программе с учетом соблюдения критериев отбора участников.

Традиционно в маркетинге принято различать три уровня продукта: продукт по замыслу, реальный продукт и продукт с подкреплением. В маркетинге услуг различают также три измерения сервиса: концепция сервиса, спектр предоставляемых услуг, качество и уровень сервиса [18, p.354].

Как показали Tore Strandvik, Maria Holmlund and Bo Edvardsson принципиальной разницы с точки зрения потребителя между продуктами и услугами нет, как нет и реальной необходимости в учете различий между продавцами продуктов и поставщиками услуг или сочетаний продуктов и услуг. Главное, чтобы предложение поставщика соответствовало воспринимаемой потребителем ценности [19].

Поэтому вполне правомерно рассматривать один из подходов, а именно продуктовый, для иллюстрации уровней.

Продукт по замыслу расценивается потребителем через призму удовлетворения потребности.

В контексте данной работы продукт рассматривается покупателем с точки зрения ответа на вопрос: позволяет ли продукт, например программа поддержки, повысить доходы производителя сельскохозяйственной продукции? Если ответ утвердительный, то данная программа может быть предметом маркетинга государственных органов отраслевого управления.

Но потребителя интересует не просто результат, а сопоставление его с альтернативными вариантами удовлетворения потребностей. Когда он оценивает разные программы поддержки, из них можно выбрать наиболее подходящую для него, например, с точки зрения опыта участия в подобных программах, соответствия критериям участия, сложности процедур (процессов), начиная от подачи заявки до сдачи итоговой отчетности, дополнительных издержек (на сбор или составление необходимой документации, посещение государственного офиса, формирование заявки и отчетности, иные издержки, связанные с достижением пороговых значений

критериев участия в программе). В итоге потребитель получит продукт в реальном исполнении с учетом всех перечисленных характеристик.

Подкрепление – придание продукту дополнительных свойств, которые повышают его ценность для потребителя.

К числу таковых можно отнести расширение сроков предоставления поддержки, упрощение процедуры допуска к участию в других программах, отсутствие необходимости подачи заявок на участие в других программах, индексация размеров поддержки при расширении сроков действия программ или изменений рыночных условий (например, инфляции, банковской ставки, обменного курса валют, рост цен на ресурсы, изменение размера минимальной месячной оплаты труда и т.п.) или хозяйственных (неблагоприятные погодные условия, стихийные бедствия, забастовки т.д.). В качестве подкрепления могут рассматриваться услуги по оформлению необходимой документации, консультированию о преимуществах той или иной программы, проведение семинаров с участием лиц, участвующих в подобных программах.

Очевидно, что для разных целевых аудиторий набор дополнительных услуг будет индивидуальным. Это обстоятельство также позволяет рассматривать продукты, предоставляемые государством, в виде продуктовой линейки.

Таким образом, рассмотрение только продуктового аспекта государственного маркетинга на примере деятельности региональных органов отраслевого управления показывает, что применительно к данной предметной области вполне применим термин «госагромаркетинг», который отражает суть процесса взаимодействия государственных органов и субъектов хозяйствования на аграрных рынках.

Глава 4 БИЗНЕС-ЗАДАЧИ ВУЗОВ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года много внимания уделяется вопросам образования. Причем подчеркивается качественная сторона рассматриваемого вопроса.

Подчеркивается основная идея о том, что одной из основных задач инновационного развития страны и регионов является создание условий для формирования у граждан следующих компетенций инновационной деятельности:

- 1) способность и готовность к непрерывному образованию, постоянному совершенствованию, переобучению и самообучению, профессиональной мобильности, стремление к новому;
- 2) способность к критическому мышлению;
- 3) способность и готовность к разумному риску, креативность и предприимчивость, умение работать самостоятельно, готовность к работе в команде и в высоко конкурентной среде;
- 4) владение иностранными языками, предполагающее способность к свободному бытовому, деловому и профессиональному общению.

Представленные пункты стратегии и составляют тот самый основной круг задач современного образования в условиях глобальных социально-экономических изменений. Именно динамика перемен привела сегодняшние потребности экономики и социума к тому, что в основу оценки деятельности многих организаций лег многокритериальный подход, который и ориентирует современного работодателя и инвестора к пониманию конкурентоспособности организации [12].

Особую роль в формировании экономического потенциала в этом случае играет система современного высшего образования.

В первую очередь, это отражено в том, что предусматривается стимулирование получения навыков инновационного предпринимательства той частью населения, которая к этому наиболее приспособлена и готова, - выпускниками вузов по техническим и естественно-научным специальностям посредством различных полидисциплинарных образовательных программ и проектной деятельности. Программы государственной поддержки инноваций будут также содержать образовательный компонент, в том числе в области предпринимательской деятельности и коммерциализации разработок.

Важной задачей системы образования станет ориентация образовательных программ на обучение навыкам, необходимым для инновационной деятельности, включая аналитическое и критическое мышление, стремление к новому, способность к постоянному самообучению, готовность к разумному риску, креативность и предприимчивость, а также готовность к работе в высоко конкурентной среде.

Будут созданы механизмы, стимулирующие развертывание в федеральных и национальных исследовательских университетах полного цикла инновационных разработок.

Возникает вопрос, для чего сегодня современному образованию столь крупномасштабные задачи и проекты. Объяснения тут можно привести многие.

Например, такие аргументы. Реформы образования последних лет привели к уходу с рынка труда такой категории выпускников как «специалист», а на замену им пришла новая категория «бакалавр». Как этот факт отразился на развитии самого образовательного процесса и на запросы работодателей на сегодняшний момент ответить трудно.

Идет недостаточное понимание разницы между указанными категориями как для работодателя, так и для бизнеса в целом. Практика

бизнеса затруднилась определить, какая из категорий более привлекательна для организаций в противоборстве «специалист – бакалавр».

Возникла необходимость рассмотреть этот вопрос более детально и определить, какие реформы образования привели к положительной динамике на рынке труда, а какие усилили проблемы для вузов и работодателей.

Все эти проблемы «перехода» из одного состояния в другое привели к тому, что в разрезе самих предприятий и организаций возникли буквально кадровые катастрофы, связанные с невозможностью наращивания интеллектуального потенциала.

Проблемы формирования нового кадрового потенциала для инновационной региональной экономики становятся в этой связи особенно острыми и требуют оперативных решений [2].

Возникла прямая необходимость по-новому изучить инновационный потенциал экономики тех регионов, в которых функционируют вузы экономического профиля. К ним сегодня особенно пристально присматриваются новые экономические отрасли, требующие активного развития.

Глобальные социально-экономические изменения обусловили особый новый ракурс изучения роли и места знаний выпускников. Появилось новое важное направление в науке - инновационная экономика знаний, как фактор, требующий системного анализа [3].

Это явление, в свою очередь, сформировало новую идеологию, характеризующую социально-экономические тенденции и перспективы развития экономики и социума.

Возник вопрос, какие изменения в системе образования повлекут за собой проблемы, а какие изменения станут привлекательной перспективой для вузов в их стратегическом взаимодействии с новыми работодателями.

Характерной тенденцией стал сегодня экономический (рыночный) подход в формировании инновационной компетентности специалистов [4]. Появилось устойчивое представление со стороны работодателя о том, что бакалавр как новая категория выпускников является более слабым элементом в системе образования, чем был выпускающийся специалист.

Это факт подтвердился многими исследованиями, в том числе при анализе экономического потенциала многих компаний стал звучать вопрос и о личной конкурентоспособности бакалавра.

Было отмечено, что многоступенчатая система образования не позволяет вузам успевать формировать конкурентную для рынка труда личность [5].

Что сегодня происходит на рынке труда с рядом профессий, которые получили за два последних десятилетия максимальное распространение. Речь пойдет о менеджерах как ключевой единицы на рынке труда.

Высококвалифицированные специалисты (менеджеры), предлагая свои услуги на рынке труда, фактически предлагают свои знания в той или иной области. Поэтому рынок знаний существует не как обособленное целое, но и как часть традиционных рынков товаров и услуг.

У менеджера в профессиональной деятельности знаниями являются подходы, идеи, предложения по поводу того, как организовать производство, какой сделать продукт, как организовать его продажу. Знания перестают быть самостоятельным объектом экономического управления [6].

Сегодня знания проникают во все сферы и стадии экономического процесса, их стало сложно отделять от продукта или услуги.

Для успешных и конкурентоспособных менеджеров в компании знания – это, в первую очередь, комбинация опыта, ценностей, контекста информации, экспертных оценок, которая дает общие рамки нового опыта.

В организации у менеджера ценятся знания как общие, так и специальные.

Специальные знания – это его ноу-хау, инновационные предложения и бизнес – идеи. Специальные знания, их уникальность – это источник конкурентного преимущества менеджера, а также конкурентного преимущества и потенциала всей компании [7].

К общему знанию относят то знание, которое разделяют все сотрудники организации. Общее знание необходимо любому бизнесу, но оно не является источником конкурентного преимущества.

Чем более общий характер носят знания, тем в меньшей степени они становятся предметом купли-продажи.

Дефекты рынка знаний трансформируют отношение между компаниями, вузами и рынком труда в экономической среде. Возникает необходимость сотрудничества между вузами и бизнесом [8].

Возникает эффект экономической глобализации знаний в интересах оптимизации процессов на рынке труда.

Сотрудничество между вузами и бизнесом делает менеджеров-выпускников не просто конкурентоспособными специалистами, но и формирует их пролонгированное профессиональное качество – конкурентоустойчивость.

Интерес к формированию конкурентоустойчивости менеджеров очевиден сегодня не только в экономической, но и в социальной, психолого-педагогической сфере развития общества.

Социально-экономические связи становятся приоритетными в системе современного профессионального образования. На их основании исследуются кадровые возможности региона на рынке труда, инновационный потенциал региона, особенности социального заказа на подготовку специалистов и тенденции и перспективы стратегического развития региона [9].

Наиболее подчеркнута педагогическая составляющая этих процессов. Роль педагогических механизмов, методов, форм и средств становится

ведущей в теме исследований. На основании такого значительного интереса появились различные направления исследований, актуальные для современной системы профессионального образования менеджеров в условиях инновационного развития региональной экономики и рынка труда [11].

К наиболее важным можно отнести следующие направления:

- система базовой управленческой подготовки студентов экономических специальностей;
- механизм (модель) подготовки управленческих кадров в вузах экономического профиля;
- механизм формирования конкурентоспособности управленческих кадров и развитие их потенциала в условиях инновационной активности региона;
- модель развития конкурентоспособности и конкурентной привлекательности менеджеров в условиях современного бизнес – образования и образовательных реформ;
- методология формирования инновационной активности менеджеров как фактора их рыночной привлекательности;
- методология формирования конкурентоустойчивости и инновационной активности менеджеров условиях социально-ориентированной экономики;
- методологические принципы и механизм формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости менеджеров как показатель инновационной активности вузов экономического профиля;
- методологические принципы формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости менеджеров в условиях социально-ориентированной инноватики бизнес - образования.

Таким образом, мы видим, что задачи современного образования заключаются, в первую очередь, в том, чтобы соответствовать требованиям

глобальных социально-экономических изменений, способствовать проведению эффективных реформ и формированию положительных для экономики перспектив.

Если обратиться к опыту российского рынка труда и проанализировать требования к компетенциям со стороны работодателей, то можно увидеть количественное несоответствие между перечнем компетенций по ФГОС и перечнем, сформированным на основе потребностей к компетенциям для специалиста в компании.

Многие компании, формируя компетентностную модель конкурентоустойчивого специалиста, закладывают в нее до 200 компетенций. Известны примеры, когда в корпорациях Японии, Германии в компетентностную модель специалиста закладывают до 500 и более компетенций.

По мнению Российского союза промышленников и предпринимателей, минимум компетенций должен быть представлен следующим перечнем:

Таблица 4 – Перечень компетенций

Компетенции	Содержательные компоненты компетенций
<i>Общенаучные</i>	
Компетенция критического мышления	Способность к критическому переосмыслению своего профессионального и социального опыта
Координирующая компетенция	Умение использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
Компетенция анализа, систематизации, обобщения и моделирования	<p>Умение использовать основные законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.</p> <p>Умение развивать мыслительные (умственные) действия, такие как сравнительный анализ, синтез, систематизация, обобщение, умение логически рассуждать и др.</p>

	Владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
Коммуникативная компетенция	Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
Компетенция творческого развития и ответственности	Способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность
Нормативно-правовая компетенция	Умение использовать нормативные правовые документы в практической деятельности
<i>Инструментальные</i>	
Информационно-технологическая компетенция	<p>Знание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;</p> <p>Навыки работы с компьютером как средством управления информацией.</p> <p>Способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p> <p>Владение информационно-коммуникационными средствами сбора, хранения, обработки и распространения информации (электронные библиотечные каталоги, Интернет, электронная почта и др.)</p>
Языковая (межкультурная) коммуникативная компетенция	<p>Владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного.</p> <p>Способность пользоваться профессиональной литературой на иностранных языках</p>
Компетенция стратегического мышления и прогнозирования	Навыки стратегического мышления, подразумевающего анализ долгосрочных перспектив, видение действий организации как единого целого, включая окружающую среду, а также знание концепции стратегии, принципов ее формирования и внедрения
Компетенция принятия решений	Умение анализировать информацию, выявлять ключевые проблемы, генерировать альтернативные пути

	решения, оценивать их и выбирать оптимальное решение
<i>Социально- личностные и общекультурные</i>	
Личностные компетенции	<p>Готовность (способность) демонстрировать целеустремленность, организованность, ответственность, честность, любовь к своей работе.</p> <p>Готовность (способность) к эффективному самообучению, к приобретению новых знаний, в том числе с использованием современных информационных технологий</p>
Социальные компетенции	<p>Навыки межличностного общения: умение организовать командную работу, умение работать в команде, умение вести переговоры.</p> <p>Навыки коммуникации: умение завоевать доверие коллег и подчиненных, развитая в соответствии с установленными критериями письменная и устная коммуникация</p>
Общекультурные компетенции	<p>Умение выбирать конкретный стиль поведения из ряда возможных в соответствии с конкретной необходимостью.</p> <p>Умение критически оценить свои достоинства и недостатки, наметить пути совершенствования.</p> <p>Осознание социальной значимости своей будущей профессии, владение высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности</p>
<i>Профессиональные</i>	
Технологическая (операционная) компетенция	<p>Владение современными технологиями управления.</p> <p>Знание базовых принципов и критериев эффективного менеджмента и умение использовать их в практической деятельности</p>
Ценностно-культурологическая компетенция	Умение формировать корпоративную культуру, способствующую всестороннему развитию персонала компании и его успешной работе
Маркетинговая компетенция	Владение инструментарием маркетинга на уровне, необходимом для обеспечения эффективного функционирования и развития организации
Компетенция	Умение управлять изменениями и инновациями как

инновационного развития	необходимым условием выживания и развития организации в динамично изменяющейся среде
Компетенция формирования конкурентоспособности	Умение формировать программу долгосрочного развития, ориентирующую организацию на достижение требуемого уровня конкурентоспособности

Возникают вопросы: кто, когда и как должен формировать эти компетенции у приходящего из вуза менеджера, чтобы обеспечить его конкурентоустойчивость? Эти противоречия затрудняют формирование конкурентоустойчивости менеджера.

Например, в ФГОС ВПО по направлению 080200.62 «Менеджмент» (квалификация (степень) бакалавр) дает перечень из 22 общекультурных компетенций и 50 профессиональных компетенций. ФГОС ВПО по направлению 080100 «Экономика» (квалификация (степень) бакалавр) дает перечень из 16 общекультурных компетенций и 15 профессиональных компетенций. В рамках же реальной профессиональной деятельности от менеджера требуется гораздо больше компетенций, проявляемых в практических вопросах организации различных операций и процессов. Поэтому получается, что 70% профессиональных компетенций должен формировать сам работодатель.

Это связано с тем, что работодатель ориентирован на инновации, изменения как на рынке труда, так и в экономике в целом.

Ориентир на инновационные процессы заставляет работодателя требовать от менеджеров новых компетенций, которые могли быть не предусмотрены ФГОС, поэтому формирование новых корпоративных компетенций ложится основной нагрузкой на работодателя.

Вузы в этом случае формируют лишь малую часть профессиональных компетенций, способных привести студента на уровень конкурентоустойчивости.

Сформированные общекультурные и общепрофессиональные компетенции позволяют претендовать студенту на успешное занятие вакансии, но не позволяют удержать свои конкурентные преимущества из-за неспособности и неготовности реагировать на изменения (перемены и инновации) и их динамику во внешней среде (рисунок 2).

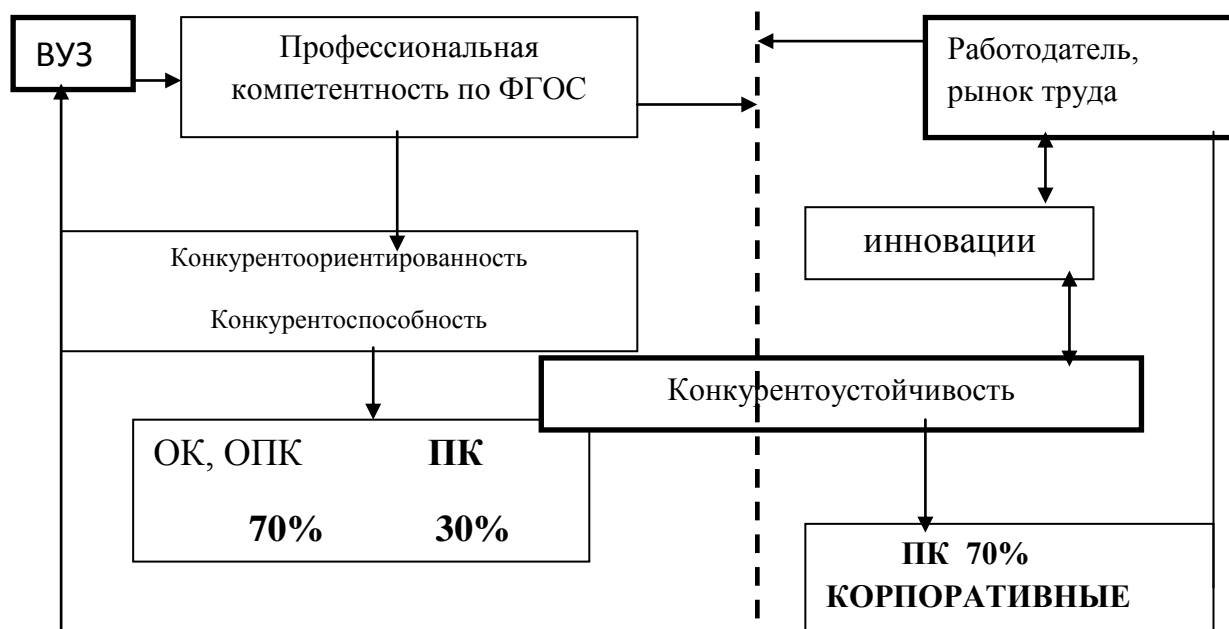


Рисунок 2 – Противоречие в формировании конкурентоустойчивости менеджеров

Мы видим, что формирование конкурентоустойчивости менеджеров при взаимодействии с работодателем ограничивается со стороны вузов (пунктирная линия), действующих на основании Федерального государственного образовательного стандарта, который дает достаточно сжатый перечень компетенций общего порядка, необходимых для формирования у студентов в вузе, что по отношению к конкурентоустойчивости составляет не более 30%.

Знания в условиях новой экономики становятся фактором производства. От того, насколько развит рынок знаний, в значительной степени зависит эффективность национальной экономики.

В современном понимании знание – это проверенный практикой результат познания сути профессиональной деятельности. Сегодня со стороны работодателя осуществляется акт купли-продажи знаний как и

купля-продажа иных материальных активов. Современный рынок рабочей силы является сегодня и своеобразным рынком знаний [1].

Высококвалифицированные специалисты (менеджеры), предлагая свои услуги на рынке труда, фактически предлагают свои знания в той или иной области. Поэтому рынок знаний существует не как обособленное целое, но и как часть традиционных рынков товаров и услуг. У менеджера в профессиональной деятельности знаниями являются подходы, идеи, предложения по поводу того, как организовать производство, какой сделать продукт, как организовать его продажу.

Знания перестают быть самостоятельным объектом экономического управления [3]. Сегодня знания проникают во все сферы и стадии экономического процесса, их стало сложно отделять от продукта или услуги. Для успешных и конкурентоспособных менеджеров в компании знания – это, в первую очередь, комбинация опыта, ценностей, контекста информации, экспертных оценок, которая дает общие рамки нового опыта.

В организации у менеджера ценятся знания как общие, так и специальные. Специальные знания – это его ноу-хау, инновационные предложения и бизнес – идеи. Специальные знания, их уникальность – это источник конкурентного преимущества менеджера, а также конкурентного преимущества и потенциала всей компании [4].

К общему знанию относят то знание, которое разделяют все сотрудники организации. Общее знание необходимо любому бизнесу, но оно не является источником конкурентного преимущества.

Чем более общий характер носят знания, тем в меньшей степени они становятся предметом купли-продажи. Дефекты рынка знаний трансформируют отношение между компаниями, вузами и рынком труда в экономической среде. Возникает необходимость сотрудничества между вузами и бизнесом [5].

Возникает эффект экономической глобализации знаний в интересах оптимизации процессов на рынке труда. Сотрудничество между вузами и бизнесом делает менеджеров-выпускников не просто конкурентоспособными специалистами, но и формирует их пролонгированное профессиональное качество – конкурентоустойчивость.

Интерес к формированию конкурентоустойчивости менеджеров очевиден сегодня не только в экономической, но и в социальной, психолого-педагогической сфере развития общества.

Социально-экономические связи становятся приоритетными в системе современного профессионального образования. На их основании исследуются кадровые возможности региона на рынке труда, инновационный потенциал региона, особенности социального заказа на подготовку специалистов и тенденции и перспективы стратегического развития региона [2].

Наиболее подчеркнута педагогическая составляющая этих процессов. Роль педагогических механизмов, методов, форм и средств становится ведущей в теме исследований. На основании такого значительного интереса появились различные направления исследований, актуальные для современной системы профессионального образования менеджеров в условиях инновационного развития региональной экономики и рынка труда [3].

К наиболее важным можно отнести следующие направления:

- система базовой управленческой подготовки студентов экономических специальностей;
- механизм (модель) подготовки управленческих кадров в вузах экономического профиля;
- механизм формирования конкурентоспособности управленческих кадров и развитие их потенциала в условиях инновационной активности региона;

- модель развития конкурентоспособности и конкурентной привлекательности менеджеров в условиях современного бизнес – образования и образовательных реформ;

- методология формирования инновационной активности менеджеров как фактора их рыночной привлекательности;

- методология формирования конкурентоустойчивости и инновационной активности менеджеров условиях социально-ориентированной экономики;

- методологические принципы и механизм формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости менеджеров как показатель инновационной активности вузов экономического профиля;

- методологические принципы формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости менеджеров в условиях социально-ориентированной инноватики бизнес - образования.

Все перечисленные направления можно объединить в три группы научных интересов, обобщающих социально-экономические и педагогические наработки ученых в вопросах формирования конкурентоустойчивости менеджеров в условиях инновационного развития региональной экономики и рынка труда:

1) вопросы, посвященные экономике знаний в новых условиях развития экономических отношений;

2) вопросы, посвященные экономике инноваций и инновационным технологиям в образовании с учетом тенденций рынка труда;

3) вопросы, посвященные взаимодействию высшего профессионального образования и бизнеса в условиях инновационного экономического развития и кадрового потенциала предприятий.

В рамках первой группы научных интересов существенный вклад в развитие вопроса по экономике знаний в новых условиях развития экономических отношений внесли М.Н. Арцев, С.А. Борисенко, А.И.

Гапоненко, Б.З. Мильнер, Л.И. Миляева, О.В. Киржбаум, О.М. Кирилук, Н.Ф. Расторгуева, Е.А. Резанович, МГ. Сергеева и др.

В рамках второй группы научных интересов, посвященной вопросам экономики инноваций и инновационным технологиям в образовании с учетом тенденций рынка труда, особое значение имеют наработки следующих ученых: А.Н. Асаул, В.И. Андреев, Г.А. Зборовский, А.М. Илышев, Б.М. Капаров, К.Н. Пармененков, А.А. Петров, Г.А. Резник, С.Э. Савзиханова, А.В. Сурин, В.А. Тупчиенко, Н.Э. Эминова и др.

Наиболее многочисленными исследованиями представлена третья группа научных интересов, связанная с вопросами, посвященными взаимодействию высшего профессионального образования и бизнеса в условиях инновационного экономического развития и кадрового потенциала предприятий. В рамках данной группы научных интересов особую ценность представляют труды таких исследователей, как Р.И. Абдразаков, Д.И. Долгов, О.А. Дрепина, Е.В. Ерохина, Т.А. Завьялова, Н.В. Исламова, А.М. Калачев, В.А. Королева, Л.С. Красовская, Я. Остервальд, Л.В. Плахова, С.Д. Резник, Ю.В. Тарануха, О.Ф. Удалов, К.Б. Фокин, В.В. Царев, Г.М. Шамарова, Д.Е. Щепетова, И.К. Юрасов и др.

Основной идеей многих трудов выступает аргумент, что существенное влияние на образовательную систему оказывает социальный заказ в сфере подготовки кадров [4].

Социальный заказ, по мнению ряда авторов, всегда является многоаспектным, охватывает требования общества, интегрирует субъективные и объективные потребности личности и социума, оказывает управленческое воздействие на развитие образовательной системы в России. Мы соглашаемся с тем, что цели социума являются первостепенными в выборе конечной цели деятельности вузов. В то же время, научным сообществом отмечается проблематичность взаимодействия социума и системы высшего профессионального образования [5].

Из всех перечисленных автором проблем, на наш взгляд, наиболее актуальными следует считать такие:

- затрудненное преодоление порогов стереотипного мышления населения регионов России по вопросам уровневой подготовки кадров в высшей школе;

- недостаточная информированность населения об изменениях структуры многоуровневого образования по требованиям Болонского процесса.

Такие противоречия, несомненно, влияют и на качество социального заказа, в формулировке которого прослеживается либо упор на сохранение фундаментальных знаний, либо упор на формирование профессиональных компетенций.

Потребности личности в профессиональной самореализации учитываются крайне поверхностно и слабо, поэтому менеджеры, выходящие из вузов, затрудняются в установлении связей между своими способностями и возможностями с потребностями со стороны общества и государства. Соответственно, конкурентоспособный выпускник, подготовленный до определенного уровня профессиональной компетентности, со временем теряет конкурентоустойчивость.

Феномен конкурентоустойчивости изучается в психологии, экономике, менеджменте. Достаточно слабо представлен в педагогической литературе, что, в очередной раз, доказывает его актуальность. Вопросы формирования конкурентоустойчивости менеджеров на сегодняшний день носят открытый и дискуссионный характер.

Отсутствует сформированная система методологических подходов, объясняющих феномен конкурентоустойчивости менеджеров в условиях реформирования экономики и образования.

Все перечисленные факты объясняют необходимость изучения данного феномена в педагогической науке и подчеркивают значение взаимодействия

рынка труда, экономики знаний и влияния бизнеса на выбор направления развития вузов. Управление знаниями как целенаправленная деятельность, ориентированная на инновационное развитие, вызвано к жизни динамичными переменами в социуме и в государственном заказе на высокопрофессиональных специалистов. Знания становятся нематериальными активами и занимают всё больший удельный вес на современном рынке труда.

Новые экономические отношения работодателя и вузов предъявляют сегодня повышенные требования к качеству подготовки менеджеров, в том числе, к их образовательному, профессиональному, культурному уровню, их нравственным и психологическим характеристикам.

Именно качество базовой профессиональной подготовки менеджеров все больше определяет их конкурентоспособность на рынке труда, в самой экономике и в социальной стабильности общества.

По данным сайтов кадровых агентств, большинство руководителей отмечают, что недостаточная профессиональная готовность менеджеров – это дело времени, потому что молодой специалист, выпускающийся из вуза, легко входит в работу, если он подготовлен в профессиональном и социальном плане. Во главу угла встает, таким образом, не только конкурентоспособность, но и его социально-профессиональная мобильность, обеспечивающая конкурентную устойчивость.

С позиции компетентностно-контекстного подхода, конкурентоустойчивость менеджеров вузы могут формировать в том случае, если будут уже на первых этапах обучения уходить от классической схемы их подготовки по принципу «теория - практика». Такая подготовка не позволяет учитывать контекст времени, условий, нюансы реальной профессиональной обстановки.

В этом случае вуз формирует у менеджеров только компетентность или разные уровни ее проявления. В этом случае менеджер может

демонстрировать высокий уровень общей компетентности, реализующейся в виде знаний и способности к профессиональному развитию.

Может демонстрировать уровень специализированных компетенций, то есть знаний в области менеджмента. Может демонстрировать уровень личной склонности к оперативной деятельности, то есть выделять специфические личностные характеристики. Однако связать такой подход с требованиями рынка труда будет достаточно затруднительно.

Даже ориентируясь на принцип «теория – практика - теория», вуз не сможет предложить работодателю принципиально по-новому подготовленного специалиста. Нужен новый вариант рассмотрения феномена конкурентоустойчивости. С точки зрения процессного подхода, формирование конкурентоустойчивости менеджера в вузе может быть представлено и другим образом.

В этом случае на формирование компетенций в вузе важно взглянуть с точки зрения влияния изменений, происходящих в глобальном экономическом пространстве. Важно установить принципиальную связь компетенций с дисциплинами, формами проведения занятий, видами заданий и упражнений.

Из рисунка мы видим, что на первом году обучения в вузе у менеджера формируются общекультурные и часть общепрофессиональных компетенций (этап конкурентоориентированности), которые закрепляются и развиваются в процессе прохождения профориентационных работ, введения в специальность. Это такие формы обучения, результатом освоения которых является способность к конкурентной борьбе и определению ценностно-смысловых профессиональных мотивов выбора будущей профессии.

На следующем этапе (конкурентоспособности) у студентов в течение второго и третьего года обучения формируются общепрофессиональные и часть профессиональных компетенций, которые закрепляются и развиваются в таких формах обучения, как: лекционные и семинарские занятия по

профессиональным циклам дисциплин, в ходе выполнения заданий на производственных практиках и курсовых проектах. Результатом освоения таких форм становится готовность менеджеров к конкурентной борьбе и профессиональному состязанию между претендентами на ключевые вакансии в компаниях.

На третьем этапе (формирование конкурентоустойчивости) обучения – выпускного курса – происходит интеграция конкурентоориентированности и конкурентоспособности, которая и обеспечивает начальный этап формирования конкурентоустойчивости менеджера в вузе, то есть его способность и готовность как сложившегося специалиста удерживать конкурентные преимущества, позволяющих превосходить потенциальных соперников.

Итак, мы видим, что конкурентоустойчивость менеджера начинает формироваться еще на этапе конкурентоориентированности, затем переходит в этап формирования конкурентоспособности и заканчивает в рамках вузовской профессиональной подготовки на уровне начальной сформированности, которую продолжают работодатели, рынок труда в рамках корпоративной подготовки и развития персонала.

Рынок труда в социально-экономических переменах сегодня является механизмом согласования интересов лиц, работающих по найму, и работодателей [11].

Кроме того, на рынке труда проявляются интересы государства, обусловленные необходимостью управления социальными отношениями. В настоящее время на рынке труда наблюдается повышенная потребность в специалистах по управлению организацией – профессиональных менеджерах [2].

Деятельность этих специалистов должна быть экономически эффективна – способствовать экономическому росту Российской Федерации и конкретной организации. С другой стороны она должна быть социально

эффективна – способствовать сохранению и развитию главного ресурса и конкурентного преимущества организаций и государств XXI века «человеческого капитала», уровня его знаний, культуры, информационной оснащённости и т.п. [2].

Основой анализа рынка труда менеджеров является установление спроса на менеджеров как квалифицированную рабочую силу и ее предложения. Структура рынка труда менеджеров характеризуется соотношением профессионально-квалификационных и социальных групп (специализация и уровень менеджмента), по которым анализируется спрос и предложение.

Сегментация рынка труда менеджеров является важнейшей характеристикой его структуры, определяющей разделение менеджерских мест на относительно устойчивые сектора (по отраслям экономики), ограничивающих мобильность менеджеров. Принято выделять первичные и вторичные рынки труда.

Первичный рынок труда менеджеров формируется наиболее привлекательными видами управленческих работ, т.е. такими, которые обеспечивают стабильность занятости, высокий уровень оплаты, возможности профессионального роста.

Вторичный рынок труда менеджеров, наоборот, - работами, где нет гарантии занятости, низок уровень оплаты, ограничены перспективы профессионального роста [1]. Выделение первичного и вторичного рынков обусловлено, прежде всего, различиями в квалификации менеджеров, организационном и техническом уровне предприятий.

Существенную роль играет также дискриминация по полу, возрасту, социальному положению и другим признакам. В географических моделях сегментации рынка труда менеджеров первичный рынок обычно представляется ядром, а вторичный - периферией, т.е. расположенными

вокруг ядра кольцами, характеризующими уровни стабильности условий получения работы менеджера [2].

Региональная образовательная ситуация по подготовке менеджеров до сих пор остается недостаточно определенной, так как социальный заказ на менеджеров не сложился как четкая модель взаимодействия. Работодатели не заказывают подготовку профессиональных управляющих для рыночных условий деятельности и не освобождают для них вакансий (впрочем, как и не создают), доверяя «своим» управленческим кадрам. Студенты, обучаясь по направлению менеджмента, не ощущают в себе потребности на рынке труда как в специалистах, и, соответственно, не претендуют на получение качественного высшего управленческого образования.

В результате подобной кадровой политики актуализируется проблема кадрового обеспечения процессов профессионального менеджмента смешанной экономики [2]. В этом процессе трехстороннего взаимодействия проблема специальностей тесно связана с проблемой специализаций. Так, например, в 2013 году (по сведениям УМО вузов России по образованию в области менеджмента) их общее количество достигало 150 наименований: общих, отраслевых, функциональных, проблемных [1].

Приоритет, несомненно, отдается отраслевым (как видим, образование лишь частично учитывает отраслевую специфику), но в условиях инновационного развития экономики должно быть больше проектно-проблемных специализаций, как наиболее полно отражающих особенности современного производства и рыночных отношений [1].

Вообще специализации предназначены для реализации целей: оперативного реагирования вузов на потребности регионов в определенных видах профессиональной деятельности; реагирования на развитие науки, проведение эксперимента по новым областям профессиональной деятельности менеджера, удовлетворения индивидуальных образовательных потребностей. [1,2].

В этом присутствует очевидная недоработка со стороны рынка труда и образовательных учреждений высшего профессионального образования. Менеджер при этом получает диплом на всю жизнь, чтобы выстраивать в дальнейшем траекторию профессиональной карьеры, доказывать свою конкурентоспособность и развивать конкурентоустойчивость.

Эта траектория выражает не только должностной рост в узкой области деятельности, но и возможность изменения в течение жизни видов и области деятельности в рамках полученной профессии и квалификации, что и обеспечивает конкурентоустойчивость в ее полном проявлении.

Таким образом, во влиянии социально-экономических перемен прослеживается некая цикличность, обусловленная изменениями трехстороннего порядка, в котором инициатором перемен могут выступать работодатели, рынок труда, новые условия экономического развития, потребности личности.

Конкурентоустойчивость в этом случае будет обозначать соответствие новым требованиям и ожиданиям всем субъектам данного процесса. Однако возможны влияния и социально-экономических перемен в условиях глобализации, в которых тенденции мирового рынка могут оказать воздействия на национальный и региональный рынок труда.

В том и в другом случае взаимодействия вузы как социальный институт продолжают нести сопутствующую нагрузку и сохраняются в данном процессе как обязательный элемент взаимодействия. Роль вузов остается очевидной. Тем не менее, несмотря на условно равное влияние всех субъектов на процесс формирования конкурентоустойчивости, в данном случае очевиден приоритет рынка труда в этом трехстороннем взаимодействии.

Глава 5 ИНФОРМАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Право на свободный доступ к информации является одним из фундаментальных в любом демократическом государстве. В деятельности государственных органов власти информация играет особую роль.

Доступ физических и юридических лиц к государственным информационным ресурсам является основой осуществления общественного контроля, в том числе за деятельностью государственных органов власти, органов местного самоуправления, общественных, политических и иных организаций, способствует повышению уровня прозрачности деятельности государственных структур, снижает коррупцию.

Высокий уровень развития информационных технологий, в первую очередь в государственном секторе, естественным образом указывает на общую технологическую мощь государства.

Информационная основа общества объективирует развитие политической системы и практику государственного строительства современной России. Вопросы открытости власти и доступа граждан к информации два последних десятилетия находятся в центре общественно – политических дискуссий.

Информационное пространство в современном мире в значительной мере совпадает с политическим пространством. И если раньше для успешного завоевания, удержания и использования политической власти определяющую роль играли традиционные материальные ресурсы, то сейчас – ресурсы информационные.

Для России институт открытости информации является новым, его внедрение, происходит в условиях сложной трансформации экономической и политической систем. В настоящее время наблюдается процесс установления единых и понятных «правил игры» для всех субъектов

политики в информационной сфере. Эти правила должны отражать не только принципы, но и закрепляться в механизмах, обеспечивающих прозрачность власти и доступ к ее информационным ресурсам.

Проблема информационной открытости государственной власти привлекает пристальное внимание политологов, юристов, социологов, социальных психологов, специалистов в области современных информационных технологий.

Объясняется исследовательский интерес и тем, что практика строительства правового государства подтверждает: между правами человека, зафиксированными в Конституции РФ, других законодательных актах, и реальной возможностью и способностью граждан эти права реализовывать, – значительная дистанция.

В научной литературе к исследованию политики информационной открытости органов власти в современной России выявляются различные подходы: федеральный, региональный, технологический, правовой, социальный.

Однако, несмотря на обилие работ, связанных с информационной политикой и взаимодействием органов власти со средствами массовой информации, практически отсутствуют исследования, посвященные политике информационной открытости власти в субъектах РФ с точки зрения их особенностей, факторов и моделей обеспечения в системе «власть – СМИ – общество» [13, с.71].

Информационная открытость – это организационно – правовой режим деятельности любого участника социального взаимодействия, обеспечивающий любым участникам этого взаимодействия возможность получать необходимый и достаточный объем информации (сведений) о своей структуре, целях, задачах, финансовых и иных существенных условиях деятельности [21, с.113].

Исследованием вопросов, связанных с политикой информационной

открытости региональных и муниципальных органов власти, их информационным взаимодействием с населением и структурами гражданского общества занимается все большее число российских ученых. Практические направления обеспечения эффективной информационной политики находятся в фокусе интересов деятелей властной элиты и государственного аппарата, партий и общественных движений различной идейно – политической направленности, принимающих активное участие в текущем российском политическом процессе [45, с.176].

Вместе с тем, по признанию ряда ученых – исследователей и специалистов, задействованных в сфере практической политической и информационной деятельности, едва ли можно говорить о наличии четкого понимания того, что подразумевается под государственной информационной политикой вообще и политикой информационной открытости в частности, каковы их содержание, основные направления.

И хотя сегодня на федеральном уровне процесс формулирования основных направлений государственной политики информационной открытости идет достаточно активно, в регионах действенные методы осуществления такой политики еще не выработаны [26, с.187].

Содержание понятия «информационная открытость» определяется в научной литературе как организационно – правовой режим деятельности любого участника социального взаимодействия, обеспечивающий любым участникам этого взаимодействия возможность получать необходимый и достаточный объем информации (сведений) о своей структуре, целях, задачах, финансовых и иных существенных условиях деятельности. При этом открытость власти – это, по мнению И.А. Бегониной:

- минимизация рисков, связанных с подготовкой управленческих решений большого социального масштаба, возможность достаточно точно спрогнозировать вероятные последствия их принятия;
- предоставление гражданам возможности успешно подготовиться

к ожидаемым подвижкам в экономической и социальной ситуации;

- предотвращение или как минимум снижение угрозы отчуждения;
- не чрезвычайная и не конфронтационная, а инициативная мобилизация общественных сил на решение проблем самого общества;
- прибавление социального, политического, экономического, психологического потенциала федерализма;
- синхронизация процессов, протекающих в центре и на местах;
- оповещение региональных и местных властей об оптимальном курсе федеральной власти.

Подобный подход выявляется и у Ю.А. Нисневича, утверждающего, что политика, в том числе и информационная, в развивающемся современном обществе не может быть исключительно прерогативой государства. При этом объектом информационной политики является весь социум – с социальными группами и общностями, элементами гражданского общества, национальными и наднациональными структурами, государствами и их союзами с их связями и взаимоотношениями.

К обобщенным функциональным задачам государственной информационной политики в связи с отмеченным, по нашему мнению, следует отнести:

- обеспечение открытого информационного обслуживания населения на основе развития массового информационного обмена и массовых коммуникаций;
- информационное обеспечение деятельности системы государственных органов власти и местного самоуправления;
- обеспечение открытого информационного взаимодействия гражданского общества и власти, включая государственную и местную;
- модернизация информационно – телекоммуникационной инфраструктуры;
- развитие информационных, телекоммуникационных технологий;

– эффективное формирование и использование национальных информационных ресурсов и обеспечение широкого, свободного доступа к ним;

– создание необходимой нормативной правовой базы построения информационного общества [31, с.64].

Следует также заметить, что проблемам реализации политики информационной открытости на современном этапе, взаимодействия органов власти со средствами массовой информации посвящено немало научных трудов. Обращает на себя внимание, например, работа И.Н. Смирнова «Информационная политика как фактор реализации взаимодействия власти и общества: на примере деятельности Федерального собрания Российской Федерации» [19, с.170].

Несмотря на разнообразие публикаций и обширный спектр теоретических подходов по вопросам формирования и реализации информационной политики, саму проблему информационной открытости органов региональной и местной власти нельзя признать достаточной: отдельные исследователи, например, А.В. Шевченко, Ю.А. Гончаров, Ф.Ю. Кушнарев, Е.В. Петрова и др., отмечают, что практика становления государственной политики информационной открытости значительно опережает как законотворческую деятельность в этой сфере, так и уровень ее теоретического осмысления.

До середины 90 – х гг. XX века информационная политика в сфере СМИ со специальным выделением проблем государственной политики открытости информации не была объектом теоретико – методологических исследований. Периодически она привлекала внимание общественной мысли, вместе с тем только в последнее время к ней стал проявляться стойкий интерес со стороны ученых, политиков, практиков [53, с.74].

При этом появившиеся отдельные работы этого периода лишь затрагивали проблему, подчеркивали ее актуальность, рассматривали

некоторые из ее аспектов. Например, это работы В.А. Смагина, Л.А. Лепиховой, С.Ю. Минаева, Т.И. Арсеньевой и др. В современной науке, к сожалению, все еще нет сводных, системных работ, включающих всестороннюю характеристику теоретико-методологической базы государственной политики информационной открытости, формирующих ее концепцию, дающих развернутый анализ государственного регулирования системы отношений «власть – СМИ – общество». Не сформировался и единый подход к определению содержания этой политики.

В последние годы опубликовано немало исследований по государственной информационной политике, роли СМИ в обеспечении информационного порядка в обществе, в которых представлены разнообразные позиции ученых – таких, например, как М.Н. Афанасьев, К.В. Маркелов, В.Д. Попов, А. В. Шевченко, А.В. Манойло, И.Л. Ненастьева, М.А. Богданова, Ю.А. Нисневич, Ф.Ю. Кушнарев и др.

Их итогом стала постановка различных проблем и вопросов как теоретико-методологического, так и прикладного характера. Ученые искали ответы на вопросы: каковы сущность и содержание государственной политики открытости информации; кто должен формировать государственную информационную политику, а кто – быть ответственным за ее реализацию; возможно ли оптимизировать процесс проведения в жизнь базовых принципов государственной информационной политики и какова в этом процессе роль СМИ. Одним из пробелов в научных трудах, посвященных данному вопросу, является, по нашему мнению, отсутствие должного внимания к региональному аспекту проблемы.

Конкретной аналитике взаимодействия государственной власти и средств массовой информации посвящена работа А.Е. Зимина. Автор доказывает, что на сегодняшний день у российской государственной власти как на центральном, так и региональном уровне отсутствует целостная

(единая) информационная политика. Это влияет не только на взаимоотношения со СМИ, но и на ход демократических преобразований, приводит к снижению уровня политической культуры общества [26, с.176].

Таким образом, обеспечение непрерывной коммуникации в социальной системе является источником ее существования. Поскольку стержнем связей с общественностью является коммуникация, то в данном случае становится важной роль именно связей с общественностью, как способа поддержания коммуникации между отдельными элементами социальной системы. Постоянное совершенствование работы по обеспечению открытости деятельности государственных органов власти — самый верный путь к повышению доверия населения к властным структурам, успешному осуществлению проводимых в стране преобразований.

Принцип открытости является основополагающей ценностью демократии. Такой подход предполагает создание механизмов прозрачности деятельности государственных органов и инструментов обратной связи, позволяющим гражданам взаимодействовать с органами власти.

В аналитическом спектре – наиболее важные законы и документы, связанные с правовым обеспечением информационной открытости государственных органов власти, можно выделить следующие: закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» (2009 г.), закон «О средствах массовой информации» (1991 г.), закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (1995 г.), Указы Президента РФ «О дополнительных гарантиях права граждан на информацию» (1994 г.), «О мерах по обеспечению открытости общедоступности нормативных актов» (1995 г.), Постановление правительства РФ «Об улучшении информационного обеспечения населения РФ» (1996 г.) и др.

Формирование политико– правовых основ доступа к информации органов власти привело к появлению и нового научного направления –

информационного права, в рамках которого систематизированы нормы регулирования государственно – политических и организационно – правовых отношений в области доступа к информации, защиты конституционных прав граждан в этой сфере [42, с.143].

Вместе с этим анализ законодательной базы Российской Федерации, в том числе и ее региональной составляющей, направленной на обеспечение информационной открытости органов власти, выявил ее несовершенство и очевидные противоречия. Новые правовые нормы в этом направлении во многом декларированы из – за отсутствия четких механизмов их реализации.

В качестве позитива выступает принятый в 2009 году закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».

Именно он выводит Россию на новый уровень выстраивания отношений между властью, СМИ и обществом. Сам факт принятия этого акта – знаменательное событие для страны, так как демонстрирует готовность власти к открытому диалогу с общественностью. А с другой стороны, рельефно выражена позиция чиновников: не перестраивать свою деятельность с учетом современных требований. Отметим и то, что идея реализации закона вступает в противоречие с его же статьей 24, согласно которой контроль обеспечения доступа к информации о деятельности органов власти осуществляют сами же органы власти.

Базовые принципы в вопросе регулирования информационной открытости государственных органов власти закреплены в Конституции Российской Федерации.

Ст. 24 п.2: «Органы государственной власти и органы местного самоуправления, их должностные лица обязаны обеспечить каждому возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы, если иное не предусмотрено законом».

Ст. 29 п.4: «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом» [59, с.84].

Таким образом, данные права закреплены в основном законе государства. Однако как показывает практика, реализуются они далеко не в полной мере.

В связи с принятием федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», возник новый институт свободы доступа к официальной информации, на который возлагают особые надежды, связанные с противодействием коррупции. Высокая эффективность указанного института в сфере минимизации коррумпированности многих стран доказана международным опытом.

Полагаем, что недостатком данного нормативно – правового акта является отсутствие в нормах данного ФЗ закрепления современных общественно – государственных систем контроля за исполнением его норм и защиты прав его субъектов на надлежащее качество доступа к информации о деятельности государственных органов.

Данный закон 2009 г. не развил содержание нормы, закрепленной п. 6 ст. 8 ФЗ 2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Согласно этой норме решения и действия (бездействие) государственных органов, должностных лиц, нарушающие право на доступ к информации, могут быть обжалованы лишь «в вышестоящий орган или вышестоящему должностному лицу либо в суд».

Между тем, подписанная 22 июля 2000 г. среди прочих лидеров стран «Большой Восьмерки» и Президентом Российской Федерации Окинавская хартия глобального информационного общества отмечает необходимость в

условиях глобального информационного общества более широкого использования альтернативных механизмов разрешения споров [17, с.109].

В этом контексте следовало бы вспомнить про опыт подавляющего большинства зарубежных стран, имеющих в своих правовых системах аналогичные законы, чье законодательство и практика предусматривают формирование специализированных государственно – общественных органов с полномочиями по работе с жалобами, контролю и надзору за реализацией законодательства об информационной открытости публичной власти.

В качестве успешных примеров такого рода институций информационной справедливости XXI века можно привести деятельность Комиссара и Трибунала по вопросам информации, как досудебных органов по рассмотрению споров, возникающих в ходе применения закона Великобритании 2000г. « О свободе информации» или Комиссию по доступу к административным документам (САДА), которая является независимым парламентским учреждением (Португалия) и т.д.

Представляется целесообразным рассмотреть вопрос о разработке и внесении в установленном порядке поправки в ст. 23 ФЗ № 8, содержанием которой явилось бы закрепление создания, например, при Общественной палате Российской Федерации и общественных палатах субъектов Российской Федерации органов общественно – государственного контроля за реализацией норм ФЗ № 8. Наиболее подходящим прототипом такого органа или их системы могла бы послужить Судебная палата по информационным спорам, действующая в 1994 – 2000 годах при Президенте Российской Федерации [24, с.176].

В 2009 году Президентом Российской Федерации был подписан Федеральный закон от 9 февраля 2009 года № 8 – ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», направленный на повышение открытости

органов власти для граждан. Сегодня задачи, определенные федеральным законом, еще более расширены Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления». Президентом поставлены задачи:

- комплексного повышения качества официальных интернет – сайтов государственных органов, доступных в сети Интернет для всех аудиторий и содержащих актуальную информацию о деятельности государственных органов и порядке предоставления государственных услуг;

- повышения прозрачности деятельности государственных органов власти и местного самоуправления;

- обеспечения доступа к открытым данным.

В связи с этим в рамках совершенствования государственного управления ведется работа по следующим направлениям:

- мониторинг официальных сайтов государственных органов и органов местного самоуправления;

- размещение общедоступной информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления в сети Интернет в форме открытых данных.

Информационная открытость является одним из приоритетных направлений работы «Открытого правительства».

Все создаваемые механизмы, направленные на повышение информационной открытости федеральных органов исполнительной власти, работают по принципу обязательной открытости. Это значит, что каждое принятое государственным органом решение в рамках данного направления должно быть опубликовано в сети Интернет.

Информационная открытость государства необходима не только гражданам и бизнес – структурам, но и самим органам власти.

В конечном счете, повышение прозрачности и подотчетности деятельности государственных органов власти и органов местного

самоуправления влечет укрепление доверия граждан и предпринимателей к органам власти.

30 января 2014 года было принято Распоряжением Правительства РФ № 93 – р «Об утверждении Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти» (далее – Концепция). Данная Концепция направлена на повышение эффективности и результативности приоритетных мероприятий по совершенствованию системы государственного управления, определенных Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» и Основными направлениями деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 г., утвержденными Председателем Правительства Российской Федерации 31 января 2013 г.

Концепция разработана с учетом отечественного и международного опыта обеспечения открытости государственных органов. Механизмы (инструменты) открытости внедряются федеральными органами исполнительной власти с учетом методических рекомендаций по реализации принципов открытости в федеральных органах исполнительной власти, утвержденных 26 декабря 2013 г. Правительственной комиссией по координации деятельности открытого правительства (далее – Комиссия).

Для того чтобы обеспечить эффективную реализацию принципов открытости и выполнение задач по повышению уровня открытости, предусмотренных Концепцией, федеральными органами исполнительной власти с учетом принятых нормативных правовых актов и решений Комиссии будут утверждаться ведомственные планы реализации Концепции (далее – ведомственный план).

В ведомственных планах будут определяться основные направления в области повышения уровня открытости государственных органов власти, мероприятия, направленные на совершенствование механизмов (инструментов) открытости, конкретные целевые показатели эффективности

их реализации, а также ответственные должностные лица [36, с.67].

Таким образом, можно констатировать отсутствие системного подхода к правовому обеспечению политики информационной открытости государственных органов власти. Наиболее ценным в реализации политики информационной открытости государственных органов власти должен стать сам процесс подготовки законопроектов, непосредственно затрагивающих фундаментальные права граждан и интересы общества. Возможность быть выслушанными и услышанными должна быть предоставлена представителям всех социальных групп населения.

В условиях нарастающей сложности социальных процессов и новых экономических вызовов серьезной задачей для государственных органов власти является необходимость формирования моделей принятия решений и реализации государственных функций, основанных на активном участии гражданского общества в управлении государством, а также на использовании современных механизмов общественного контроля. Основным направлением совершенствования государственного управления в развитых странах является построение структур управления и использование управленческих подходов, нацеленных прежде всего на обеспечение потребностей и интересов граждан, регулярное распространение достоверной информации и активное взаимодействие между органами государственной власти, экспертным сообществом и институтами гражданского общества [46, с.159].

Сущность открытости государственных органов власти заключается в следующем:

- повышение прозрачности и подотчетности государственного управления и удовлетворенности граждан качеством государственного управления;
- расширение возможностей непосредственного участия гражданского общества в процессах разработки и экспертизы решений, принимаемых

федеральными органами исполнительной власти;

– качественного изменения уровня информационной открытости государственных органов власти;

– развития механизмов общественного контроля за деятельностью государственных органов власти.

Концепция открытости государственных органов власти закрепляет основные принципы, задачи и механизмы (инструменты) их реализации и содержит систему стратегических ориентиров в области обеспечения открытости и прозрачности государственного управления, подотчетности и подконтрольности власти гражданскому обществу и формирования эффективного диалога государственных органов власти с гражданами, общественными объединениями и предпринимательским сообществом. Концепция призвана стать основой системного подхода к повышению уровня открытости государственных органов власти, включающего, в том числе создание методологической основы для дополнения и совершенствования действующей правовой базы.

Информационное общество может эффективно и поступательно развиваться исключительно на основе взаимодействия государства, предпринимательского сообщества и гражданского общества и на принципах свободного и равного доступа к информации и знаниям.

Сформировать информационное общество невозможно силами одних только государственных органов власти, а также исключительно путем создания информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, развивая соответствующие сервисы в различных областях общественной жизни. Вовлечь институты гражданского общества в совместную работу по формированию и развитию информационного общества возможно при условии проведения качественных изменений в деятельности государственных органов власти, построенных на принципах открытости.

В настоящее время законодательством Российской Федерации

урегулированы отдельные аспекты открытости государственного управления.

В принятых нормативных правовых актах установлены отдельные организационно – правовые основы вовлечения граждан и общественных объединений в процесс реализации государственной политики, в том числе в рамках деятельности Общественной палаты Российской Федерации и общественных советов при федеральных органах исполнительной власти, путем участия граждан в общественном обсуждении проектов нормативных правовых актов и решений, разрабатываемых (принимаемых) федеральными органами исполнительной власти, а также посредством оценки гражданами эффективности деятельности государственных органов власти (и их структурных подразделений) с учетом качества предоставления ими государственных услуг.

Разработаны и введены в эксплуатацию государственные информационные системы, обеспечивающие участие граждан в рассмотрении общественных инициатив, проектов нормативных правовых актов и решений государственных органов власти [18, с.184].

Однако в настоящее время действующие правовые нормы не обеспечивают в полной мере системного подхода к повышению открытости государственного управления.

Во-первых, значительная часть нормативных правовых актов, регулирующих вопросы открытости, посвящена преимущественно вопросам доступа к информации о деятельности государственных органов власти, или информационной открытости, что является лишь одним из элементов открытости системы государственного управления.

Во-вторых, правовые понятия, используемые в различных нормативных правовых актах, регулирующих вопросы информационной открытости, зачастую противоречат друг другу, предлагая различные подходы к организации деятельности федерального органа исполнительной

власти по обеспечению открытости.

В – третьих, принятие несистематизированных правовых норм и требований к отдельным механизмам организации взаимодействия государственных органов власти с гражданами Российской Федерации и общественными объединениями приводит к фрагментарности регулирования в этой области и не позволяет в полной мере использовать инструменты общественного вовлечения и общественного контроля в целях повышения качества государственного управления.

В – четвертых, отсутствует нормативно закреплённая система оценки деятельности государственных органов власти по повышению уровня открытости государством, гражданами, общественными объединениями и предпринимательским сообществом.

Системный подход к повышению уровня открытости государственных органов власти достигается путем реализации следующих ключевых направлений:

- определение принципов открытости и задач по их реализации;
- определение основных механизмов (инструментов) реализации принципов открытости и описание для каждого из них перечня основных нормативных требований и рекомендаций для повышения уровня открытости;
- оценка динамики повышения уровня и качества открытости путем проведения регулярного мониторинга и оценки государственных органов власти и в случае необходимости совершенствование правовой базы.

Открытость государственных органов власти – это последовательное и неукоснительное соблюдение при реализации государственных полномочий и функций следующих принципов:

- принцип информационной открытости – своевременное предоставление информации о деятельности государственных органов власти, доступ к которой специально не ограничен федеральными законами,

актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, которая является открытой, общедоступной и достоверной, в формате, удобном для ее поиска, обработки и дальнейшего использования, в том числе в форме открытых данных;

– принцип понятности – представление целей, задач, планов и результатов деятельности государственных органов власти в форме, обеспечивающей простое и доступное восприятие обществом информации о деятельности указанных государственных органов власти;

– принцип вовлеченности гражданского общества – обеспечение возможности участия граждан Российской Федерации, общественных объединений и предпринимательского сообщества в разработке и реализации управленческих решений с целью учета их мнений и приоритетов, а также создания системы постоянного информирования и диалога;

– принцип подотчетности – раскрытие федеральными органами исполнительной власти информации о своей деятельности с учетом запросов и приоритетов гражданского общества, обеспечивая возможность осуществления гражданами, общественными объединениями и предпринимательским сообществом контроля за деятельностью государственных органов власти [22, с.75].

Таким образом, перечень механизмов (инструментов) открытости не является исчерпывающим и может дополняться в установленном порядке по итогам обобщения лучшей практики в области обеспечения открытости государственного управления, а также по усмотрению государственных органов власти при внедрении в своей деятельности принципов открытости.

Развитие нормативно – правовой базы в области обеспечения открытости государственного управления является необходимым условием для внедрения культуры открытости и изменения приоритетов и поведенческих норм в работе государственных гражданских служащих,

основанных на открытости и прозрачности процессов принятия и реализации государственной политики.

Рассмотрим политику информационной открытости на примере деятельности федерального органа исполнительной власти – Федеральной налоговой службы.

Федеральная налоговая служба (ФНС России) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства РФ о налогах и сборах, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью внесения в соответствующий бюджет налогов и сборов.

Также ФНС России является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим государственную регистрацию юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств, а также уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, обеспечивающим представление в делах о банкротстве и в процедурах банкротства требований об уплате обязательных платежей и требований Российской Федерации по денежным обязательствам.

Федеральная налоговая служба как федеральный орган исполнительной власти оказывает государственные услуги.

Федеральный закон Российской Федерации от 27. 07. 2010 г. N 210-ФЗ "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг" регулирует отношения, возникающие в связи с предоставлением государственных и муниципальных услуг соответственно федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации, а также местными администрациями и иными органами местного самоуправления, осуществляющими исполнительно-распорядительные полномочия.

Согласно этому закону, государственная услуга, предоставляемая федеральным органом исполнительной власти – деятельность по реализации функций соответственно федерального органа исполнительной власти, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации полномочий органов, предоставляющих государственные услуги.

Государственная регистрация юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств; ведение Единого государственного реестра юридических лиц и Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей и предоставление содержащихся в них сведений; контроль за соблюдением требований к контрольно-кассовой технике, порядком и условиями ее регистрации и применения; контроль и надзор за полнотой учета выручки денежных средств в организациях и у индивидуальных предпринимателей; прием Единой (упрощенной) налоговой декларации; прием налоговой декларации о доходах, полученных российской организацией от источников за пределами Российской Федерации; прием налоговой декларации по налогу на добавленную стоимость – далеко неполный перечень государственных услуг, оказываемых Федеральной налоговой службой.

Говоря о качестве предоставления государственной услуги, будем рассматривать ее три основных аспекта: компетентность, доступность и оперативность. И в этой части нельзя не учитывать стремительно возрастающую роль интернет-технологий. Интернет становится одним из основных каналов получения информации.

Следовательно, приоритет во взаимодействии с налогоплательщиками – это, прежде всего, электронные сервисы, позволяющие получать услуги с использованием открытых данных налоговой службы через Интернет. Сервис «Личный кабинет налогоплательщика для физических лиц»

позволяет получать актуальную информацию о задолженности по налогам перед бюджетом, о суммах начисленных и уплаченных налоговых платежей, об объектах собственности, позволяет контролировать состояние расчетов с бюджетом, получать и распечатывать налоговые уведомления и квитанции на уплату налогов, осуществлять оплату, заполнять налоговую декларацию 3-НДФЛ в режиме «онлайн», направлять декларацию 3-НДФЛ в налоговый орган, подписанную электронной подписью налогоплательщика, отслеживать статус камеральной проверки декларации 3-НДФЛ, обращаться в налоговые органы без личного визита.

Сервис «Онлайн запись на прием в инспекцию» предоставляет возможность всем категориям налогоплательщиков записаться на прием в инспекцию на любую услугу, спланировав визит в инспекцию заранее.

Сервис «Узнай ИНН» позволяет узнать свой идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), узнать ИНН физического лица.

Сервисы «Узнать о жалобе», «Решения по жалобам» предоставляют возможность организациям и физическим лицам получать информацию о ходе и результатах рассмотрения обращений (жалоб, заявлений, предложений), поступивших в Федеральную налоговую службу за исключением информации, доступ к которой ограничен законодательством Российской Федерации.

Сервис «Предоставление налоговой и бухгалтерской отчетности в электронном виде» позволяет направить в налоговый орган налоговую и бухгалтерскую отчетность в электронном виде без посещения инспекции.

Сервис «Заплати налоги» - единый сервис с навигацией, которым могут воспользоваться как предприниматели, так и граждане. Юридические лица и индивидуальные предприниматели могут в режиме он-лайн заполнить платежное поручение или уплатить госпошину, а граждане узнать свою задолженность, войти в «Личный кабинет», а также уплатить налоги с помощью сервиса «Заплати налоги». Данный сервис позволяет

налогоплательщикам - физическим лицам формировать платежные документы на уплату имущественных налогов.

Разобраться в сложных вопросах применения налогового законодательства и всегда быть в курсе последних изменений помогает сервис «Разъяснения Федеральной налоговой службы, обязательные для применения налоговыми органами». Пользователи сайта ФНС России сегодня могут по электронной почте получать сообщения о размещении в данном разделе новых методологических разъяснений.

Размещенные в нем документы содержат правовую позицию, согласованную с Минфином России и обязательны к применению всеми налоговыми органами страны. Соответственно, к налогоплательщику, использующему в налоговых вопросах положения писем, размещенных в сервисе, не может быть претензий со стороны налоговых органов. База данных сервиса еженедельно пополняется актуальными разъяснениями по вопросам методологии исчисления и уплаты всех налогов и сборов, имеющихся в налоговом законодательстве.

Всего на сайте ФНС России существует 35 электронных сервисов для предоставления государственных услуг налогоплательщикам.

Клиенториентированность, информационная открытость, модернизация сервисных возможностей стали для ФНС России приоритетными направлениями. Служба стремится максимально повысить качество предоставления услуг, обеспечить «понятность» и предсказуемость деятельности налоговых органов, а также доступность и открытых информационных ресурсов для граждан, построение диалога, позволяющего выявить недостатки работы налоговых органов.

Итак, полноценное ознакомление граждан с работой органов власти не является отдельной самостоятельной ценностью, если интересы и запросы гражданского общества не воспринимаются властью в полной мере. Для развития гражданского общества и повышения качества жизни более

значима способность власти начать работать более эффективно, если развитие технологий позволяет достичь этого, выйти на новые уровни взаимодействия с социумом.

Таким образом, информационная открытость - это организационно-правовой режим деятельности участников социального взаимодействия, обеспечивающий возможность получать необходимый и достаточный объем информации (сведений) о своей структуре, целях, задачах, финансовых и иных существенных условиях деятельности.

Можно сделать вывод о том, что обеспечение непрерывной коммуникации в социальной системе является источником ее существования. Поскольку стержнем связей с общественностью является коммуникация, то в данном случае становится важной роль именно связей с общественностью, как способа поддержания коммуникации между отдельными элементами социальной системы.

Постоянное совершенствование работы по обеспечению открытости деятельности органов государственной власти — самый верный путь к повышению доверия населения к властным структурам, успешному осуществлению проводимых в стране преобразований.

Совокупность сделанных в ходе исследования выводов в отношении информационной открытости органов государственной власти позволяет утверждать: несмотря на расширяющийся массив исследований по данной проблеме, в значительной степени за границей исследовательского интереса остается целостное изучение информационной открытости, представляющей собой самостоятельный, специфический феномен политической жизни, формирующийся и функционирующий посредством целенаправленной государственной политики.

В отечественной науке недостаточно концептуально осмыслены понятие и принципы государственной политики информационной открытости государственной власти.

Глава 6 УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В современной экономике, социологии и психологии существует множество определений консалтинга. Не так давно консалтинг определялся как работа специализированных организаций по экономическому, финансовому, торговому, правовому консультированию предприятий, фирм, предпринимателей, как набор средств и методов по преодолению кризиса организации.

Считалось, что консалтинговые фирмы предоставляют услуги по организации и ведению предпринимательской деятельности, осуществлению маркетинговых исследований, разработке маркетинговых программ, изучению рынка. Сегодня под консалтингом понимают такой вид интеллектуальных услуг, который связан с решением сложных проблем предприятия в сфере управления и организационного развития

Главный аргумент в пользу привлечения консультанта заключается в возможности услышать мнение достаточно компетентного специалиста по проблемам, интересующим фирму. Естественно, что и соответствующие решения, рекомендации и т. п. выступают как исключительно полезные для фирмы результаты консалтинга.

Главный аргумент против привлечения консультанта – это то влияние, которое предстоящая консультационная работа может оказать на деятельность фирмы в целом и на ее сотрудников.

Нередко наблюдалась ситуация, когда неверная постановка цели консультационной работы, ее неэффективная организация, непродуманное взаимодействие консультантов и персонала крайне негативно отражаются на деятельности фирмы и на психологической атмосфере внутри коллектива фирмы.

Наиболее существенными критериями для оценки консалтинговой компании являются следующие: стоимость, сроки реализации проекта и объем оказываемых услуг.

При расчете стоимости и сроков подготовки к сертификации во внимание принимают: численность сотрудников, охваченную системой менеджмента; наличие филиалов; заявленные обоснованные исключения из требований стандартов; режим работы.

Проект подготовки к сертификации, как правило, включает в себя три этапа:

Этап 1: Тестирование, анализ и оценка существующей системы управления организации на соответствие требованиям выбранного стандарта. Разработка Плана мероприятий.

Этап 2: Консультационно-методические услуги по разработке и документированию системы менеджмента организации.

Этап 3: Консультационно–методическая поддержка при внедрении документированной системы менеджмента организации.

Опыт работы консалтинговой компании.

Целесообразно узнать общий опыт работы консалтинговой компании, опыт консультирования по заявленному стандарту и опыт работы с организациями аналогичного профиля или специфики.

Штат консультантов.

Имеет смысл оценить численность и квалификацию штатных и привлекаемых внештатных консультантов.

Предпочтительней является компания, располагающая большим числом штатных консультантов, чья квалификация официально признана органами по сертификации персонала, а также компания, имеющая квалифицированных преподавателей и официально зарегистрированные курсы подготовки персонала.

Оценку консультантов следует проводить по следующим критериям: образование, знания и навыки, опыт работы, поддержание и повышение компетентности, личные качества.

Текущие проекты.

Следует ознакомиться с перечнем текущих проектов консалтинговой компании, желательно с указанием выполняемой стадии каждого из них. Необходимо выяснить, были ли у консалтинговой компании клиенты аналогичного профиля, и если да — запросить отзывы.

Завершенные проекты.

Информация о том, какое число бывших клиентов после создания продолжили пользоваться услугами данной консалтинговой компании, также может быть интересна для анализа.

Предлагаемый спектр услуг.

Большой спектр услуг, которые консалтинговая компания может предложить своим клиентам, как в процессе создания системы менеджмента, так и при ее дальнейшем развитии, говорит о постоянном повышении квалификации специалистов и серьезной методической работе в компании. Дополнительной услугой может быть сопровождение процесса сертификации и оказание методической помощи при разработке коорректирующих действий по результатам сертификации. По результатам оценки организация-заказчик делает свой окончательный выбор и заключает договор на оказание консультационных услуг.

Организация Центра консалтинга.

В условиях современной экономики консалтинговая деятельность является обязательным элементом инфраструктуры бизнеса.

Следовательно, целесообразно создание специализированной организации, задачами которой будут являться:

- аккумуляция управленческого опыта, пропаганда и внедрение современных подходов, технологий и методов менеджмента;

- формирование условий для обмена опытом между организациями, предприятиями, научными и учебными учреждениями;
- проведение самостоятельных научных исследований, публикация научных работ, подготовка диссертаций;
- создание сетевых сообществ, организация и проведение консалтинговой, образовательной, коммуникативной деятельности в виртуальной среде;
- осуществление консалтинговых услуг как для хозяйственных организаций, так и муниципальных органов.

Для эффективной работы консалтинговой организации необходимо соблюдение следующих принципов:

1. Постоянное сопровождение клиента, нацеленность на долгосрочное сотрудничество.
2. Использование и распространение самого передового опыта, самых современных научных достижений.
3. Создание сетевых сообществ с вовлечением в сеть наиболее активных, высококвалифицированных специалистов, передовых организаций.
4. Направленность на будущее, использование, так называемых, форсайт-подходов.
5. Учет региональных особенностей – политических, экономических, социально-культурных, географических.
6. Ориентация на сотрудничество с региональным правительством, участие в региональных программах, проектах, инвестиционных форумах.

В конечном итоге консалтинговая организация, входя в инфраструктуру бизнеса, становится его интеллектуальным центром, стимулирует развитие бизнеса, его инновационную направленность. И это касается не только крупного и среднего бизнеса, но и, в большой степени, малого бизнеса.

Результаты проведенных исследований по вопросам управленческого консалтинга, позволяют сделать вывод о том, что в настоящее время является актуальной идея создания Форсайт-центра.

Можно определить Форсайт как методологию, в основе которой находятся математические и экспертные методы, отличающихся глубиной и масштабностью исследования, привлечением специалистов с самой высокой квалификацией, направленностью на стратегическое прогнозирование и выявление ключевых прогрессивных направлений развития, имеющих поворотное значение для мирового сообщества.

Проектирование консалтинговой организации осуществляется по следующему алгоритму:

1. Маркетинговый анализ спроса на консалтинговые услуги и уровня конкуренции. Сегментация рынка консалтинговых услуг.

2. Разработка миссии и стратегического видения Центра.

3. Составление перечня и описание характеристик консалтинговых услуг в соответствии с выбранными сегментами. Определение требований к консультантам с построением «профиля консультанта».

4. Разработка операционного плана работы Центра и на его основе определение:

– состава персонала;

– потребностей в материальных ресурсах;

– величины инвестиционных и операционных издержек.

5. Построение организационной структуры Центра и разработка необходимых организационных документов: коллективного договора, положения о подразделениях, штатного расписания, должностных инструкций, рабочих инструкций и регламентов.

6. Построение деловой инфраструктуры Центра с определением партнеров, совместно выполняемых задач, необходимого документооборота.

7. Разработка плана маркетинга по продвижению услуги, ценообразованию, стимулированию продаж. Определение потенциального объема рынка по выбранным сегментам и прогнозирование объема продаж по годам.

8. Расчет финансовых показателей проекта создания Центра консалтинга, экономическое обоснование его эффективности.

Маркетинг консалтинговых услуг.

Маркетинг консалтинга имеет свои особенности, что связано, прежде всего, с нематериальностью этой деловой услуги, ее интеллектуальным содержанием. Кроме того, эта услуга не является обязательной для выполнения хозяйственной деятельности организации, являющейся потенциальным клиентом, в отличие, скажем от услуги по поставке сырья и материалов, энергетическому обеспечению. Важнейшими средствами продвижения консалтинговых услуг является реклама и публицити.

Этапы процесса консультирования.

Процесс консультирования не является формализованным и типизированным процессом, во многом его ход определяется видом консультирования, характером решаемой проблемы, сложившейся ситуацией, степенью привлечения консультанта, его индивидуальными технологиями.

Тем не менее, можно выделить основные этапы процесса консультирования:

1. Предварительный (нулевой).

На этом этапе руководители и специалисты предприятия идентифицируют проблему, понимают ее значение для организации, оценивают ее факторное, причинно-следственное влияние на другие организационные составляющие.

Необходимо принять решение – будет проблема устранена собственными силами, либо необходимо привлечь консультанта.

2. Предпроектный этап.

Он заключается в установлении контактов и первичном формировании консультант-клиентских отношений.

Большое значение здесь имеет способность консультанта к общей и достаточно быстрой оценке проблемной ситуации и, конечно, к оценке собственных сил.

Немаловажна предварительная оценка планируемого к реализации консалтингового проекта по параметрам:

1. Виды необходимых работ.
 2. Сложность, трудоемкость, инновационность работ.
 3. Необходимые материальные, человеческие, финансовые ресурсы.
 4. Длительность проекта.
 5. Риски проекта.
- ### 3. Проектный этап.

Проектный этап в свою очередь может включать несколько подэтапов:

- 3.1. Первичная диагностика.
- 3.2. Разработка рабочего проекта.
- 3.4. Реализация проекта.

Первичная диагностика (экспресс-анализ) является очень важной, поскольку она позволяет путем сбора, структурирования, аналитической обработки данных получить описание текущей проблемной ситуации – «как она есть» – и в форме аналитико-логической модели и форме представлений, образов и даже ощущений консультанта.

Консультант должен использовать свой логический и интуитивный интеллект, задействовать левое и правое полушарие мозга и, в итоге, объединять эти две «картинки» в одну, дающее наиболее полное представление об объекте исследования.

Предмет исследования определяется темой, содержанием, целями консультационного проекта, варьируясь по ширине от, например, анализа стилей управления, до комплексного анализа кризисной ситуации.

Тем не менее, при любом виде консалтинга и предмете исследования, целесообразно оценить предприятие, его продукты, результаты его хозяйственной деятельности и финансовое состояние в целом, систему управления и только потом переходить к конкретному объекту и предмету исследования. Это обусловлено системностью явлений, связью общего и частного, взаимным факторным влиянием элементов организационной структуры.

Целесообразно сделать прогнозы изменения ситуации, оценить внутренние возможности, потенциал для развития организации.

По результатам диагностики создается отчет, готовится и проводится презентация для руководителей предприятия, ответственных и заинтересованных лиц.

После этого, с учетом результатов обсуждения отчета осуществляется разработка консалтингового проекта, в котором определяются [2]:

1. Актуальность для предприятия, цель и задачи исследования и проектирования.
2. Объект и предмет исследования и проектирования.
3. Методология исследования, конкретные методы и инструменты.
4. Оргструктура консалтинговой проектной команды, распределение между участниками проектных задач, прав и ответственности.
5. План-график выполнения консалтинговых работ.

В проекте могут быть предусмотрены необходимые предпроектные мероприятия, касающиеся вовлечения персонала организации в консалтинг, проведения необходимых организационных изменений.

4. Послепроектный этап.

По окончании консалтинга могут иметь место разные варианты развития событий:

1. Консультант завершает свою работу. Подписывается акт выполненных работ. Реализацией проекта, направленного на решение проблемы организации, занимается сама организация или используется аутсорсинг.

2. Консультант продолжает работу, сопровождая реализацию проекта и оказывая требуемую консалтинговую помощь. Для этого при необходимости составляется новый договор на оказание консалтинговых услуг.

3. Консультант включается в реализацию проекта как его исполнитель или участник проектной команды.

Часто бывает так, что сам процесс консалтинга сопровождается организационными изменениями, направленными на решение указанной проблемы. По завершению необходимых организационных изменений осуществляется оценка того, что было сделано, какие результаты получены, насколько достигнуты поставленные цели, в чем причины отклонений от проекта. При необходимости осуществляются корректирующие мероприятия.

Оценка также должна быть направлена на расчет эффективности проекта.

Прежде всего, необходимо качественно (субъективной описательной, рейтинговой или бальной оценкой) или количественно (системой показателей) оценить полученный эффект, который может быть экономическим, управленческим, техническим, научным, социально-культурным, экологическим и пр.

Эффект может быть немедленным, т.е. получен в процессе консалтинга, или отсроченным – полученным спустя определенное время.

Экономический эффект может быть получен за счет:

- прироста выгоды (дохода, прибыли);
- экономии материальных, человеческих, информационных ресурсов;

– снижения потерь, например, связанных с производственными, коммерческими, финансовыми рисками.

Экономическая эффективность ($\Theta_{\text{эф}}$) определяется как отношение полученного экономического результата к понесенным затратам в долевым или процентном измерении:

$$\Theta_{\text{эф}} = \text{ЭВ} / \text{З}, \quad (1)$$

где ЭВ – экономическая выгода, ден.ед.; З – понесенные затраты, ден.ед.

Если $\Theta_{\text{эф}} = 1$, то проект не дал требуемого экономического эффекта, хотя при этом могут иметь место другие виды эффекта;

если $\Theta_{\text{эф}} < 1$, то проект оказался экономически не выгодным;

если $\Theta_{\text{эф}} > 1$, то проект является эффективным и, соответственно, чем больше это отношение, тем больше экономическая эффективность консалтинга.

Кроме того эффективность может быть определена как степень достижения поставленных целей, что измеряется отношением результата к поставленной цели. В общем виде:

$$\Theta_{\text{эф}} = \text{ЭВ} / \text{Ц}, \quad (2)$$

где Ц – запланированная экономическая выгода.

Если $\Theta_{\text{эф}} = 1$, то проект оказался эффективным, т.к. цель достигнута;

если $\Theta_{\text{эф}} < 1$, то, соответственно, проект не эффективен, его цели не достигнуты;

если $\Theta_{\text{эф}} > 1$, то проект эффективен.

При таком подходе к определению эффективности консалтинга может быть рассчитана не только экономическая, но и другие виды эффективности, так для расчетов могут быть использованы какие-то натуральные показатели, как абсолютные, так и относительные.

Например, можно соотнести количество конфликтов за определенный период до и после проведения обучающего консалтинга.

Эффективность в управленческом консультировании можно также определить качественно, субъективно как степень удовлетворенности клиента, соотнеся его ожидания и удовлетворение результатами.

Кроме того, можно говорить об информационной эффективности, эффективности обучения как отношение прироста полученной информации, приращенных знаний к соответствующим затратам.

Безусловно, в зависимости от содержания проекта и вида эффекта можно использовать такие общепринятые показатели эффективности, как производительность труда, фондоотдача, рентабельность и пр.

Во многих случаях – инвестиционный или инновационный проект, проект с отложенной выгодой целесообразно использовать методы, основанные на дисконтировании.

Организации, пользующиеся услугами консультантов несут определенные материальные затраты и поэтому, естественно заинтересованы в их окупаемости. Усложнение проблематики ежедневной деятельности и все более углубляющаяся специализация труда руководителей организаций создают более благоприятные предпосылки и широкие возможности для использования руководителями в повседневной работе консультационной помощи.

Одним из важных вопросов является оценка качества консультаций. При оценке качества консультирования целесообразно применять критерии качества используемых методов консультирования и организации процесса консультирования. Критерии этого вида позволяют оценить совершенство способов, методов, технологии осуществления консультационных работ, подготовки решений, разработки документов, в которых воплощены эти решения. Качество консультирования - это результирующая воздействия многих факторов, базирующееся на профессионализме исполнителей: консультанта и клиента.

Управление качеством консультационных услуг имеет три уровня:

- 1) базовый - сосредоточен на разработке политики качества консультационных услуг;
- 2) соблюдение параметров - направлен на контроль процесса консультирования на всех этапах;
- 3) общее управление качеством работы - концентрация усилий на повышение квалификации консультантов и развитии их профессиональных качеств.

Факторами, определяющими качество консультационных услуг, являются: качество управления консультационным бизнесом, качество процесса консультирования, качество рекомендаций консультантов, качество опыта клиента, качество информационно-методического обеспечения, качество опыта консультанта.

Эти факторы, в свою очередь зависят от следующих показателей:

- 1) качество управления консультационным бизнесом зависит от стратегии, найма персонала, подготовки и обучения персонала, коммуникаций;
- 2) качество процесса консультирования зависит от организации консультирования, модели консультирования;
- 3) качество рекомендаций консультантов зависит от оценки рекомендаций;
- 4) качество опыта клиента зависит от участия в консультационных проектах, знания процедуры и критериев выбора консультантов, своевременности обращения к консультантам;
- 5) качество информационно-методического обеспечения зависит от базы данных, фондов методов, профессиональных стандартов;
- 6) качество опыта консультантов зависит от удовлетворенности клиента, результативности внедрения рекомендаций.

При этом пять факторов контролируется полностью консультантом, и лишь один - клиентом.

Консультанту необходимо знать оправдывает ли себя его деятельность и расходы на его труд. Определение эффективности рекомендаций консультантов - проблема сложная.

Результативность консультационной деятельности нужно, на наш взгляд, определять исходя из нескольких аспектов.

Главным образом, необходимо принимать во внимание, что консультационная деятельность как процесс состоит из некоторых логических этапов, имеющих временную последовательность.

При этом следует осуществить сбор конкретной информации по итогам консультирования, полученной от консультантов (устные и письменные рекомендации на разных этапах реализации договора, отчеты и т.д.).

Наблюдая за деятельностью предприятия по мере использования рекомендаций консультантов, необходимо проверять чему руководители научились, насколько могут продолжать начатое самостоятельно после ухода консультантов. Нужно определять и состояние, которого достигает организация, следуя советам консультантов.

Для определения полноты и грамотности проведения процесса консультирования рекомендуется ставить ряд проверочных вопросов в ходе совместного обсуждения результатов работы, в котором участвуют консультанты и представители заказчика, найти на них ответы.

Измеримыми результатами консультирования являются отчеты, точнее информация, которая в них содержится.

Для определения качества отчетов, в т.ч. рекомендаций, нужно сопоставление подобных работ, проведенных на разных объектах и разными консультантами. Но гораздо важнее отчетов те новые процессы (т.е. новая организация труда, новый стиль проведения совещаний, новые схемы разделения труда, новые методы управления и т.д.), которые формируются в

консультируемой организации по мере использования рекомендаций консультантов.

Результативность не только количественная, но и качественная сторона деятельности консультанта. Результаты, получаемые клиентом можно подразделить на две группы: прямые и косвенные. Они в свою очередь делятся на количественные и качественные.

Прямые количественные результаты - уменьшение издержек, увеличение доходов, увеличение рентабельности, освоение новых видов продукции, снижение брака и т.д.

Прямые качественные результаты - изменение стиля и методов работы; создание, совершенствование и изменение структуры производства и управления, наличие бизнес-планов и т.д.

Косвенные количественные результаты - привлечение внешнего капитала, приобретение новых партнеров по бизнесу, акционеров.

Косвенные качественные результаты - установление контактов с местными органами власти, деловыми кругами внутри страны и за рубежом.

Основными критериям результативности деятельности консультанта являются следующие:

1) расширение рынка и объема услуг, цена проекта, рентабельность проекта, удельные затраты на маркетинг, структура затрат на маркетинг;

2) экономические показатели: прибыль, структура издержек, затраты на рубль услуг, выработка на одного консультанта, удельный вес заработной платы в стоимости проекта;

3) эффективность разработок и рекомендаций, наличие исков по проекту, наличие положительных отзывов, удовлетворенность работой клиента;

4) предпочтение клиента в выборе консультанта, наличие перспектив дальнейшего сотрудничества;

5) рост профессионализма, опыт, знания, умения, навыки, опыт решения проблем подобного рода, знание специфических особенностей клиентной организации, совершенствование методического инструментария;

6) экономичность: обеспечение социально-экономического эффекта в сопоставлении с затратами на консультирование;

7) выгодность консультационной деятельности.

Главная трудность состоит в определении эффективности консультирования, даже в том случае, когда налицо изменения в результатах производства, так как на результат влияют много разных факторов. Кроме того, трудно отличить вклад консультантов от вклада, внесенного работниками предприятия. Для определения этих трудностей используются коэффициенты и метод экспертных оценок. Экспертами являются руководители и консультанты.

Следующим ключевым вопросом при определении эффективности консультирования является выбор показателей, из которых при этом можно исходить.

Поэтому в тексте договора целесообразно указывать направления, в которых управленческое консультирование может дать положительные результаты, т.е. определить перечень показателей.

После проведения этапа диагностики консультанты сообщают заказчику результаты, и стороны определяют конкретный показатель, по которому определяется эффект. Одним из основных показателей оценки управленческого консультирования в производстве является прирост прибыли.

Это объясняется тем, что этот показатель синтезирует снижение издержек производства, рост объема реализуемой продукции и оценивает изменение объема прибыли.

Эффект - это итог, результат деятельности. Эффективность характеризуется отношением эффекта к затратам ресурсов, обеспечившим

получение эффекта, достижение нужного результата. Иначе говоря, эффективность — это эффект, приходящийся на единицу затрат ресурсов, израсходованных в целях получения достигнутого результата. Если отождествить эффект управленческого консультирования с его качеством, результативностью, а затраты - с расходами на управленческое консультирование, то мы приходим к следующей логической формуле эффективности управленческого консультирования:

$$Э_{ук} = R_k, \quad (3)$$

где $Э_{ук}$ - эффективность управленческого консультирования;

R_k - результативность консультирования;

Z_k - затраты на консультирование.

Каждое мероприятие или решение по управленческому консультированию должно оцениваться с точки зрения конечного результата и рассматриваться в разрезе целей, методов, функций, процессов, организационных структур, т.е. всей совокупности используемых средств воздействия.

Можно сделать вывод, что результативность управленческого консультирования связана с реализацией целей управленческого консультирования и результативностью деятельности консультируемого объекта за определенный период.

Глава 7 НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ

Известно, что проекты как комплексы взаимосвязанных работ осуществлялись на разных исторических этапах существования цивилизации. Научные и практические основы современной методологии проектного управления закладывались, главным образом, в середине XX столетия.

Именно в тот период были разработаны сетевые имитационные модели, которые стали применяться при осуществлении проектов и программ различной сложности и масштабности.

В 1950-х годах в результате объединения усилий М.Уолкера (компания «DuPont» – «E.I. du Pont de Nemours and Company») и Д.Келли (компания «Remington Rand», с 1955 года в результате слияния со «Sperry Corporation» была преобразована в «Sperry Rand») над планированием комплексов работ по модернизации заводов «DuPont» создаётся Critical Path Method (CPM), известный как «метод критического пути», с программной реализацией на ЭВМ «UNIVAC» [10, С. 223]. В 1958 году появляется версия системы PERT (Program Evaluation and Review Technique), разработанная консультантами компании «Booz, Allen & Hamilton» совместно со специалистами «Lockheed Aircraft Co.» по заказу Военно-морских сил США (US Navy) для программы создания и размещения на подводных лодках баллистических двухступенчатых ракет «Поларис (Polaris)».

В 60-х годах, благодаря работам Никанорова С.П., Зуховицкого С.И., Радчик И.А., Абрамова С.А., Мариничева М.И., Полякова П.Д., Голенко Д.И., Разу М.Л., Буркова В.Н. и других советских учёных, а также опубликованному переводу на русский язык книги Роберта Миллера о системе управления ПЕРТ [13], методы сетевого планирования и управления стали активно применяться в различных отраслях народного хозяйства и

промышленности СССР.

Дальнейшие работы в области проектного управления были направлены на создание программного обеспечения указанных и модифицированных методов сетевого планирования и управления, применение системного подхода и кибернетических разработок в управлении проектами и программами, развитие организационного проектирования и проектно-ориентированных организационных структур управления, а также развитие методов командной работы.

Важным шагом к развитию проектного управления стало создание в разных странах профессиональных организаций управления проектами и объединение профессионального сообщества в рамках международной организации. В 1965 году в Швейцарии была основана независимая организация под названием International Management Systems Association (IMSA), а уже в 1967 году на Первом Международном Конгрессе по управлению проектами, состоявшемся в Вене, Международная организация проектного управления получила официальное название ИНТЕРНЕТ [18].

Важным событием для профессионального сообщества стал организованный в Гармиш-Партенкирхене (Бавария) в 1979 году Шестой Всемирный Конгресс ИНТЕРНЕТ, на котором было определено, что основой дальнейшего развития управления проектами становятся не сетевые модели, а методология, учитывающая междисциплинарный характер проектной деятельности и обеспечивающая эффективную реализацию проектов в аспекте достижения поставленных целей, запланированных результатов, стоимости, качества, удовлетворению ожиданий участников и заинтересованных сторон.

В 1996 году международная организация ИНТЕРНЕТ в силу появления одноименной всемирной телекоммуникационной сети сменила своё название на International Project Management Association (IPMA) – Международную ассоциацию управления проектами – и сохраняет его по настоящее время.

В США и Канаде в 1969 году создаётся Project Management Institute (PMI), в Великобритании в 1972 году – Association for Project Management (APM UK), в Германии в 1979 году – German Association for Project Management (GPM), в Австралии в 1976 году – Australian Institute of Project Management (AIPM), в Японии в 1978 году – Engineering Advancement Association of Japan (ENAA), а в 2005 году – Project Management Association of Japan (PMAJ), в СССР в октябре 1990 года – Ассоциация управления проектами «СОВНЕТ», которая в настоящее время является профессиональной организацией проектного управления в России.

Проектно-ориентированный подход к управлению развитием социально-экономических систем основывается на совместном использовании проектного анализа и методологии управления проектами.

Рассмотрим основные аспекты становления и развития проектного анализа как научного направления и области практической деятельности по всесторонней оценке проектов на альтернативной основе для определения их ценности на различных фазах жизненного цикла.

Основные подходы, принципы и методы проектного анализа нашли отражение в разработках:

- Организации по экономическому сотрудничеству и развитию (ОЭСР) – Organization for Economic Cooperation and Development (OECD);
- Организации по промышленному развитию в структуре ООН (ЮНИДО) – United Nations Industrial Development Organization (UNIDO);
- Группы Всемирного банка – The World Bank.

Ведущей международной организацией, которой накоплен ценный опыт выполнения проектного анализа, разработаны соответствующие методики и руководства, является группа Всемирного банка.

В ранних публикациях Всемирного банка проектный анализ рассматривался в узком смысле, то есть отождествлялся, главным образом, с анализом затрат и результатов (Cost-Benefit Analysis) на основе DCF-

методологии (от Discounted Cash Flow – дисконтированный поток денежных средств). В связи с этим необходимо подчеркнуть, что анализ финансовой и экономической эффективности проектов с использованием показателей NPV (Net Present Value – чистая приведенная стоимость, чистый дисконтированный доход), IRR (Internal Rate of Return – внутренняя финансовая или экономическая ставка доходности, внутренняя норма доходности), BCR (Benefit / Cost Ratio – отношение результатов к затратам), PI (Profitability Index – индекс прибыльности, индекс доходности), PBP (Pay-back Period – динамический срок окупаемости, период возмещения единовременных затрат) до сих пор рассматривается Всемирным банком как два основных самостоятельных вида проектного анализа (Financial Analysis – финансовый анализ; Economic Analysis – экономический анализ) [9,17,19,21].

Финансовый анализ выполняется на проектном (микроэкономическом) уровне и вскрывает доходы участников проекта и непосредственно заинтересованных в его реализации юридических и физических лиц: заказчика, акционеров, инвесторов, подрядных и субподрядных организаций и др.

Финансовый анализ инвестиционных проектов имеет несколько разновидностей, и может потребоваться проведение двух или более видов такого анализа в зависимости от типа проекта и поставленных задач. К основным разновидностям финансового анализа относится анализ финансовой рентабельности проекта, анализ потребностей в финансировании, финансовый анализ эксплуатирующей проект организации, анализ возмещения затрат [9].

Экономический анализ проектов выполняется с позиции интересов общества и экономической системы в целом, то есть на макроэкономическом уровне. При всей важности и необходимости финансового анализа, именно экономический анализ проектов отвечает в наибольшей степени целям группы Всемирного банка. Поэтому он является предметом особого

внимания и изучения. Экономические потоки результатов и затрат включают сопутствующие результаты и затраты, связанные с внешними эффектами (экстерналиями) проекта и не учитываемые в финансовом анализе.

Экономические затраты и результаты количественно оцениваются на основе “скрытых цен” («Shadow prices» – не очевидные, расположенные «в тени», скрытые цены), которые могут существенно отличаться от рыночных цен, применяемых в финансовом анализе для оценки соответствующих денежных потоков.

Это делается с целью исключения из показателей экономической оценки составляющих, искусственно завышающих или занижающих значения затрат и результатов в связи с различной ценовой, налоговой, таможенной и прочей политикой государственного регулирования, проводимой правительствами разных стран, в которых реализуются проекты. Искусственные «скрытые цены» экономического анализа в первом приближении соответствуют ценам, которые были бы использованы в сделках на открытом рынке при отсутствии искажающих рынок условий [9,20].

Характерной особенностью последних лет является выполнение финансового анализа и экономического анализа в сравнении ситуаций «мир с проектом» и «мир без проекта», что отличается от сравнения ситуаций «до проекта» и «после проекта». Это позволяет получить более объективную оценку прибыльности (доходности) проекта.

По мере накопления практического опыта, представление о содержании и функциях проектного анализа изменялось, а методики и рекомендации пополнялись новыми положениями.

Это обусловлено возрастающей сложностью и многоаспектностью проектов развития, а следовательно – необходимостью новых подходов к принятию эффективных кредитно-финансовых и инвестиционных решений. Прежде всего, расширялась сама концепция проектного анализа. В

настоящее время Всемирным банком рекомендуется выполнять семь видов проектного анализа: технический, коммерческий, финансовый, экономический, институционально-организационный, социально-культурный и, наконец, экологический [9].

Кроме того, наблюдается тенденция выделения в самостоятельный вид анализа риска, который выполнялся, как правило, в ходе анализа затрат и результатов.

Многие из положений Руководства по проектному анализу Всемирного банка нашли отражение в Методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция) [7], принятых в Российской Федерации, в соответствующих программных продуктах, в работах Волкова И.М., Грачёвой М.В.[12] и других авторов.

Тем не менее, хотелось бы отметить те составляющие проектного анализа, которые являются, по нашему мнению, наиболее «проблемными»:

1. Экономический анализ проектов. В Методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция) для общественно-значимых проектов предусмотрена оценка их общественной эффективности на этапе оценки эффективности проекта в целом. Традиционно сложным является идентифицировать внешние эффекты (экстерналии) проекта: социальные, экологические, экономические и неэкономические в смежных отраслях, особенно, если они носят характер «цепной реакции». Ещё сложнее оказывается оценить их количественно в стоимостном выражении. Кроме того, значение «социальной (общественной) нормы дисконта», которое, по замыслу авторов Методических рекомендаций, должно устанавливаться централизованно органами управления народным хозяйством России в увязке с прогнозами экономического и социального развития страны, как национального параметра [7], до сих пор не устанавливается. Не исключено, что

потребуется использовать и методику определения “скрытых цен”, что связано с региональными различиями в ценах на одни и те же ресурсы.

2. Сопоставление ситуаций «с проектом» и «без проекта», хотя и провозглашается в принципах оценки эффективности, в практике расчётов чаще всего заменяется традиционным сопоставлением «до проекта» и «после проекта».

В перспективе следует ожидать адаптированных к выполнению экономического анализа (оценке общественной эффективности проектов) моделей и средств их программной реализации, удобных для пользователей.

Одновременно с возникновением и развитием профессиональных организаций по управлению проектами, совершенствованием методик проектного анализа формировались и обновлялись своды знаний, руководства, стандарты проектного управления.

Одни из них используются лишь в качестве стандартов организации, другие приобретают статус национального стандарта, третьи становятся международными стандартами.

Только в Российской Федерации используются в настоящее время несколько типов стандартов. Основные из них: национальные стандарты ГОСТ Р 54869–2011 [3], ГОСТ Р 54870–2011 [4], ГОСТ Р 54871–2011 [5], недавно принятый в качестве национального стандарта ГОСТ Р ИСО 21500–2014 [6] (гармонизованный международный стандарт ISO 21500: 2012), стандарт Ассоциации управления проектами «СОВНЕТ» НТК 3.0 (разработанный на основе стандарта Международной ассоциации управления проектами ICB 3.0). Кроме того, в России работают отделения и представительства других организаций проектного управления, где можно изучить стандарты, своды и системы знаний PMBOK (PMI), P2M (PMAJ), PRINCE2(OGC UK) и др.

В последние годы стандарты и своды знаний по управлению проектами стали условно классифицировать по доминирующему подходу,

лежащему в их основе. Например, процессный подход наиболее ярко представлен в разработанном PMI Руководстве PMBOK; компетентностный подход – в IPMA Competence Baseline Version 3.0 – ICB 3.0, Национальных требованиях к компетентности специалистов Ассоциации управления проектами «СОВНЕТ» - НТК 3.0, стандарте PMI Project Manager Competency Development Framework – PMCDF, стандарте Международного объединения по разработке стандартов управления проектами (Global Alliance for Project Performance Standards – GAPPS) со сложным названием Performance Based Competency Standards for Global Level 1 and 2 Project Managers (Рамочный стандарт практической компетентности проектных менеджеров категорий общего уровня 1 и 2) – сокращённо GAPPS GL1 & GL2 PM, а также стандарте ГОСТ Р 53892–2010 [2], гармонизованном с GAPPS GL1 & GL2 PM; гейтовый подход – в британском стандарте PRINCE2 (PRojects IN Controlled Environment 2); ценностный подход – в системе знаний PMAJ «A Guidebook for Project and Program Management for Enterprise Innovation (P2M)».

Особый интерес в условиях инновационно-ориентированной российской экономики вызывает система знаний P2M («Руководство по управлению инновационными проектами и программами предприятия») – стандарт, базирующийся на опыте Японии, который позволил визуализировать проекты с большей добавленной стоимостью и инновационные программы. Он был разработан специалистами Японской ассоциации развития инжиниринга и впервые опубликован в 2001 году, а в настоящее время поддерживается Японской ассоциацией управления проектами (Project Management Association of Japan – PMAJ).

Ожерельев Н.Ю., Кузнецов М.А. констатируют, что в России P2M появился в ноябре 2011 года, когда успешно была запущена система обучения и сертификации по этому стандарту [14]. Система сертификации была создана на основе тройственного меморандума о сотрудничестве и

партнёрстве Японской ассоциации управления проектами PMAJ (владелец системы знаний P2M), Украинской ассоциации управления проектами UPMA (представитель PMAJ в СНГ, странах Балтии и Восточной Европы) и УчКом.рф (эксклюзивный представитель P2M на территории Российской Федерации).

Весомый вклад в разработку адаптированного к условиям Российской Федерации подхода к изучению и применению системы знаний P2M, а также в сертификацию российских специалистов по модели P2M внесли основатель, Экс-президент, а ныне – консультант PMAJ, главное лицо инновационного проектного менеджмента тихоокеанского региона проф. Хироши Танака; основатель и Президент Украинской ассоциации управления проектами (UPMA), Председатель сертификационного отделения д.т.н., проф. Бушуев С.Д. и авторизованный преподаватель-эксперт по японской системе знаний P2M, официальный эксперт Открытого университета Сколково Софонов М.Ю.

Председатель правления Сбербанка России Греф Г.О. отмечает в своём Предисловии к официальному изданию первой в Российской Федерации книги по системе знаний P2M, что ценностный подход, заложенный в основу этой японской системы, составляет ядро стратегии Сбербанка России, что именно от глубины понимания миссии инновационного развития и ценностей заинтересованных сторон, их гармонизации и ориентации на успех зависит эффективность деятельности банка [16].

Расширяются не только «географические» границы применения проектной методологии: изменяется и дополняется содержание основных стандартов по управлению проектами. Например, в ходе работы над международным стандартом ISO 21500: 2012 «Guidance on Project Management» как в него, так и во многие национальные стандарты была внесена новая область управления проектами – «Управление заинтересованными сторонами (Project Stakeholders Management)».

Стандарты используются как для разработки систем управления проектами, программами и портфелями проектов, так и для управления компетенциями, оценки и подтверждения соответствия персонала, систем управления проектами, класса компетентности (уровня зрелости) организации.

Любые стандарты с течением времени пересматриваются. Это относится и к квалификационным стандартам IPMA–COBNET. Уже давно ведётся работа по подготовке новой – четвёртой их версии.

В состав рабочей группы от Российской Федерации входят Воропаев В.И., Полковников А.В., Ципес Г.Л., Клименко О.А., Ильина О.Н. В конце марта 2014 года в г.Торонто (Канада) состоялось совещание Совета делегатов Сертификационных центров Национальных отделений IPMA, на котором утверждён график внедрения стандартов новой версии: ICB 4.0 / ICRG 4.0 планируется утвердить в сентябре 2015 г., транзитный период действия ICB 3.1 / ICRG 3.1 и ICB 4.0 / ICRG 4.0 ожидается с октября 2015 г. по 31 декабря 2017 г. С 1 января 2018 г. вводятся в действие ICB 4.0 / ICRG 4.0.

Развивается информационно-технологическое, инженерно-техническое и программное обеспечение управления проектами, программами и портфелями проектов.

Просматривается тенденция перехода от использования отдельных узкоцелевых программных продуктов для решения частных задач проектного анализа и управления проектами к созданию программно-аппаратных средств, реализующих комплексы связанных процессов управления проектами, программами и портфелями проектов, интегрированных в единую систему управления организацией с проектной или проектно-ориентированной деятельностью.

Информационные системы управления проектами (ИСУП), представляющие информационную основу корпоративных систем управления проектами (КСУП), внедряются сегодня многими

предприятиями и организациями.

Прослеживается также тенденция охвата добровольной сертификацией как формой добровольного подтверждения соответствия не только персонала, вовлекаемого в управление проектами, программами и портфелями проектов, но и организаций с проектной и проектно-ориентированной деятельностью (например, программа «IPMA Delta – СОВНЕТ»), а также проектных офисов и систем управления проектами, процессов управления проектами и экспертов по управлению проектами. Системы добровольной сертификации по управлению проектами, зарегистрированные в настоящее время Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии в Российской Федерации, представлены в таблице 5.

Проектная методология стала использоваться в управлении инновационными проектами и программами. Управление проектами внедряется в российских университетах как основная методология управления их развитием и научными исследованиями.

Таблица 5 – Системы добровольной сертификации по управлению проектами

Наименование системы сертификации	Организация, представившая систему на регистрацию	Область распространения системы (объекты сертификации)	Регистрационный номер и дата регистрации
Система добровольной сертификации специалистов по управлению проектами (Система «СОВНЕТ-СЕРТ»)	Ассоциация управления проектами «СОВНЕТ»	Директор программ или проектов, управляющий проектом, управляющий международным проектом, профессионал по управлению проектами, специалист по управлению проектами	РОСС RU.M058.04ДПО0 02.09.2002
Система	АНО «Центр	Системы управления проектами	РОСС

добровольной сертификации в области проектного управления	оценки и развития проектного управления»	в организации, системы управления проектами для внешних заказчиков, системы управления проектами, проектный офис, проектный персонал	RU.И1171.04ЖНВО 24.02.2014
Система добровольной сертификации «Проектный менеджмент»	ООО «Бюро проектного управления»	Процессы управления проектами: процессы инициализации, планирования, организации исполнения, контроля исполнения, завершения проекта	РОСС RU.31296.04ЖТР0 15.12.2014
Система добровольной сертификации экспертов по управлению проектами	ООО «Бюро проектного управления»	Эксперты по управлению проектами	РОСС RU.31317.04ЖУИ0 11.02.2015

Весной 2013 года Министерство экономического развития Российской Федерации (при участии российской Ассоциации управления проектами «СОВНЕТ» и ГК «Проектная ПРАКТИКА») выступило с инициативой по внедрению проектного управления в государственных органах власти.

Приказом № 304 от 5 июня 2013 г. «О Совете по внедрению проектного управления в федеральных органах исполнительной власти и органах государственной власти субъектов Российской Федерации» создаётся Совет, утверждается Положение о Совете и его состав. Организационно-техническое обеспечение деятельности Совета возлагается на Департамент стратегического управления, государственных программ и инвестиционных проектов Минэкономразвития России.

Распоряжением Минэкономразвития России № 26Р – АУ от 14 апреля 2014 года утверждаются Методические рекомендации по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти [1].

Рекомендации принимаются за основу для разработки и внедрения систем проектного управления в федеральных и территориальных органах исполнительной власти.

В утверждённых Методических рекомендациях управление компетенциями участников проектной деятельности относится к вспомогательным процессам модели проектно-ориентированной системы управления. Управление компетенциями определяется как «процесс формирования необходимых знаний и навыков в сфере проектного управления у руководящего состава органа исполнительной власти и участников проектной деятельности посредством обучения, а также создание проектной культуры в органе исполнительной власти» [8]. При этом обучение проектному управлению рассматривается как основной инструмент управления компетенциями участников проектной деятельности в органе исполнительной власти и состоит из следующих подпроцессов:

- формирование потребностей в повышении уровня знаний проектного управления и определение направлений обучения;
- определение групп обучения;
- определение учебных модулей;
- формирование плана обучения;
- формализация требований к обучению;
- проведение конкурсных процедур;
- проведение обучения;
- оценка квалификации [8, п. 2.4.2].

Рассмотрим подробнее перечисленные выше подпроцессы обучения проектному управлению в органе исполнительной власти.

Формировать потребности в повышении уровня знаний проектного управления и определять направления обучения рекомендуется, исходя из специфики и задач планируемых и реализуемых проектов, а также текущего уровня знаний должностных лиц органа исполнительной власти, участвующих в проектной деятельности, что вполне логично.

Предполагается, что группы для обучения могут определяться как централизованно (обязательное обучение для всех руководителей органа исполнительной власти и участников проектов), так и по запросам от должностных лиц органа исполнительной власти.

Не рекомендуется формировать группы, превышающие по количеству обучаемых 15 человек. Оптимальной считается группа численностью от 8 до 12 человек.

Что касается определения учебных модулей, то рекомендуется выбирать их на основе анализа результатов тестирования текущего уровня знаний участников проектной деятельности, причём так, чтобы в одной группе на одном модуле объединялись участники с примерно равным уровнем подготовки. Рекомендуемые учебные модули и их краткая характеристика представлены в таблице 6.

План обучения рекомендуется формировать на основе информации о группах и модулях обучения с учётом ограничений (длительность процедур проведения конкурсов на обучение, периоды отпусков, периоды повышенной загрузки) и в соответствии со сроками запуска проектов (обучение участников проектов должно проводиться в начале работ по проекту).

Таблица 6 – Рекомендуемые учебные модули

Тип модуля	Наименование модуля	Характеристика модуля
Базовые учебные модули	Основы управления проектами для руководящего состава	Модуль предназначен для руководящего состава органа исполнительной власти и акцентирует внимание

		преимущественно на верхних уровнях проектного управления. Знакомит с основами управления проектами, портфелями и программами. Рекомендуемая продолжительность: от 4 до 8 часов.
	Основы управления проектами для участников проектов	Модуль предназначен для участников проектной деятельности различного уровня (от исполнителей до руководителей проектов) и акцентирует внимание на детальном изучении основных элементов проектного управления. Рекомендуемая продолжительность: от 16 до 24 часов.
Адаптированные учебные модули	Практический (адаптированный под методологию) курс по управлению проектами	Модуль предназначен для участников проектной деятельности различных уровней (от исполнителей до руководителей проектов). Участники получают комплексные знания по областям и процессам проектного управления, которые предусмотрены внедряемой или действующей в органе исполнительной власти методологией проектного управления. Особое внимание уделяется

		<p>практическим методом, адаптированным к реальным задачам и проектам органа исполнительной власти.</p> <p>Рекомендуемая продолжительность: от 24 до 40 часов.</p>
	Работа с информационной системой управления проектами	<p>Практический учебный модуль, предназначенный для обучения участников проектной деятельности различного уровня (от исполнителей до руководителей проектов) базовым навыкам работы с существующей или внедряемой в органе исполнительной власти информационной системой управления проектами. Рекомендуемая продолжительность: от 4 до 16 часов.</p>
Дополнительные (опциональные) учебные модули	Управление проектами организационных изменений	<p>Специализированный модуль, предназначенный для участников проектной деятельности различного уровня (от исполнителей до руководителей проекта). Знакомит с методами и инструментами управления проектами, направленными на организационные преобразования в органе исполнительной власти.</p> <p>Рекомендуемая</p>

		продолжительность: от 8 до 16 часов.
	Управление информационно-технологическими (ИТ) проектами	Специализированный модуль, предназначенный для участников проектной деятельности различного уровня (от исполнителей до руководителей проекта). Знакомит с методиками реализации проектов в области информационных технологий. Рекомендуемая продолжительность: от 8 до 24 часов.
	Управление строительными проектами	Специализированный модуль, предназначенный для участников проектной деятельности различного уровня (от исполнителей до руководителей проекта). Знакомит с методиками и инструментами реализации проектов в области строительства различных типов и масштабов. Рекомендуемая продолжительность: от 8 до 40 часов.
	Подготовка к сдаче экзамена на знание стандарта управления проектами	Модуль, предназначенный для участников проектной деятельности различного уровня (от исполнителей до руководителей проекта) в качестве подготовки к экзамену на знание стандартов

		<p>проектного управления. Рекомендуется к изучению после прохождения хотя бы одного из базовых или адаптированных курсов по управлению проектами. Рекомендуемая продолжительность: от 8 до 16 часов.</p>
	<p>Внедрение и развитие проектного управления</p>	<p>Модуль, предназначенный для руководителей и должностных лиц Проектных офисов в качестве практического пособия по разработке, внедрению и поддержке системы проектного управления в органе исполнительной власти. Рекомендуемая продолжительность: от 16 до 24 часов.</p>

Важно отметить, что план обучения участников проектной деятельности включается в состав плана повышения квалификации государственных гражданских служащих органа исполнительной власти.

Требования к обучению, в соответствии с Методическими рекомендациями, формализуются в рамках Технического задания на обучение проектному управлению.

Оценка квалификации является опциональной и может быть проведена через анкетирование, интервьюирование и тестирование, причём для тестирования могут использоваться сертификации и тесты международных и российских организаций [8, п. 2.4.9].

В 2014 году деятельность Совета по внедрению проектного управления была сфокусирована на работе с пилотными площадками. К пилотным площадкам первого уровня были отнесены два федеральных органа исполнительной власти (Минэкономразвития России, Минпромторг России) и органы государственной власти трёх субъектов Российской Федерации (Белгородская область, Пермский край, Ярославская область). В состав пилотных площадок второго уровня вошли Томская, Пензенская, Ульяновская и Вологодская области [11].

Совет заслушал вопрос «О результатах внедрения проектного управления на пилотных площадках в 2014 г.» на своём открытом заседании 20 ноября 2014 года.

Кроме того, в 2014 году Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации организовал и провёл с 1 августа по 21 ноября Первый ежегодный конкурс профессионального управления проектной деятельностью в государственном секторе «Проектный Олимп». Методика оценки систем проектного управления, используемая при проведении конкурса «Проектный Олимп», создана на базе Модели системы управления проектной деятельностью в организации (ИСО ПМ), разработанной Дирекцией по проектному управлению в государственном секторе Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации и Экспертным Советом АНО «Центр оценки и развития проектного управления» [15]. Победители конкурса «Проектный Олимп» получают преимущества в Системе добровольной сертификации в области проектного управления.

ЛИТЕРАТУРА

Список литературы к главе 1

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. [Электронный ресурс] // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

2. Гражданский Кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Федеральный закон № 51-ФЗ от 30.11.1994 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

3. О собственности в СССР [Электронный ресурс]: Закон СССР от 06.03.1990 г. // Ведомости Верховного Совета СССР 1990. № 11.

4. О собственности в РСФСР [Электронный ресурс]: Закон РСФСР от 24.02.1990 г. № 443-1 // Ведомости съезда народных депутатов РСФСР. 1990. № 30.

5. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон № 95-ФЗ от 04.07.2003 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

6. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон № 131-ФЗ от 06.10.2003 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

7. О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием Федеральных законов «Общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс]: Федеральный закон № 122-ФЗ от 22.08.2004 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

8. О порядке подготовки проектов законов Челябинской области о разграничении имущества, находящегося в муниципальной собственности

между муниципальными районами, поселениями и городскими округами [Электронный ресурс]: Закон Челябинской области № 221-ЗО от 29.11.2007 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

9. О порядке управления государственной собственностью Челябинской области и приватизации имущества, находящегося в государственной собственности Челябинской области [Электронный ресурс]: Закон Челябинской области № 207-ЗО от 18.12.2003 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

10. О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним [Электронный ресурс]: Федеральный закон № 122-ФЗ от 21.06.1997 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

11. О передаче в ведение субъектов Российской Федерации федеральных государственных учреждений образования, находящихся в ведении Рособразования [Электронный ресурс]: Распоряжение Правительства РФ № 1565-р от 03.12.2004 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

12. О перечнях документов, необходимых для принятия решения о передаче имущества из федеральной собственности в собственность субъекта РФ или муниципальную собственность, из муниципальной собственности в федеральную собственность или собственность субъекта Российской Федерации [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации № 374 от 13.06.2006 г. // Гарант: справ.-правовая система. 2015.

Список литературы к главе 2

1. Валдайцев, С.В. Инвестиции: Учебник / С.В.Валдайцев, П.П.Воробьев и др. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – 440 с.

2. Шарп, У. Инвестиции / У.Шарп, Г.Александр, Дж.Бейли: Пер. с англ. – М.: ИНФРА – М., 2009. – 1028 с.

3. Дафт, Р. Менеджмент/ Р. Дафт. – 6-е изд.: Пер с англ. – СПб: Питер, 2008.

4. Канеман, Д. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения / Д.Канеман, П.Словик, А.Тверски: Пер. с англ. – Харьков: Изд-во Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005.

5. Кравенс, Д. Стратегический маркетинг / Д.Кравенс. – Изд. 6-е: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2003

6. Камерон, К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р.Кун. – СПб.: Питер, 2001

7. О Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О Шонесси: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001

Список литературы к главе 3

1. Dwyer, F.Robert and John F. Tanner. Business marketing: connecting strategy, relationship, and learning. – 2nd ed. – McGraw-Hill/Irving, 2002. – 705 p.

2. Джапарова Р.Н. Методы государственного и негосударственного маркетинга образовательных услуг / Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. - Том 2, № 4, 2002. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/2002/v4/a04.html> (дата обращения: 19.04.2015)

3. Акимов Д.И. Основные типы социального маркетинга / МАРТИС «Золотая Фортуна». [Электронный ресурс] Режим доступа: http://cspr-academygf.org/scientific_articles/marketing/article5/ (дата обращения: 19.04.2015)

4. Жданова Н.В. Роль и особенности развития государственного маркетингового регулирования агропродовольственного рынка: опыт США. Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 27. С. 17-22.

5. Creating Opportunities for American Farmers and Businesses / United States Department of Agriculture. Agricultural Marketing Service. Agency

Factsheet. February 2014. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5107861> (дата обращения: 14.04.2015)

6. The Foreign Agricultural Service: About FAS [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.fas.usda.gov/about-fas> (дата обращения: 14.04.2015)

7. Foreign Market Development Program (FMD) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.fas.usda.gov/programs/foreign-market-development-program-fmd> (дата обращения: 14.04.2015)

8. The EU explained: Agriculture. A partnership between Europe and farmers. - Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2014. - 16 pp.

9. Directorate-General for Agriculture and Rural Development. Mission statement [Электронный ресурс] Режим доступа: http://ec.europa.eu/dgs/agriculture/index_en.htm (дата обращения: 15.04.2015)

10. Regulation (EU) No 1144/2014 of the European Parliament and the Council of 22 October 2014 / Official Journal of the European Union L 317/56. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=OJ:JOL_2014_317_R_0004 (дата обращения: 15.04.2015)

11. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 1999. – 1152 с.

12. Информационный Справочник о мерах и направлениях государственной поддержки агропромышленного комплекса Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gr.specagro.ru/> (дата обращения: 24.03.2015)

13. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 января 2015 г. № 52 «О внесении изменений в Правила предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов

Российской Федерации на оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области растениеводства».

14. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 19 декабря 2014 г. № 1421) [Электронный ресурс] Режим доступа: www.mcx.ru/documents/file_document/show/23220.htm (дата обращения: 24.03.2015)

15. Постановление Правительства Российской Федерации от 14 июля 2007 г. № 446 "О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 - 2012 годы" [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.mcx.ru/documents/document/v7_show/1364.146.htm (дата обращения: 14.04.2015)

16. Lamb, Charles W., Josef F. Hair, and Carl McDaniel (1992). Principles of Marketing. – South-Western Publishing Co., Cincinnati, Ohio. – 757 p.

17. Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.

18. Hutt, Michael D. and Thomas W. Speh. Business Marketing Management: a strategic view of industrial and organizational markets. 5th ed. The Dryden Press, 1995. – 757 pp.

19. Tore Strandvik, Maria Holmlund and Bo Edvardsson. Customer Needing - Conceptualising Industrial Service from a Customer Perspective / Meddelanden working papers, 536 (2008). Swedish School of Economics and Business Administration, Finland. - IB Bokhandel, Helsinki, 2008. – 14 pp.

Список литературы к главе 4

1. Абдразаков Р.И. Интегральный подход к определению конкурентоспособности организаций / Р. И. Абдразаков // Менеджмент в России и за рубежом. - 2011.- № 2. - С. 103-111.
2. Ерохина Е.В. Проблемы формирования нового кадрового потенциала для инновационной региональной экономики / Е.В. Ерохина // Экономический анализ: теория и практика. - 2012.- № 1. - С. 23-33.
3. Мильнер Б.З. Инновационная экономика знаний // Проблемы теории и практики управления. – 2010. - № 6. – С. 37 – 46.
4. Остервальд Я., Взаимодействие между университетом и бизнесом // Проблемы теории и практики управления. – 2010. - № 6. – С. 65 – 69.
5. Пармененков К.Н. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России. / К. Н. Пармененков. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 80 с.
6. Перезовова О.В., Львов Л.В. Феномен конкурентоспособности в профессиональном образовании менеджеров // Мир науки, культуры, образования. Горно-Алтайск: Горно-Алтайский гос. ун-т. 2010. № 1. С. 169 – 178.
7. Перезовова О.В. Интегративная форма обучения как фактор формирования конкурентоспособного менеджера// Инновации в современном мире: проблемы и перспективы. Волгоград: Центр прикладных научных исследований. 2009. С. 194 – 198.
8. Сергеева М. Г. Подготовка специалистов экономического профиля по средствам разработки модели профессиональной компетентности на пути экономического возрождения/ М. Г. Сергеева // Экономическое возрождение России. – 2008. – №2(16). – С. 63 – 680
9. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология.: учеб. пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 799 с.

Список литературы к главе 5

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6 – ФКЗ, от 30.12.2008 № 7 – ФКЗ, от 05.02.2014 № 2 – ФКЗ, от 21.07.2014 № 11 – ФКЗ). Официальное издание. – Москва: Право, 2014. – 23с.

2. О полиции: Федеральный закон от 07.02.2011 № 3 – ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – №27. – Ст. 215.

3. О противодействии коррупции: Федерального закона от 25.12.2008 № 273 – ФЗ) (с изм. и доп. на 2014г)// Собрание законодательства РФ. – 2014. – №14. – Ст. 1587.

4. О службе в органах внутренних дел РФ и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федерального закона Российской Федерации. № 342 – ФЗ от 30.11.2011 г. // Собрание законодательства РФ. – 2011. – №42. – Ст. 1754.

5. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 № 2124 – 1 (ред. от 02.07.2013, с изм. от 14.10.2014) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2013) // Собрание законодательства РФ. – 2013. – №36. – Ст. 1354.

6. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149 – ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 3. – Ст. 3448.

7. Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации: Федеральный закон от 22 декабря 2008 г. № 262 – ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2008. – № 52. – Ст. 6217.

8. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8 – ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2009. – № 7. – Ст. 776.

9. О лицензировании отдельных видов деятельности: Федеральный закон от 04.05.2011 № 99 – ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – №27. – Ст. 854.

10. Об утверждении Административного регламента МВД РФ исполнения государственной функции по контролю и надзору за соблюдением участниками ДД требований в области БДД: Приказа МВД РФ от 02.03.2009 №185 // www 74. Gibdd

11. О мерах по совершенствованию деятельности ДПС ГИБДД МВД РФ: Приказа МВД РФ от 02.03.2009 №186 (дсп) // www 74. Gibdd

12. О приоритетных направлениях деятельности органов внутренних дел Российской Федерации и внутренних войск МВД России в 2014 году: Директива МВД России от 12.11.2013 года № 2 (дсп) // www 74. Gibdd

13. Бегина И.А. Потребность в транспарентности власти как основа моделей взаимодействия государства и населения / И.А. Бегина // Известия Саратовского университета. – Т. 9. – Сер. Политология. – Вып. 2. – 2009. С. 5 – 18.

14. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. – Москва: Аспект – Пресс, 2010. – 426с.

15. Васенина А.Н. Информационная функция современного российского государства / А.Н.Васенина – Нижний Новгород, 2012. – 135 с.

16. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. – Санкт – Петербург: Изд – во Михайлова В.А., 2008. – 369с.

17. Володина Л.Д. Общественная экспертиза: мониторинг прав человека. Аналитический отчёт ППП / Л.Д. Володина. – Москва: Наука. 2008. – 436с.

18. Годин В.В. Управление информационными ресурсами / В.В. Годин. – Москва: Инфра – М, 2008. – 358с.

19. Гончаров Ю.А. Государственная информационная политика в условиях модернизации политической системы России :дис. ... канд. полит.

Наук / Гончаров Ю.А. – Ярославль, 2014. – 35 с.

20. Грачёв А.К. Гражданское общество современной России. Социологические зарисовки с натуры / А.К. Грачёв. – Москва. Институт Фонда «Общественное мнение». 2008. – 367с.

21. Дзялошинский И.И. Информационная открытость власти: обучающий контроль прессы и гражданского общества / Дзялошинский И.И. // Право знать: история, теория, практика. – 2002. – № 4. – С.12 – 15.

22. Дорожкин Ю.Ю. Информационная открытость власти: реалии и проблемы / Ю.Ю.Дорожкин. – Москва: Статут, 2014. – 428с.

23. Дубровская О.Н. Динамика политического мышления в современном дискурсивном пространстве: власть и СМИ / О.Н. Дубровская. – Саратов: Науч. кн., 2008. – 156с.

24. Ермолаева А.В. Особенности информационно – документационного обеспечения деятельности органов исполнительной власти // Науч. – техн. информ. Сер. 1. Организация и методика информ. работы. – 2010. – № 5. – С. 18 – 23.

25. Жигмытов Б.Т. Коммуникативный ресурс подготовки политических решений органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации / Жигмытов Б.Т. – Москва: Наука, 2006. – 221 с.

Список литературы к главе 6

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. — М.: Прогресс, 2008.

2. Александрова Е. В. Социально-трудовые конфликты: пути разрешения. – М., 2009.

3. Андреев В.И. Саморазвитие культуры разрешения конфликтов/ Хрестоматия по социальной психологии. - М.: Международная педагогическая академия, 2011.

4. Антипина Г.С. Теоретико-методологические проблемы исследования малых социальных групп. – Л., 2009.
5. Аширов Д.А. Кадровый менеджмент в организации. – М., 2010.
6. Аширов Д.А. Управление персоналом. – М., 2012.
7. Базаров Т.Ю. Управление персоналом. – М., 2011.
8. Блинов, А.О., Угрюмова Н.В. Теория менеджмента: учебник для бакалавров/– М.: ИТК Дашков и К, 2013.
9. Блинов, А.О. Управленческое консультирование: учебное пособие / О.А. Блинов, В.А. Дресвянников – М.: ИТК Дашков и К, 2012.
10. Блинов А.О., Бутырин Г.Н., Добренькова Е.В. Управленческий консалтинг - М.: Инфра-М, 2002.
11. Блинов, А.О., Угрюмова Н.В. Управление изменениями: учебник – М.: ИТК Дашков и К, 2013.
12. Блюмин, А.М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования: учебник для бакалавров / А.М.Блюмин. – М.: ИТК Дашков и К, 2012.
13. Брайан, Т. Точка фокуса / Т. Брайан; пер. с англ. Н.И. Кароваева. – Минск: Бизнесе, 2013.
14. Васильев Г.А.: Управленческое консультирование. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.
15. Ганеев Р.Р. Управленческое консультирование. - М.: Рип-Холдинг, 2014.
16. Гвишиани Д.М. Управленческое консультирование. – М.: ЭКО, 2010.
17. Гончарук, В.А. Маркетинговое консультирование / А.В. Гончарук. – М.: Изд-во Дело, 2011.
18. Гульковский, А.В. Управленческое консультирование. Вопросы и ответы. / А. В. Гульковский, В. Н. Рысюк. – М.: Юркнига, 2014.

19. Ефремов В.С. Управленческий консалтинг как бизнес - М.: Рипол Классик, 2013.
20. Калянов, Г.Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе / Г.Н. Калянов. – М.: Горячая Линия – Телеком, 2011.
21. Котляревский, Ю.Л. Управленческое консультирование в России. Ростов: «Феникс», 2009.
22. Маринко Г.И.: Управленческий консалтинг. - М.: ИНФРА-М, 2012.
23. Майстер Д. Консалтинговые услуги. - М.: АКЭУ, 2011.
24. Соколова М.М. Управленческое консультирование. – М.: ИНФРА-М, 2012.
25. Тищенко, А.И. Управленческое консультирование: учебное пособие для вузов / А.И. Тищенко, С.В. Фомишин, Ю.В. Чернов. – М.: ОЛДИ-плюс, 2013.
26. Токмакова, Т.Н. Управленческое консультирование / Т.Н. Токмакова. – М.: МЭСИ, 2010.
27. Шаталова Н.И. Консультирование в управлении человеческими ресурсами. - М.: ИНФРА-М, 2010.
28. Шейнс, Э.Г. Процесс консалтинга: Построение взаимовыгодных отношений «клиент-консультант» / Э.Г. Шейнс.– М.: Питер, 2008.
29. Юксвярав Р.К.: Управленческое консультирование: теория и практика. - М.: Экономика, 2013.
30. Яцына А.Ю. Умный консалтинг: просто и доступно о сложном и серьезном. – М.: Бератор-паблишинг, 2012.

Список литературы к главе 7

1. «Об утверждении Методических рекомендаций по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти». Распоряжение Минэкономразвития России от 14 апреля 2014 г. № 26Р-АУ.

2. ГОСТ Р 53892–2010 «Руководство по оценке компетентности менеджеров проектов. Области компетентности и критерии профессионального соответствия». Национальный стандарт Российской Федерации. Утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 12 октября 2010 года № 300-ст.

3. ГОСТ Р 54869–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом». Национальный стандарт Российской Федерации. Утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 декабря 2011 года № 1582-ст.

4. ГОСТ Р 54870–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов». Национальный стандарт Российской Федерации. Утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 декабря 2011 года № 1583-ст.

5. ГОСТ Р 54871–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению программой». Национальный стандарт Российской Федерации. Утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 декабря 2011 года № 1584-ст.

6. ГОСТ Р ИСО 21500–2014 «Руководство по проектному менеджменту». Национальный стандарт Российской Федерации. Утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 26 ноября 2014 года № 1873-ст.

7. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: (Вторая редакция)/ М-во экон. РФ, М-во фин. РФ, ГК по стр-ву, архит. и жил. политике; рук. авт. кол. : В.В. Коссов, В.Н.

Лившиц, А.Г. Шахназаров. – М.: ОАО НПО Изд-во “Экономика”, 2000. – 421 с.

8. Методические рекомендации по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти. Приложение к распоряжению Минэкономразвития России от 14 апреля 2014 г. № 26Р – АУ [Электронный ресурс]. <http://www.economy.gov.ru>

9. Руководство по проектному анализу. – Вашингтон, округ Колумбия: Публикация Института экономического развития Всемирного банка. Январь 1994. – 119 с.

10. Управление проектами: основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов (NCB – SOVNET National Competence Baseline Version 3.0). – М.: ЗАО «Проектная ПРАКТИКА», 2010. – 256 с.

11. Бадин, А.А. Методическая поддержка внедрения проектного управления на пилотных площадках / А.А. Бадин [Электронный ресурс]. <http://www.economy.gov.ru>

12. Волков, И.М. Проектный анализ: Продвинутый курс / И.М. Волков, М.В. Грачёва. - М.: ИНФРА-М, 2004. – 495 с.

13. Миллер, Роберт В. ПЕРТ – система управления / Роберт В. Миллер. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1965. – 202 с.

14. Ожерельев, Н.Ю. P2M как инновационная платформа изменений в организации / Н.Ю. Ожерельев, М.А. Кузнецов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uchcom.org> (Дата обращения: 05.02.2015).

15. «Проектный Олимп» – конкурс профессионального управления проектной деятельностью в государственном секторе // АНО «Центр развития и оценки проектного управления». <http://www.isopm.ru/about/konkursy>.

16. Ярошенко, Ф.А. P2M. Управление инновационными проектами и программами. Японский стандарт (система знаний). Официальное

русскоязычное издание / Ф.А. Ярошенко, С.Д. Бушуев, Х. Танака. – СПб.: «Профессиональная литература», 2015. – 320 с.

17. Gittinger, J. Price. Economic Analysis of Agricultural Projects/Second Edition. EDI Series in Economic Development. - Baltimore : Published for the Economic Development Institute of the World Bank. The Johns Hopkins University Press. Fifth printing April 1994. – 506 p.

18. IPMA's History compiled by Klaus Pannenbacker and Sebastian Dworatschek for our 40th Anniversary in 2005 / IPMA History [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ipma.ch/about/ipma-history/> (Дата обращения: 14.04.2015).

19. Ray, Anandarup. Cost-Benefit Analysis : Issues and Methodologies / A World Bank Publication. - Baltimore : Published for the World Bank. The Johns Hopkins University Press. Third printing May 1990. – 158 p.

20. Squire, Lyn; van der Tak, Herman G. Economic Analysis of Projects / A World Bank Research Publication. - Baltimore : Published for the World Bank. The Johns Hopkins University Press. Seventh printing May 1992. – 153 p.

21. Ward, William A. ; Deren, Barry J. ; D'Silva, Emmanuel H. The Economics of Project Analysis : A Practitioner's Guide / EDI Technical Materials. - Washington, D.C. : The World Bank. Third printing November 1993. – 319 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Закиров Рашит Шарипович



Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финуниверситета.

Научные интересы связаны с теорией менеджмента, инновационным менеджментом, региональной экономикой, психологическими аспектами управленческих решений и действий.

Автор более 50 научных работ и учебных пособий, опубликованных в различных изданиях.

Зонов Владимир Леонидович



Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» (внешний совместитель) Челябинского филиала Финуниверситета.

Выпускник Челябинского политехнического института (в настоящее время – ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» НИУ). Область научных интересов: инвестиционный и проектный анализ, управление проектами и инновационной деятельностью.

Участник совместной Программы Правительства Российской Федерации и Группы Всемирного банка «Подготовка преподавателей по управлению проектами», а также ряда международных научно-академических программ.

Темы публикаций связаны с экономическими аспектами надёжности технических систем, методами проектного анализа, методиками оценки эффективности инвестиций, методологией проектного управления.



Копченов Алексей Александрович

Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финуниверситета.

Сфера научных интересов: государственный маркетинг, маркетинг сельскохозяйственной техники, эффективность сельскохозяйственного производства, аграрная политика, совершенствование машин для уборки зерновых культур.

Автор более 100 публикаций в области экономики, маркетинга, механизации сельского хозяйства.



Перевозова Ольга Владимировна

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финуниверситета.

Научные интересы связаны с теорией и практикой формирования конкурентоспособности менеджеров в вузе, конкурентной привлекательностью специалистов с оперативным характером деятельности на современном рынке труда и их конкурентоустойчивостью. Автор более 100 научных работ в области педагогики и экономики.



Угрюмова Наталья Викторовна

Кандидат экономических наук, заведующая кафедрой «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финуниверситета. Научные интересы связаны с теорией менеджмента, методологией реинжиниринга бизнес-процессов, системой непрерывного совершенствования бизнес-процессов организаций, исследованием процессов реструктуризации предприятий, проблемами проведения организационных изменений. Научные проекты: «Разработка проекта реинжиниринга бизнес-процессов промышленного предприятия», «Методология совершенствования системы стратегического корпоративного реинжиниринга», «Методология управления потенциалом

инновационно-активной организации» и «Механизмы формирования потенциала инновационного развития промышленной фирмы». Автор более 70 научных работ, опубликованных в различных изданиях, монографиях и учебников по менеджменту.

Возилова Елена Владимировна

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финуниверситета. Область научных интересов связана с проблемами совершенствования системы управления предприятием на современном этапе экономического развития:

- 1) современные концепции антикризисного управления;
- 2) кадровая политика предприятия в условиях кризиса;
- 3) управление рисками как условие стабильности развития предприятия;
- 4) формирование конкурентных преимуществ региона на основе инновационной деятельности предприятия.

Горжуй Лариса Александровна

Начальник отдела государственного регулирования в экономике Министерства экономического развития Челябинской области. Научные интересы: роль имущества в вопросах экономики и управления регионом.

Пигузова Светлана Валерьевна

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финуниверситета. Главный специалист-эксперт отдела кадров Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области. Область научных интересов: профессиональный отбор кандидатов на государственную гражданскую службу в налоговые органы.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

МОНОГРАФИЯ

под редакцией доктора экономических наук, профессора, член-
корреспондента Российской академии естествознания
Бухтияровой Т.И.

Подписано в печать

Формат

Бумага Печать

Заказ Тираж 50 экз.

Отпечатано в издательстве