

ВЕСТНИК  
ТОМСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА  
ЭКОНОМИКА

---

---

*Научный журнал*

---

---

**2008**

**№ 3(4)**

Свидетельство о регистрации  
ПИ № ФС77-29495 от 27 сентября 2007 г.



**НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ  
ТОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

Майер Г.В., д-р физ.-мат. наук, проф. (председатель); Дунаевский Г.Е., д-р техн. наук, проф. (зам. председателя); Ревушкин А.С., д-р биол. наук, проф. (зам. председателя); Катунин Д.А., канд. филол. наук, доц. (отв. секр.); Аванесов С.С., д-р филос. наук, проф.; Берцун В.Н., канд. физ.-мат. наук, доц.; Гага В.А., д-р экон. наук, проф.; Галажинский Э.В., д-р психол. наук, проф.; Глазунов А.А., д-р техн. наук, проф.; Голиков В.И., канд. ист. наук, доц.; Горцев А.М., д-р техн. наук, проф.; Гураль С.К., канд. филол. наук, проф.; Демешкина Т.А., д-р филол. наук, проф.; Демин В.В., канд. физ.-мат. наук, доц.; Ершов Ю.М., канд. филол. наук, доц.; Зиновьев В.П., д-р ист. наук, проф.; Канов В.И., д-р экон. наук, проф.; Кривова Н.А., д-р биол. наук, проф.; Кузнецов В.М., канд. физ.-мат. наук, доц.; Кулижский С.П., д-р биол. наук, проф.; Парначев В.П., д-р геол.-минерал. наук, проф.; Петров Ю.В., д-р филос. наук, проф.; Портнова Т.С., канд. физ.-мат. наук, доц., директор Издательства научно-технической литературы; Потекаев А.И., д-р физ.-мат. наук, проф.; Прокументов Л.М., д-р юрид. наук, проф.; Прокументова Г.Н., д-р пед. наук, проф.; Савицкий В.К., зав. Редакционно-издательским отделом; Сахарова З.Е., канд. экон. наук, доц.; Слизов Ю.Г., канд. хим. наук, доц.; Сумарокова В.С., директор Издательства ТГУ; Сущенко С.П., д-р техн. наук, проф.; Тарасенко Ф.П., д-р техн. наук, проф.; Татьянин Г.М., канд. геол.-минерал. наук, доц.; Унгер Ф.Г., д-р хим. наук, проф.; Уткин В.А., д-р юрид. наук, проф.; Шилько В.Г., д-р пед. наук, проф.; Шрагер Э.Р., д-р техн. наук, проф.

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА  
«ВЕСТНИК ТОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА.  
ЭКОНОМИКА»**

Канов В.И., д-р экон. наук, проф., гл. редактор; Гага В.А., д-р экон. наук, проф.; Гринкевич Л.С., д-р экон. наук, проф.; Земцов А.В., д-р экон. наук, проф.; Рощина И.В., д-р экон. наук, проф.; Цитленок В.С., д-р экон. наук, проф.; Петиненко И.А., канд. экон. наук, доцент, отв. секретарь

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **МЕТОДОЛОГИЯ**

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Хлопцов Д.М.</b> Оценка земли как эффективный инструмент земельной политики...                | 5  |
| <b>Цитленок В.С.</b> О сущности и содержании категории «конкуренция в мировой экономике».....    | 13 |
| <b>Чиков М.В.</b> Современные механизмы взаимодействия государства и корпоративного сектора..... | 19 |

### **МОТИВАЦИЯ ТРУДА**

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Нехода Е.В.</b> Социальное развитие человека и изменение представлений о субъекте труда в системе трудовых отношений..... | 23 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

### **РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Беляев В.И.</b> Маркетинг территорий и преодоление депрессивного состояния регионов России ..... | 46 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

### **МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**

|                                                                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Мальцев Д.Б.</b> Модель развития рынка эксплуатационных услуг ЖКХ на примере муниципального образования.....                                                 | 62 |
| <b>Рощина И.В., Гринкевич Л.С., Кашук И.В., Рощина Г.С.</b> Сквозной интегрированный подход к оценке программ социально-экономического развития территорий..... | 68 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| <b>СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ</b> ..... | 75 |
| <b>АННОТАЦИИ</b> .....           | 76 |

## CONTENTS

### THE METHODOLOGY

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Khloptsov D.M.</b> Appraisal of land resources as the effective tool of land policy.....                        | 5  |
| <b>Tsitlenok V.S.</b> About the substance and the tenor of the concept «The Competition in the World Economy»..... | 13 |
| <b>Chikov M.V.</b> Modern mechanisms of interaction of government bodies and corporate sector..                    | 19 |

### THE LABOR MOTIVATION

|                                                                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Nekhoda E.V.</b> Social development of man and changing view subject of labour in system of socio-labour relations..... | 23 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

### THE REGIONAL ECONOMY

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Belyaev V. I.</b> Place marketing and getting over the depressive state of russian regions..... | 46 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

### THE MUNICIPAL ECONOMY

|                                                                                                                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Maltsev D.B.</b> Model of the development market working services housing-public facilities on example of the municipal formation.....                                  | 62 |
| <b>Roschina I.V., Grinkevich L.S., Kaschuk I.V., Roschina G.S.</b> End-to-end integrated approach to estimation of the programs social-economic development territory..... | 68 |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| <b>INFORMATION ABOUT THE AUTHORS</b> ..... | 75 |
| <b>ANNOTATIONS</b> .....                   | 76 |

## МЕТОДОЛОГИЯ

УДК 332.2-3

Д.М. Хлопцов

ОЦЕНКА ЗЕМЛИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ  
ЗЕМЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

*В России активно развивается частная форма собственности на землю, однако свободный рынок не в состоянии решить все проблемы функционирования земельного рынка, поскольку его потенциал ограничен. Для государственного регулирования рынка земли нужна комплексная земельная политика, нужно внедрение экономических инструментов земельной политики. В статье анализируются изменения в структуре земельного фонда России, произошедшие с 1990 по 2006 г. Особое внимание уделено вопросам оценки земли как одному из наиболее применяемых в европейских странах экономических инструментов земельной политики.*

*Ключевые слова:* земля, земельная политика, оценка земли.

В России сегодня созданы условия для развития многообразия форм собственности на землю, однако для государственного регулирования рынка земли нужна комплексная земельная политика, нужны более совершенные земельные инструменты, способствующие созданию стимулов для инвестиций и новых рабочих мест, обеспечивающие надежное основание для принятия решений, для достижения реального партнерства между государственным и частным сектором экономики, для улучшения качества жизни, в том числе в части гарантий прав собственности и предоставления услуг. Однако свободный рынок не в состоянии решить все проблемы функционирования земельного рынка, поскольку его потенциал ограничен. Экономически максимально прибыльное использование земли не всегда повышает благосостояние общества, поэтому развитие частной земельной собственности в России невозможно без регулирования земельных отношений со стороны государства.

В большинстве развивающихся стран, а также в странах с переходной экономикой органы государственной власти сталкиваются с рядом проблем, связанных с землей и отрицательно влияющих на устойчивое развитие экономики. Часто отсутствует внятная земельная политика, градостроительство недостаточно тесно связано с планами землепользования, нет четкого распределения функций между различными уровнями власти и ведомственной политикой разных министерств. Кроме того, зачастую слаб организационный и профессиональный потенциал для управления земельными ресурсами, ощущается нехватка финансовых ресурсов.

Проведение земельной реформы в России непосредственно связано с изменением всей системы сложившихся земельных отношений на основе введения многообразия и равенства форм собственности и форм хозяйствования на земле, что отразилось и на структуре земельного фонда.

Произошедшие крупные аграрные изменения в конце XX в. вызвали необходимость значительного преобразования экономико-правового статуса земель. Все эти преобразования затронули систему землепользования России. Однако данные изменения носили скорее социально-политический, а не экономический характер: пропаганда неолиберальных подходов, приватизации земли привела к осознанию гражданами страны возможности возникновения и развития частной собственности на землю. В реальности же около 90 % земель по-прежнему находится в государственной и муниципальной собственности (таблица) [1. С. 162].

**Распределение земель по формам собственности на 01.01.2006 г.**

| Категория земель                                    | Площадь 2006 г.     |            |
|-----------------------------------------------------|---------------------|------------|
|                                                     | тыс. га             | %          |
| <b>РФ в целом</b>                                   | <b>1 709 824,20</b> | <b>100</b> |
| Земли государственной и муниципальной собственности | 1 580 362,70        | 92,43      |
| Земли в собственности юридических лиц               | 5 236,90            | 0,31       |
| Земли в собственности граждан                       | 124 224,60          | 7,27       |

В начале реформирования было затронуто не более 10 % территории сельскохозяйственных угодий, что существенно не изменило ситуации в землепользовании. Главное внимание уделялось развитию индивидуальных форм землепользования: крестьянских хозяйств, приусадебного, садово-огородного хозяйства. Наиболее активное реформирование началось с 1992 г., когда была проведена приватизация и перераспределение около 60–80 % сельскохозяйственных угодий, которое сопровождалось массовым созданием землепользований крестьянских (фермерских) хозяйств. К началу 1994 г. завершилось крупномасштабное перераспределение сельскохозяйственных угодий между основными собственниками (владельцами) земли.

По состоянию на 1 января 2006 г. в России было приватизировано 129 461,5 тыс. га земель, что составляет 7,6 % земель РФ в целом [1. С. 74]. Большая часть земель приобретена гражданами в результате реформирования аграрных предприятий и перераспределения сельскохозяйственных угодий членам колхозов, совхозов и др. Однако довольно внушительная часть земель приватизирована и в населенных пунктах. В целом в собственности граждан и юридических лиц в городах и поселках находится уже более 12 % приватизированных земель РФ.

Наряду с положительными эффектами развития многообразия форм собственности на землю выявились и некоторые опасные для народного хозяйства тенденции. В большинстве регионов России отмечается снижение удельного веса сельскохозяйственных угодий в общей площади земель сельскохозяйственного назначения. С начала 2000-х гг. практически повсеместно распространилась тенденция к переводу гражданами выделенных земельных долей сельскохозяйственного назначения в категорию земель населенных пунктов. За 6 лет, с 2000 по 2006 г., процедуре перевода подверглось более полумиллиона гектаров земель. Одной из причин перевода является высокая

потребность, спрос, а соответственно, и стоимость земель под дачную, коттеджную жилую застройку. Цена сотки бывших сельскохозяйственных угодий в Подмоскowie может достигать нескольких миллионов рублей.

На начало нового века в России сложилось общее понимание механизма рыночных реформ. Со стороны государства осуществляются вполне успешные попытки создания и регулирования денежно-кредитной, налоговой системы. Однако за последние годы, начиная с 1990 г. и особенно с 2001 г., после принятия Земельного кодекса Российской Федерации, существенно изменилась структура земельного фонда России. Экономическая политика государства не может игнорировать подобные изменения и должна опираться в решении проблем рынка земли, недвижимости на рыночные инструменты. К сожалению, до сих пор в отечественной литературе нет определения самого понятия «земельная политика» [2. С. 1–81; 3. С. 1–49].

В современном обществе под термином «земельная политика», очевидно, должна пониматься деятельность администрации по распоряжению и управлению землей для оптимизации ее использования в соответствии с различной экономической, градостроительной, сельскохозяйственной ценностью для достижения условий комфортного проживания, производственной деятельности и социокультурного развития в целях большего удовлетворения потребностей общества.

Целью земельной политики является повышение эффективности использования земли, создание условий для увеличения социального, инвестиционного и производственного потенциала земли, превращение ее в мощный самостоятельный фактор экономического роста.

Проводимая сегодня в западных странах земельная политика основана на смешанном административно-экономическом механизме и включает следующие инструменты:

- рыночную куплю-продажу земельных участков, выкуп и приватизацию;
- экономическую оценку земли и составление ценовых карт территорий;
- налогообложение земли на основе ее стоимости;
- планирование и организацию пространства;
- функциональное зонирование территорий;
- правила землепользования и застройки, вырабатываемые на уровне муниципалитетов;
- разработку и использование генеральных планов развития;
- порядок проведения санации земельных территорий и др.

В современной России управление земельными ресурсами больше развито с точки зрения государственного контроля. К примеру, в 1998 г. Градостроительный кодекс закрепил принцип юридически обязательного зонирования землепользования. Кодекс обязывает муниципалитеты разработать правила землепользования и развития территорий и выполнять их. Хотя признание важности городского землеустройства возрастает, настоящая ситуация в городских муниципалитетах характеризуется неэффективными, бюрократическими процедурами планирования и жестким выполнением планов зонирования, причем процедуры изменения зонирования после принятия

плана такие же сложные и жесткие. Планы зонирования во многих случаях рассматриваются скорее как бюрократический инструмент, мешающий развитию, а не средство создания динамичного и перспективного городского землеустройства и поддержки эффективного рынка городской недвижимости. В то же время отсутствует внятная земельная политика, реальное градостроительство недостаточно тесно связано с планами землепользования, нет четкого распределения функций между различными уровнями власти и ведомственной политикой разных министерств. Имеет место плохая координация и отсутствие общего руководства, которое учитывало бы деятельность всех организаций, так или иначе связанных в своей деятельности с землей.

Бессистемные, частные и локальные земельно-хозяйственные мероприятия не могут принести значительного экономического успеха. Управлять землепользованием невозможно без создания четко действующей системы планирования и землеустройства, в состав которой должна входить функция стоимостной оценки земли и экономического анализа эффективности ее использования.

Цена на землю влияет на вид ее использования. Как правило, значительные территории в центрах городов заняты торговыми учреждениями, офисными зданиями. Высокая цена земли ведет к интенсификации ее использования, способствует перенаселенности наиболее ценных территорий, их транспортной перегрузке. Это, в свою очередь, приводит к снижению ценности территории отдельных районов для определенных функций. Высокие цены на землю вызывают непропорциональное распределение городских территорий между отдельными функциональными зонами, затрудняют проведение санационных мероприятий. Зарубежный опыт свидетельствует: в центральных районах крупнейших городов размер компенсации за землю и дома, намеченные к сносу, составляет до 80–100 % затрат на новое строительство [4. Т. 1. С. 71]. Решать подобные проблемы и призвана земельная политика.

Сегодня решение возникших градостроительных проблем в России лежит прежде всего в плоскости использования экономических инструментов земельной политики и развития прав частной собственности на землю. Конечной целью градостроительной, земельной политики местных властей является рост стоимости земли. Ведь именно тогда частные земельные собственники, ставшие богаче, почувствуют реальность принимаемых администрацией действий, а бюджет получит большие средства через рост земельного налога. Кроме того, обоснованный, подкрепленный продуманными мероприятиями в области земельного менеджмента рост стоимости земли способен привлечь дополнительные финансовые вложения и повысить инвестиционную привлекательность региона. Опыт все той же Европы свидетельствует о том, что при решении земельных проблем необходимо привлекать экспертов-оценщиков, риэлтеров, способных определить наименее затратные для бюджета способы их решения, приводящие к оптимизации землепользования и, соответственно, к росту стоимости земли.

Государство во всем мире является основным потребителем услуг по оценке земли. И конечно же в первую очередь оценка необходима здесь для решения задач справедливого налогообложения. В России проведена работа

по массовой оценке кадастровой стоимости земли, которая теоретически должна быть максимально возможно приближена к рыночной стоимости. В последнее время во многих городах активно ведутся работы по актуализации проведенной оценки и ценовому зонированию территорий на основе определения рыночной стоимости земли. Ценовое зонирование территорий городов с определением абсолютного значения стоимости земли в каждой из зон позволяет не только решить проблему более справедливого налогообложения, но и определить ориентиры цены при купле-продаже земли, дифференцировать арендные ставки, определить задачи городской земельной политики. По опыту западных стран в последние годы в России создаются ценовые карты городов, решающие задачи комплексной оценки и зонирования земель, а также определения инвестиционного, градостроительного потенциала как отдельных городских территорий, так и города в целом.

Однако решение проблем эффективного и справедливого налогообложения земли не является единственной задачей оценки. Зачастую администрации городов сталкиваются с проблемой снижения престижности какого-либо из городских районов, резким изменением стоимости земли или инвестиционной привлекательности района. Причины могут быть самые разные – возросшая транспортная нагрузка, рост загазованности, плотность строительства, благоустройство и озеленение территории и т. п. В подобных случаях муниципалитетами, как правило, должны проводиться мероприятия по санации района, включающие в себя анализ наиболее эффективного использования территории района, градостроительные предложения, оценку стоимости земли до проведения санации и после. После проведения санации района стоимость земли в нем и ближайшем окружении довольно резко возрастает и, как следствие, увеличиваются инвестиционные потоки в городское хозяйство и бюджетные налоговые поступления. Собственно же санационные работы могут финансироваться без привлечения средств бюджета за счет взносов собственников земли в размере повышения рыночной стоимости каждого земельного участка вследствие проведения санации. В данном случае необходимо довольно точно и доказательно провести оценку земли с учетом выполнения предлагаемых мероприятий до их фактического проведения, так как именно разница в стоимости земли важна как городской экономике, так и частным собственникам участков. Эта задача оценки земли является одной из наиболее сложных, однако и наиболее эффективных с точки зрения повышения инвестиционного, градостроительного потенциала территории и увеличения доходов собственников земли и регионального бюджета.

Одним из примеров использования оценки для целей градостроительства является решение проблемы создания единого торгово-делового центра города Киль на севере Германии [5. С. 76–89]. На рис. 1 представлена планировка до санации центральной части города. При этом в качестве основных проблем властями выделялись:

- 1) отсутствие единого развитого торгово-делового центра города с пешеходной зоной;
- 2) большая транспортная нагрузка, проблемы с парковкой;
- 3) снижение проходимости, посещаемости существующих магазинов;

- 4) падение инвестиционной привлекательности района;
- 5) ухудшение экологической ситуации (загазованность);
- 6) снижение рыночной стоимости недвижимости;
- 7) падение доходов бюджета (налоги с рыночной, кадастровой стоимости недвижимости, аренда государственного имущества).

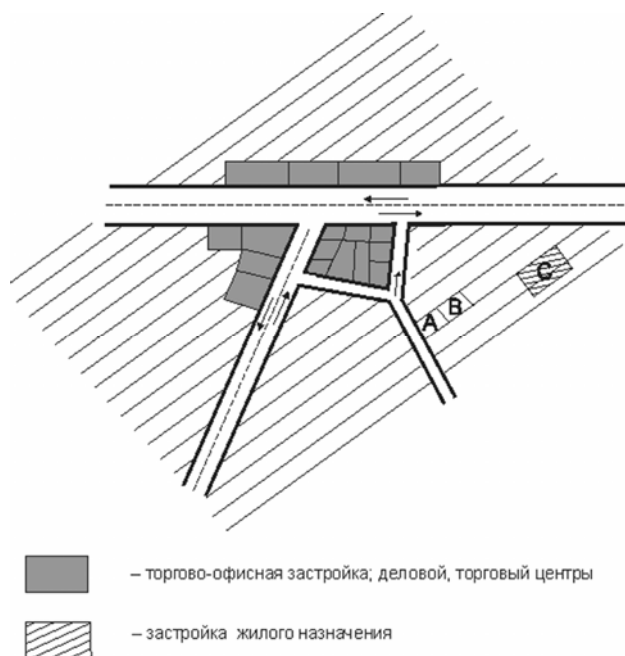


Рис. 1. Градостроительная ситуация до санации района: центральная часть города разделена транспортными магистралями

При решении подобных градостроительных проблем необходимо осознать, что наиболее важной проблемой, требующей решения, является падение рыночной стоимости земли. Решение, приводящее к росту стоимости земли, прямо или косвенно разрешает и прочие существующие проблемы. Именно поэтому данная ситуация требует в первую очередь проведения экономической оценки земельных участков профессиональными оценщиками.

На рис. 2 показана градостроительная ситуация, предложенная оценщиками после анализа сложившейся ситуации в землепользовании и оценки.

Участок С входит в зону застройки жилого назначения. Выделение участка С иной штриховкой, отличной от штриховки застройки жилого назначения, связано с необходимостью наглядно продемонстрировать, что данный участок, в отличие от участков А и В, не получает роста стоимости вследствие градостроительных мероприятий, а идет на выкуп для строительства дороги. Проведение новой автодороги значительно сокращает поток транспорта, идущего через центр города, к тому же создает район, ограниченный кольцом дорог, с изменением его функционального использования с жилищ-

ного на торгово-офисное. В этом случае создается торговая пешеходная зона, решающая основные социально-экономические проблемы отсутствия торгово-делового центра.

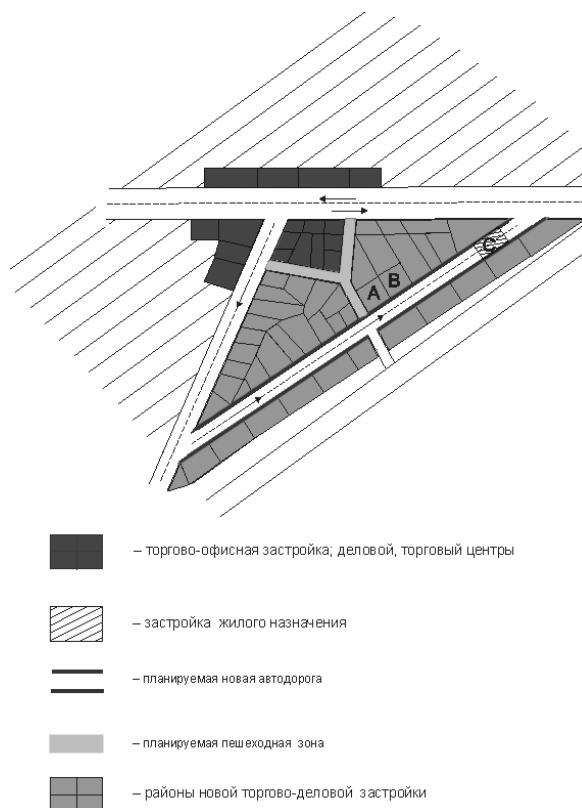


Рис. 2. Решение по градостроительной ситуации, предложенное оценщиками

Однако местным властям необходимо затратить внушительные финансовые ресурсы на выкуп земельных участков под строительство дороги (к примеру, на рис. 1 и 2 – участок С) и на само строительство. И в этом случае роль оценщиков бесспорна. Доказывая при проведении экономической оценки рост стоимости земли (в том числе и вследствие изменения функционального назначения), оценщик способен определить величину «прибавочной стоимости», которую получают владельцы некоторых земельных участков (к примеру, на рис. 1 и 2 – участки А и В).

В большинстве стран Западной Европы рост стоимости земли, обусловленный проводимыми властями градостроительными мероприятиями, частично или полностью изымается у собственников участков. За счет этих средств и осуществляется целевое финансирование мероприятий, решающих многочисленные социально-экономические проблемы.

Оценка земли при определении ориентиров земельной политики является безусловно одной из наиболее сложных задач, стоящих перед оценщиками, и требует высокого профессионализма и ответственности. Однако применение такого инструмента земельной политики не только оправдано в условиях новой, многоструктурной по формам собственности экономики России, но и эффективно с точки зрения актуализации проблем рационального землепользования, градостроительства, оптимизации расходов бюджетов различных уровней и развития государственно-частного партнерства.

#### *Литература*

1. Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель Российской Федерации в 2005 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www. kadastr. ru/field\\_of\\_activity/lands\\_statistics/documents](http://www.kadastr.ru/field_of_activity/lands_statistics/documents)
2. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. 2-е изд. М.: ИНФРА-М., 2006. Т. 6. 810 с.
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА -М., 2006. 495 с.
4. Организация оценки и налогообложения недвижимости / Под общ. ред. Дж. К. Эккерта: В 2 т.; Пер. с англ. М.: Российское общество оценщиков, Академия оценки, Стар Интер, 1997. Т. 1. 382 с.; Т. 2. 442 с.
5. *Erbguth W.* Bauplanungsrecht. München: Verlag C.H. Beck, 1989. 192 S.

УДК 330.1(075.8)

В.С. Цитленок

**О СУЩНОСТИ И СОДЕРЖАНИИ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНЦИЯ  
В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»**

*В статье дана категориальная интерпретация субъектно-межстрановой экономической конкуренции как альтернативно-когерентного межстранового взаимодействия, необходимого и достаточного для полной реализации и развития экономического потенциала всех участвующих в нем стран. Конкурентоспособность автор определяет как состояние страновой экономики, которое сохраняется и укрепляется в качестве самодостаточной структуры мировой экономики в процессе альтернативно-когерентного субъектно-межстранового взаимодействия. Уровень и динамика конкурентоспособности фиксируется системой показателей, в которой автор предлагает выделять 7 звеньев: общесистемное, структуроформирующее, социально-экономическое, организационно-управленческое, этнокультурное, институциональное, надсистемное.*

*Ключевые слова: мировая экономика, страновая экономика, межстрановая экономическая конкуренция, страновая конкурентоспособность, звенья системы показателей субъектно-страновой конкурентоспособности*

Объективный процесс транснационализации и глобализации мировой экономики предполагает опережающее развитие всех секторов международного рынка: товаров, капиталов, наемных работников, что, в свою очередь, способствует усилению конкуренции между его участниками. При этом конкуренция одновременно развивается не только между продавцами за покупателя, но и между покупателями за инвесторов, за привлечение высококвалифицированных работников. Конкуренция субъектов международного рынка оказывает существенное влияние не только на них самих, но и на страновые экономики, которые они представляют. Как правило, основными «игроками» международного рынка являются транснациональные корпорации, занимающие лидирующие позиции в стране своего происхождения.

Вполне очевидна поэтому необходимость дальнейшего более глубокого теоретического объяснения природы субъектно-межстрановой конкуренции, её функций и результатов для отдельной страны и мировой экономики в целом.

Логика познания сущности конкуренции экономических субъектов предполагает выявление её генетической обусловленности естественно-биотическим основанием человека, которому для своего сохранения, функционирования и воспроизводства необходимо непрерывно потреблять часть ресурсов природной среды, запас которых постоянно уменьшается относительно величины реальных потребностей в них всего человечества. Это вызывает стремление экономически активной части населения к их исключительно собственному пользованию, владению, распоряжению.

Если на уровне живой природы конкуренция становится необходимым элементом естественного отбора, то в экономике она превращается в альтер-

нативно-когерентный механизм межсубъектного взаимодействия, реализующийся через всю систему социальных отношений, прежде всего производственных

В традиционных родо-племенных, сословно-феодалных производственных системах, основанных на принципах жесткой регламентации и строгой иерархичности, конкуренция принимала формы привилегий, фаворитизма и карьеризма

В условиях политической свободы граждан, их личной ответственности за своё благосостояние и социальный статус, когда основным регулятором экономического поведения становится национальный механизм товарного обращения производственных ресурсов и конечных потребительских благ, конкуренция прежде всего проявляется через механизм рыночного ценообразования, приобретая свойство всеобщности, что привело к возникновению теории о её рыночной природе.

Более корректно, очевидно, говорить о рыночной форме альтернативно-когерентного взаимодействия, свойственной товарному производству, особенно его развитому состоянию – капиталистическому.

Таким образом, конкуренция, являясь альтернативно-когерентным механизмом социального взаимодействия, выполняет несколько функций: инновационную, адаптационную, аллокационную.

Инновационная функция конкуренции проявляется в создании экономических преимуществ тем взаимодействующим субъектам, которые создают и реализуют более эффективные технологии, орудия и предметы труда, более эффективные системы организации и управления производственными структурами на уровне отдельных фирм, отраслевых и территориально-производственных комплексов.

Адаптационная функция ориентирует всех конкурирующих субъектов на такое поведение, которое обеспечивает сохранение их целостности в условиях меняющейся внешней среды.

Аллокационная функция позволяет таким образом распределить всех взаимодействующих контрагентов, чтобы конструктивный потенциал каждого из них был полностью реализован.

В условиях интенсивной транснационализации и глобализации мировой экономики субъектно-межстрановая конкуренция становится структуротрансформирующей силой, благодаря которой ускоряется процесс накопления конструктивно-творческого потенциала геопланетного работника, особенно у работников стран транснационального капитализма.

Всеобщий характер и функции, которые выполняет конкуренция в мировой экономике, определили устойчивый неуклонно растущий интерес экономистов к этому феномену. Фактически, начиная с физиократов, теоретики в том или ином аспекте рассматривали конкуренцию, особенно в условиях превращения капитализма, в определяющий социально-экономический уклад мирового хозяйства. В процессе научного объяснения сформировалось несколько взаимодополняющих подходов: поведенческий, рыночный, предпринимательский, эволюционный, воспроизводственный.

В поведенческом подходе содержание конкуренции объясняется как соперничество, завоевание преимущества при производстве и реализации редких благ. Область действия конкуренции ограничивается товарными и ресурсными рынками, а основным объектом конкуренции считается цена. Основная функция конкуренции состоит в ориентации производства на выпуск товаров, соответствующих спросу, в воздействии на экономику через приведение структуры производства в соответствие со структурой спроса.

Основы поведенческой интерпретации конкуренции были разработаны А. Смитом, который считал возможным существование честного соперничества между рыночными агентами за наиболее выгодные условия продажи продукта.

Рыночный подход близок к поведенческому. Отличие состоит в признании одновременного существования нескольких видов рыночной конкуренции, причем конкуренции несовершенной. Содержание конкуренции определяется способностью влиять на формирование цены товара, а также борьбой за увеличение рыночной ниши. При этом область конкуренции остается без изменений: товарный, ресурсный рынки. Основным способом конкуренции является снижение цены товара, а основной функцией – достижение равновесия между объемами спроса и предложения.

В предпринимательском подходе главным считается соизмерение альтернатив и подтверждение соответствия принятого решения реальным потребностям. Поэтому объектом конкуренции является инновационный процесс: новые или существенно модернизированные товары, новые технологии, изменения в организации и управлении. Соответственно меняется область конкуренции: вместо рынка – инновационная деятельность. Основной функцией конкуренции становится стимулирование новаторства, выявление и поддержка наиболее инициативных её субъектов.

Содержание эволюционного подхода состоит в отборе в ходе развития лучших образцов конкурентного взаимодействия, проверка соответствия поведения фирмы логике рыночной конъюнктуры. Объект конкуренции – организационные рутины, представленные нормами поведения, а область конкуренции ограничивается институциональным аспектом рыночной и инвестиционной деятельности. Её основной функцией является развитие склонности к самосовершенствованию и выигрышу у соперника, поиск новых методов и способов борьбы, отбор наиболее эффективных форм организации и управления.

Смысл воспроизводственного подхода – определение целей субъектов рыночной конкуренции как борьбы за прибыльное применение капитала, за его эффективное применение, которое в конечном счете ведет к его самовозрастанию. Этот вид конкуренции доминирует на восходящей ветви жизненного цикла капитала.

На межстрановом рынке капитала инвестиционный сегмент растет наиболее высокими темпами. Основной причиной его ускоренного развития стало превращение капитализма в глобальную систему, в которой доминируют транснациональные корпорации.

Рассмотренные подходы научного объяснения природы экономической конкуренции являются не альтернативными, а взаимодополняющими. Они отражают различные стороны этого феномена и позволяют представить его в качестве фундаментальной категории теории мировой экономики.

Способность субъектов страновой экономики к конструктивному альтернативно-когерентному взаимодействию с субъектами других страновых экономик, благодаря которому происходит изменение их потенциалов, характеризует уровень конкурентоспособности экономики как меры её геопланетной эффективности.

Понятия «конкурентоспособность фирмы» и «конкурентоспособность страны» отражают как общее, так и различия в состоянии этих субъектов. Общее представлено необходимостью сохранения своих структуры и функций в результате альтернативно-когерентного взаимодействия, а различия обусловлены системными характеристиками национальной фирмы и страновой экономики.

Конкурентоспособность страновой экономики характеризует такое состояние территориально обособленного самостоятельного политико-экономического образования, которое сохраняет свою идентичность на достаточно длительном временном интервале, а также способность к дальнейшему устойчивому развитию на основе накопленного инновационного потенциала как органической части мирового. Существование связи между динамикой потенциала страновой экономики и уровнем конкурентоспособности признали авторы одного из учебников по мировой экономике, утверждая, что конкурентоспособность национальной экономики представляет собой «концентрированное выражение экономического, научно-технического, производственного, управленческого и другого потенциала, которым обладает та или иная страна и который реализуется в товарах, услугах, успешно противостоящих конкурирующим с ними иностранным товарам, услугам на внутреннем и внешнем рынках» [1. С. 171]. Итак, конкурентоспособность страновой экономики – это её готовность к альтернативно-когерентному долговременному взаимодействию в качестве самостоятельной и эффективной организационной структуры мировой экономики.

На уровень и динамику страновой конкурентоспособности влияет множество факторов, которое может быть отображено в различных аспектах.

С позиции системно-аналитического подхода факторы можно объединить в 7 групп: общесистемную, структуроформирующую, социально-экономическую, организационно-управленческую, этнокультурную, институциональную, надсистемную.

В группе общесистемных факторов основным следует считать достигнутую степень сбалансированности интересов субъектов страновой экономики: общенациональных, социально-групповых и индивидуальных, т.е. достигнутую степень соответствия существующего порядка производства, распределения и обмена благ необходимому уровню экономической, социальной и политической безопасности граждан, регионов и страны в целом.

Не менее значимым является ориентированность трудовых отношений на развитие культуры, интеллекта и здоровья граждан в условиях растущих реальных экономической и политической свобод.

К структуроформирующей группе факторов относятся: 1) достигнутая степень разнообразия форм собственности в сфере общественного производства: крупная корпоративная, мелкая акционерная, партнерская, мелкотоварная, государственная, смешанная; 2) отраслевая структура экономики и доминирующие технологические уклады.

Социально-экономическая группа факторов характеризует уровень благосостояния и качество жизни населения, профессионально-квалификационный состав и социально-групповую структуру национального работника, характер распределения национального дохода и национального богатства между социальными группами и семьями.

Организационно-управленческая группа факторов представлена системами управления на уровнях фирмы, отрасли, региона и всей страновой экономики.

На уровне фирмы проблема достижения необходимой степени конкурентоспособности решается через формирование высокоадаптивной системы управления на основе перехода к динамичным сетевым схемам, делегирования части полномочий исполнительным подразделениям. При этом происходит существенное уменьшение уровней управленческого аппарата, как правило, в 1,5–2 раза.

На уровне страновой экономики усиливается контроль Центробанка и Минфина за функционированием рынка ценных бумаг, за деятельностью иностранных инвесторов. Возрастает значение долгосрочных целевых программ по развитию стратегически важных направлений и комплексов, таких как компьютеризация, робототехника, нанотехнологии, бионика и искусственный интеллект.

Этнокультурная группа факторов влияет на реализацию естественно-демографических и культурных особенностей народов данной страны на всех уровнях экономики: фирменного и национального управления, подготовки кадров и общего образования, развития национальной культуры потребления и образа жизни.

Институциональная группа факторов представлена множеством формальных и неформальных норм, правил поведения экономических субъектов при их альтернативно-когерентном взаимодействии. Большую роль играет степень системной полноты применяемых институциональных норм и правил, степень законопослушности бизнеса и наёмных работников, уровень криминогенности и бюрократизации экономических отношений.

Сравнительный анализ, проведенный многими международными экономическими организациями, показал существование обратной пропорциональной зависимости между уровнями криминогенности, бюрократизации и конкурентоспособностью страновой экономики. Наименее конкурентоспособные страны являются лидерами по степени бюрократизации и криминализации экономики и, наоборот, у наиболее конкурентоспособных стран самый низкий уровень криминализации и бюрократизации, хотя государство при-

нимает активное участие в экономике. Например, в скандинавских странах, которые постоянно входят в число лидеров по конкурентоспособности, достигнут наименьший уровень криминализации и бюрократизации экономики. Даже высокий уровень налогообложения, свойственный данной группе стран, не привел к росту теневого сектора, массовому уклонению граждан от выполнения своих обязательств перед государством.

Надсистемная группа факторов, которая влияет на уровень международной конкурентоспособности страны, представлена политическим режимом, уровнем его стабильности, степенью политической стабильности и безопасности, способностью защищать общенациональные экономические интересы политическими, а при необходимости – и силовыми методами.

Факторный анализ международной конкурентоспособности страновой экономики является когнитивной основой для построения целостной и непротиворечивой системы её показателей. Впервые такая система была разработана и опубликована в 1986 г. неправительственной международной организацией «Всемирный экономический форум» (WEF). Вначале анализ проводился по 47 наиболее развитым странам, с 2002 г. – по 80, а с 2007 г. – по 131. Активное участие в разработке и публикации ежегодных докладов WEF «The Global Competitiveness Report» принимает М. Портер, автор наиболее популярной концепции международной конкурентоспособности.

Авторы «Доклада...» 2007 г. выделили 12 факторов («опор»), которые объединили в 3 группы. К первой группе (основной) они отнесли 4 «опоры»: институты, инфраструктуру, макроэкономические параметры, здоровье населения и уровень общего образования. Во вторую группу («эффективные усилители») они включили 6 факторов: высшее и профессиональное образование, рынок товаров, рынок труда, финансовый рынок, технологический уровень производства, масштаб национального рынка. К третьей группе факторов (инновационной) отнесены 2 «опоры»: производственные инновации и рыночные «бизнес-новинки» [2].

Общее количество показателей, включенных во все 12 факторов, равняется 110, что позволяет объективно оценить достигнутый уровень международной конкурентоспособности страновой экономики.

Вместе с тем с позиции системного подхода следует признать недостаточную доказательность используемой трехзвенной структуры показателей страновой конкурентоспособности. Перспективной представляется разработка семизвенной факторной классификации, теоретическое обоснование которой являлось целью данной статьи.

#### *Литература*

1. Мировая экономика / Под ред. Ю.А. Щербанина. 2-е изд., перераб. и доп. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
2. The Global Competitiveness Report 2007–2008 / M.Porter, X.Sala-I-Martin, K.Schwab. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007.

УДК 332.012.34

М.В. Чиков

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
ГОСУДАРСТВА И КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА**

*Рассмотрены система отношений государства и корпоративного сектора в условиях институциональных преобразований в России, процесс активной имущественной экспансии государства, специфика согласования интересов государства и корпоративных интересов, а также новые угрозы, связанные с неустойчивостью сложившихся структур собственности и правил присвоения.*

*Ключевые слова:* корпоративный сектор, отношения прав собственности, имущественная экспансия

Основным результатом институциональных преобразований в России, опиравшихся прежде всего на радикальные изменения отношений собственности, стало возникновение и функционирование в структуре современной российской экономики преимущественно корпоративной формы организации бизнеса. При этом корпоративный сектор сформировался не как результат эволюционного развития экономических отношений, а в значительной степени как результат их трансформации, где ключевую роль играли государственные институты и формирующиеся институты рынка. Это предопределило двойственность функционирования отечественных корпораций, заключающуюся в противоречивом единстве корпоративной собственности и ее реализации в определенной институциональной среде, а также специфику взаимодействия государства и крупных корпораций.

На начальном этапе институциональных преобразований в России государство совершенно дистанцировалось от необходимости формирования эффективной системы формальных и неформальных ограничений, определяющих «правила игры» в корпоративном секторе, что побудило корпорации к самостоятельному поиску наиболее оптимальных моделей поведения [1. С. 181]. Такая неустойчивая система отношений привела к тому, что основной экономический интерес собственников корпораций сводился лишь к сохранению своих прав собственности на капитал, что, в свою очередь, ориентирует собственников на максимизацию краткосрочного результата в экономической реализации принадлежащих им объектов собственности. Иными словами, высокие издержки, связанные с защитой прав собственности, привели к тому, что экономическая эффективность хозяйствования оказывалась ниже экономической эффективности передела собственности. Таким образом, на начальном этапе своего развития российский корпоративный сектор выполнял преимущественно функцию перераспределения и аккумуляции промышленных и капитальных активов государства в процессе трансформации отношений собственности.

Далее в процессе своего становления и развития корпоративный сектор рассматривается все больше в качестве основного «локомотива» развития экономики, что было обусловлено как структурой самой экономики, где

большую часть национального продукта производят крупные промышленные предприятия, так и теми экономическими задачами, которые ставили перед собой крупные корпорации. Однако в связи с активными процессами глобализации мировой экономики корпоративный сектор приобретает новое значение. Корпоративный сектор становится уже не просто «локомотивом», а необходимым организационным условием интеграции России в мировую экономическую систему. Фактически это тот элемент общего институционального порядка, с помощью которого осуществляется преодолевающий границы перелив капитала, распределение ресурсов в общемировом масштабе. Вместе с тем изменилась и роль государства в функционировании корпоративного сектора. Теперь государство стало занимать активную позицию в отношениях с крупными корпорациями. Из этого должно было бы следовать, что государство в первую очередь начнет с построения более устойчивой системы взаимодействия с корпоративным сектором и более эффективной системы формальных и неформальных ограничений. Однако свою активную позицию государство проявило лишь в активной имущественной экспансии.

Анализ имущественной экспансии государства, направленной на искусственную интеграцию государственных активов в холдинговые компании и продолжение деятельности уже существующих холдингов с участием государства по расширению масштабов своего бизнеса (его диверсификации путем поглощений и слияний, вертикальной и горизонтальной интеграции), показывает, что определяющее значение имеет не сам факт имущественной экспансии, а то, в каких формах протекают эти процессы. В частности, прослеживается такая особенность, что в качестве основных инструментов «захвата» частных промышленных активов госхолдингами используются технологии недружественного поглощения с активным привлечением административного ресурса (например, многочисленные случаи захвата промышленных активов госкорпорацией «Ростехнологии»).

Если оценивать эти изменения с позиции институциональной теории, это означает, что государство в любой момент на вполне законных основаниях может отстранить частных собственников от процесса присвоения принадлежащего им капитала. Это, в свою очередь, формирует новую волну нестабильности «институционального окружения», т.е. неустойчивость сложившихся структур собственности и правил присвоения. Губительное влияние этих последствий становится особенно очевидным в контексте необходимости повышения конкурентоспособности отечественных корпораций, прежде всего на мировом уровне. Неотъемлемым условием интеграции в мировое экономическое пространство является устойчивость отношений собственности и необходимость принимать и адаптировать мировые стандарты открытости и корпоративного управления, т.е. использование более цивилизованных моделей поведения, однако государство как ключевой субъект корпоративных отношений, активно используя нерыночные модели поведения, тормозит положительные изменения на уровне корпораций.

Таким образом, сегодня мы можем наблюдать фундаментальное неравенство в отношениях между государством и частными корпорациями, главной причиной которого является низкий уровень легитимности статуса собствен-

ников, что, в свою очередь, было предопределено глубоким расхождением между формальными правами собственности и реальными возможностями контроля [2. С. 87].

Другим важным аспектом в системе отношений государства и крупного бизнеса является проблема согласования интересов государства и корпоративных интересов. Одним из таких механизмов согласования интересов является Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), который формально представляет интересы корпоративного сектора в диалоге с властью, однако вопрос, насколько эффективно и в полной ли мере эта организация реализует интересы корпоративного сектора, остается открытым, так как вышеобозначенная агрессивная имущественная экспансия государства, особенно формы, в которых она проходит, говорит о том, что государство не всегда готово учитывать интересы частных собственников.

Вместе с тем актуальным является вопрос и о согласовании интересов внутри самого корпоративного сектора, поскольку сегодня сложилась такая ситуация, когда отсутствующие эффективные механизмы согласования корпоративных интересов напрямую влияют на стабильность «институционального окружения» [3. С. 121–122]. Иными словами, у нас пока не сложилась система отношенческой контрактации в рамках системы корпоративных отношений. Повлиять на формирование такой системы могли бы соответствующие институциональные механизмы, выполняющие функцию «независимого арбитра» при разрешении споров между корпоративными структурами по вопросам корпоративной этики. В качестве такого механизма можно назвать Объединенную комиссию по корпоративной этике, созданную при том же самом РСПП, однако сегодня эта форма согласования интересов слабо развита, а ее текущая деятельность зачастую даже формально не соответствует ее функциональному содержанию. Внутренние же механизмы согласования корпоративных интересов, такие как разработка и внедрение кодексов корпоративного поведения, также не выполняют своей основной функции, поскольку разработанные кодексы носят преимущественно общий, декларативный характер.

Неоднозначно выглядит роль государства в согласовании корпоративных интересов, поскольку, с одной стороны, государство должно создавать условия для появления соответствующих механизмов, а с другой – государство формально дистанцируется от вмешательства во внутрикорпоративные конфликты, притом что зачастую сами государственные структуры являются инициаторами таких конфликтов.

Неравенство в отношениях и отсутствие согласованных интересов между государством и частными корпорациями наглядно проявились во время финансового кризиса, когда государство, сосредоточив в своих руках большие финансовые ресурсы, проводит выборочное выделение этих средств корпоративным структурам, лояльным к органам власти или подконтрольным ей. Эта ситуация может создать как предпосылки для новой волны перераспределения корпоративной собственности, так и подавить стимулы к эффективной хозяйственной деятельности у корпораций, получивших государственную помощь, особенно в сфере привлечения заемных средств.

Таким образом, сложившаяся система отношений между государством и корпоративным сектором не способствует устойчивому развитию последнего, и в условиях, когда основным элементом экономических отношений становится фактор доверия, такая несбалансированность может негативно сказаться на развитии отечественных корпораций и свести на нет все преимущества корпоративной формы организации бизнеса как механизма интеграции в мировое экономическое пространство.

#### *Литература*

1. Трансформация роли государства в условиях смешанной экономики / Отв. ред. А.Г. Зельднер, И.Ю. Ваславская. М.: Наука, 2006. 261 с.
2. Динамика корпоративного развития / В.Ж. Дубровский, О.А. Романова, А.И. Татаркин, И.Н. Ткаченко. М.: Наука, 2004. 502 с.
3. Россия в глобализирующемся мире: стратегия конкурентоспособности / Отв. ред. акад. Д.С. Львов, д.э.н. Д.Е. Сорокин. М.: Наука, 2005. 508 с.

**МОТИВАЦИЯ ТРУДА****Е.В. Нехода****СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕКА И ИЗМЕНЕНИЕ  
ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СУБЪЕКТЕ ТРУДА В СИСТЕМЕ  
ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ**

*В статье проанализирована взаимосвязь между системой трудовых отношений и изменением представлений о субъекте труда. Данная взаимосвязь позволяет оценить эффективность форм совместной деятельности и взаимоотношений людей в процессе труда и выработать наиболее эффективные механизмы развития социально-трудовых отношений.*

*Ключевые слова:* труд, социально-трудовые отношения, субъект труда

Труд, профессиональная деятельность представляют важнейшие составляющие жизни, которые раскрывают перед человеком колоссальные возможности получения доходов и реализации собственного потенциала. Труд также является одной из фундаментальных ценностей хозяйственной культуры, через которую проявляются отношения человека и общества к деятельности. Известный российский учёный В.Л. Иноземцев полагает, что тип общественного устройства решающим образом зависит от того, каков, во-первых, характер деятельности людей на том или ином этапе социально-экономического развития общества, и, во-вторых, от того, каким образом складываются отношения между людьми в процессе производства материальных благ и услуг, а также их потребления. Таким образом, организационные формы труда и социально-трудовые отношения во многом определяют тип общественных систем и общественного развития, влияют на общественное сознание, являясь при этом продуктом длительной эволюции.

Можно предложить и следующее определение социально-трудовых отношений. Социально-трудовые отношения характеризуют экономические, социальные, психологические, правовые аспекты взаимосвязи отдельных людей и социальных групп в процессе трудовой деятельности. Научная и учебная литература по различным проблемам экономики и социологии труда анализирует социально-трудовые отношения по трём основным направлениям: субъекты, предмет и типы отношений.

Наиболее важными субъектами социально-трудовых отношений являются: наёмные работники, профессиональные союзы (союзы наёмных работников), работодатели, союзы работодателей и государство.

Наёмным работником является человек, который заключил трудовой договор с представителями предприятия, государством или какой-либо общественной организацией. Профессиональные союзы создаются для защиты социально-экономических интересов наёмных работников (а также и лиц свободного труда). Направлениями деятельности профсоюзов являются обеспечение

занятости, гарантий приемлемых условий труда, оплаты. Объединения профсоюзов могут выступать гарантом соблюдения прав наёмных работников, защищают их интересы в трудовых спорах и конфликтах. Работодатель может выступать собственником или действовать от лица собственника в найме на работу одного или нескольких работников. Союзы работодателей (например, Союз промышленников и предпринимателей в нашей стране) создаются для защиты социально-экономических интересов работодателей, частного капитала. Государство как субъект социально-трудовых отношений может выступать, прежде всего, как защитник прав граждан и организаций, работодатель, наконец, арбитр или посредник в трудовых спорах и конфликтах.

Социально-трудовые отношения в зависимости от способа их регулирования и методов разрешения возникающих проблем классифицируются по типам. Данная классификация характеризуется тем, каким конкретным образом принимаются решения в социально-трудовых отношениях и разрешаются основные конфликты. Главную роль в формировании типов социально-трудовых отношений играют факторы равенства или неравенства субъектов социально-трудовых отношений, а также их возможности. От того, каким образом и в какой форме комбинируются данные основные факторы, и зависит конкретный тип социально-трудовых отношений и другие определяющие его принципы. Таким образом, базой социально-трудовых отношений могут служить: принципы солидарности и субсидарности; отношения, построенные по принципу «господство-подчинение»; равноправное партнёрство; конфликт; конфликтное сотрудничество; соперничество, дискриминация.

Так, значительная регламентация социально-трудовых отношений со стороны государства характерна для патерналистского типа. Патернализм в СССР осуществлялся во всех сферах жизнедеятельности, в том числе и трудовой. Это касалось вопросов занятости (было понятие всеобщей занятости), условий и оплаты труда, государственных гарантий в сфере труда. Необходимо отметить, что политика патернализма касалась не только государства, но и администрации предприятий. На микроуровне патернализм характерен для Японии и некоторых других азиатских стран.

Такой тип отношений, как партнёрство, характерен для послевоенной Германии и ряда европейских стран. Социальное партнёрство отражает исторически обусловленный компромисс интересов главных субъектов экономических процессов и выражает общественную необходимость социального мира как одного из условий политической стабильности и социального прогресса.

Кроме отношений патернализма и партнёрства, выделяют такие типы отношений, как конкуренция, солидарность (общая ответственность и взаимная помощь субъектов социально-трудовых отношений), субсидарность (стремление человека к личной ответственности за достижение своих целей и своих действий при решении социально-трудовых проблем), дискриминация (основана на произволе прав субъектов социально-трудовых отношений).

В качестве предмета социально-трудовых отношений рассматриваются цели, к достижению которых стремится человек на различных этапах своей деятельности. К примеру, на первых этапах (от рождения до окончания обучения) социально-трудовые отношения связаны в основном с проблемами

профессионального обучения. В период активной трудовой деятельности (до пенсии) основными являются отношения найма и увольнения, карьерного роста, переподготовки, вопросы условий и оплаты труда. В период после трудовой деятельности главной становится проблема пенсионного обеспечения. В связи с этим выделяют социально-трудовую сферу, которая включает: рынок труда, занятость и безработицу, мотивацию, социальное партнёрство; подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала; социально-культурный комплекс (здравоохранение, образование, наука, культура); социальную защиту населения.

Однако система социально-трудовых отношений – более ёмкое понятие, чем вышеперечисленные элементы. Она должна включать и механизм развития и регулирования социально-трудовых отношений (рис. 1).

Включение в систему социально-трудовых отношений, помимо традиционных элементов (субъекты, типы, предметная область), институциональных механизмов формирования и развития, а также критериев их оценки позволяет, во-первых, значительно расширить сам объект и предмет исследования, а во-вторых, ответить на следующие фундаментальные вопросы современности:

1. Какова взаимосвязь и взаимозависимость между основными элементами, направлениями развития социально-трудовых отношений и показателями эффективности? Почему для одного типа и предметной области эффективны одни инструменты и показатели оценки, а для прочих типов – другие?

2. Каким образом данная взаимосвязь позволяет проследить эволюцию социально-трудовых отношений и обосновать наиболее перспективные направления их формирования и развития (институциональные механизмы), адекватные тому или иному этапу?

3. Каковы основные факторы, определившие качественно новые формы совместной деятельности и представления о субъекте труда? В частности, каким образом на взаимодействие структурных элементов системы социально-трудовых отношений повлияли: смена технологических укладов и изменение роли человека на производстве, изменение системы ценностей и интересов человека, изменение взглядов на культурные основы хозяйствования?

По-нашему мнению, одним из наиболее значимых факторов, повлиявших на эволюцию социально-трудовых отношений, выступает социальное развитие человека. Эволюция роли человека на производстве и эволюция социально-трудовых отношений нашли отражение в соответствующих теориях управления трудовыми отношениями. Известные теории предполагают существование экономического (использование трудовых ресурсов), органического (управление персоналом, управление человеческими ресурсами) и гуманистического (управление человеком) подходов. Вместе с развитием человека развивалась и социальная система предприятия.

Сразу же возникает вопрос: почему в качестве определяющего фактора, оказавшего и продолжающего оказывать значительное воздействие на эволюцию и дальнейшее развитие социально-трудовых отношений, мы выделили именно социальное развитие человека? Собственно появление самого термина «социально-трудовые отношения» связано с изменением взглядов на место и роль человека в обществе, и в частности, на производстве. Признание

главенствующей роли человека сместило и акценты в исследовании как общественных, так и трудовых процессов, повлияло на трансформацию критериев оценки общественного прогресса и, как следствие, показателей эффективности труда и социально-трудовых отношений.

Что даёт анализ социального развития человека? Во-первых, позволяет проследить взаимосвязь между изменениями роли человека в обществе и трудовом процессе и системой социально-трудовых отношений. В частности, проследить, каким образом трансформировался понятийный аппарат и представления о субъекте труда. Во-вторых, осознать возрастание (и главное – причины) значимости в производстве личностных качеств человека-работника, прежде всего таких, как инициативность, добросовестность, ответственность, умения и навыки. Понять, почему отношения, основанные на соперничестве и конкуренции, уступают место отношениям солидарности, доверия и взаимопомощи. В свою очередь, это способствует поиску более эффективных механизмов активизации человеческого и трудового потенциала. «Тезис об «оптимальности подключения» человека к технике всё чаще заменяется тезисом о необходимости организации внутрифирменных систем мотивации труда с позиций оптимального раскрытия в труде потенций человеческого фактора» [1. С. 11]. В-третьих, оценить эффективность форм совместной деятельности, в том числе и ответить на вопрос, при каких условиях доминирует тот или иной тип взаимоотношений людей в процессе труда. В-четвёртых, анализ влияния социального развития человека на систему социально-трудовых отношений позволяет обосновать и приоритетные мероприятия, развивающие социально-трудовые отношения на различных уровнях, прежде всего на макро- и микроуровне.

Наиболее точно роль человека в системе социально-трудовых отношений отражает понятийный аппарат, используемый для определения работника, участвующего в трудовом процессе (табл. 1). При этом наблюдается прямая взаимосвязь между этапами промышленных революций, представлениями о субъекте труда, формами совместной деятельности, соответствующей концепцией управления трудовыми отношениями и типом культуры в организации.

В начале прошлого века люди рассматривались как специфический вид ресурса, потребляемый в общественном производстве. В связи с этим сформировались понятия «рабочая сила» и «трудовые ресурсы». Широкое использование термина «рабочая сила» связано с учением К. Маркса. В частности, К. Маркс определял рабочую силу как «совокупность физических и духовных способностей, которыми обладает организм, живая личность и которые пускаются им в ход всякий раз, когда он производит какие-либо потребительные стоимости». Несмотря на то, что понятие «рабочая сила» получило широкое распространение, границы его до сих пор чётко не определены. Большинство авторов придерживаются мнения, что рабочая сила представляет собой индивидуальную способность к труду, которая слита с живой личностью человека и выступает его важнейшим атрибутивным свойством. Данная способность к труду является производительной способностью лишь в потенции. Реальной производительной силой она становится в процессе непосредственного со-

Таблица 1. Взаимосвязь форм совместной деятельности, типа культуры и представлений о субъекте труда

| Этапы промышленных революций                  | Представления о субъекте труда                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Общая характеристика совместной трудовой деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Соответствующая концепция управления           | Тип культуры                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                             | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 4                                              | 5                                                                                                                                                                                             |
| Первая промышленная революция (1750–1850 гг.) | Человек – безликий, бесправый работник, обладающий физическими способностями выполнять тяжелую работу, ту или иную задачу                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Совместно-взаимодействующий тип характеризуется участием каждого работника в решении общих задач. У каждого примерно одинаковая интенсивность труда. Ориентация на коллективные цели, эффективность совместной деятельности в равной степени зависит от труда каждого участника                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Не оформлена                                   | Органическая организационная культура. Работники являются послушными исполнителями, включенными в семейный тип отношений                                                                      |
| Вторая промышленная революция (1850–1940 гг.) | Рабочая сила – потенциальная способность человека к труду, совокупность физических и интеллектуальных качеств, которые могут быть использованы в процессе труда. Предполагается, что рабочая сила не обладает собственными целями, не имеет потребностей и не проявляет инициативу. Предназначена для того, чтобы кто-то другой ее формировал, распределял и управлял ею. Человек – носитель способностей и определенных качеств | Совместно-последовательный тип характеризуется определенным порядком участия каждого работника в процессе работы. Последовательность предполагает, что вначале в работу включается один участник, за ним – второй, третий и т.д. Деятельность задается специфичной целью преобразования предмета труда, характерных для данного участка процесса. Участникам свойственна высокая технологичность дисциплины, слепование нормам, правилам, инструкциям, положениям. Решения принимаются высшим руководством, рычаг управления – административный ресурс                                                                                                                                 | Использование рабочей силы и трудовых ресурсов | Бюрократическая организационная культура, наличие технологически дисциплинированных участников, строго выполняющих свои функции и распоряжения руководства                                    |
| Третья промышленная революция (1940–1980 гг.) | Трудовой потенциал. Человек – субъект со своими потребностями и интересами в сфере труда. Однако человек на данном этапе рассматривается как пассивный инструмент внешнего управления, планово-учетная единица                                                                                                                                                                                                                   | Совместно-последовательный тип характеризуется определенным порядком участия каждого работника в процессе работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Управление персоналом                          | Бюрократическая организационная культура                                                                                                                                                      |
|                                               | Человеческий фактор. Человек – главная стратегическая движущая сила в развитии и повышении эффективности производства                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Совместно-индивидуальный тип взаимодействия. Каждый член группы выполняет свой объем работ. Специфика деятельности зависит от индивидуальных особенностей и профессиональной позиции каждого. Исполнителей объединяет предмет труда, обрабатываемый каждым по их особым образом. Людям свойственна высокая инициативность, ориентация на результат, индивидуальные достижения. Участники трудового процесса во главу угла ставят собственные цели, интересы. Данный тип характеризуется рыночной управленческой формой: решения принимаются в соответствии с законами рынка, рынок является мерилом эффективности труда. Главными рычагами воздействия – деньги (материальные стимулы) | Управление человеческими ресурсами             | Предпринимательская организационная культура. Люди – активные участники трудового процесса, ориентированные на карьеру, увеличение ответственности работников, объема работы и вознаграждений |

Продолжение табл. 1

| 1                                                     | 2                                                                                                                                                                                                                                      | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4                                                                                         | 5                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Четвертая промышленная революция (1980 г. – наши дни) | Человеческий капитал. Человек – объект эффективных вложений, преобразующий знания в источник как личных, так и общественных доходов                                                                                                    | Совместно-творческий тип (происходит из сферы науки и искусства). Участники создают нечто уникальное посредством творчества, и каждый участник является полноправным создателем чего-то нового. Совместно-творческий тип дает возможность каждому участнику попробовать различные способы деятельности, обогащаться опытом работы, присущими другим специалистам в сфере труда. Получаемый синергетический эффект дает импульс развитию самой группы | Управление человеком                                                                      | Партисипативная организационная культура. Люди – профессионалы, ориентированные на достижение результатов (новое знание) и стремящиеся к собственному профессиональному росту |
|                                                       | Интеллектуальный и социальный капитал. Человек не только носитель знаний, обладающий опытом, определенной квалификацией, человек – это целый мир, эмоциональный, нравственный, духовный, с определенной системой ценностей и мотиваций | В последнее время специалистами упоминается еще один тип совместной деятельности – коллективный. Деятельность принимает форму обсуждения и принятия управленческих решений группой лиц, коллектив с учетом общего мнения участвующих в обсуждении                                                                                                                                                                                                    | Управление человеком (личностью). В центре внимания стоят новые проблемы семьи и общества | Диалоговая организационная культура, которая может быть эффективно реализована только при активном равноправном участии всех субъектов социально-трудовых отношений           |

единения с конкретными средствами производства, будучи включённой в совокупную рабочую силу на конкретном предприятии.

На наш взгляд, К. Маркс ввёл в оборот категорию «рабочая сила» для того, чтобы подчеркнуть классовый, априори антагонистический, характер отношений между трудом и капиталом. Мы разделяем позицию тех авторов, которые считают некорректным использование данной категории в настоящее время, особенно в сочетании «товар рабочая сила». Вполне справедливо замечание С.С. Утиновой по поводу того, что «труд – это не товар, но с большей натяжкой, по-нашему мнению, к таковым можно отнести и способность к труду (которую К. Маркс определил тоже как товар. – Е.Н.). Ведь и труд, и способность к нему непосредственно связаны с другими сторонами жизнедеятельности человека и самой его жизнью, которая «производится» не для продажи. А значит, товаром, в непосредственном его значении, не является» [2. С. 41–42].

Систематизация подходов к определению «рабочая сила» позволяет выделить следующие основные характеристики данного понятия:

- 1) особая разновидность товара, товар на рынке труда;
- 2) экономическая категория, выражающая способность к труду; совокупность физических и интеллектуальных способностей, знаний, умений и навыков, которыми располагает человек и которые используются им для производства жизненных благ;
- 3) численность населения, предлагающего свой труд на рынке рабочей силы.

Способность к труду также характеризует такое понятие, как «трудовые ресурсы». Авторский коллектив учебника «Экономика труда» под общей редакцией Н.А. Волгина и Ю.Г. Одегова определяет трудовые ресурсы как совокупные способности к труду всего общества [3. С. 35]. И.В. Бушмарин рассматривает трудовые ресурсы как часть населения страны, которая в силу психофизиологических и потенциальных качеств способна производить материальные блага или услуги [4]. Из этого определения следует, что трудовые ресурсы включают в себя как тех людей, которые заняты в экономике, так и тех, которые не заняты, но могут трудиться. Итак, трудовые ресурсы – это реальные и потенциальные человеческие ресурсы.

Трудовые ресурсы не единственное понятие, которое выражает человеческие ресурсы. Наряду с этим оперируют также понятием «экономически активное население». Согласно международным стандартам к нему относят занятое население и безработных, ищущих работу. Распространено также понятие «гражданское экономически активное население», в которое не включаются военнослужащие. Таким образом, трудовые ресурсы по своему содержанию шире понятия «экономически активное население». Кроме экономически активного населения, они ещё включают учащихся трудоспособного возраста, а также домохозяйек и всех остальных граждан страны, не являющихся безработными.

В связи с этим А.И. Добрынин с соавт. определяют трудовые ресурсы как часть населения страны трудоспособного возраста, обладающего необходимыми физическими и умственными способностями, определённым уров-

нем образования и квалификации, занятого в народном хозяйстве, а также та часть населения, способного работать, но не работающего по тем или иным причинам (домохозяйки, учащиеся с отрывом от производства и др.). В состав трудовых ресурсов включают население в трудоспособном возрасте (мужчины 16–59 лет, женщины – 16–54 года), кроме неработающих инвалидов 1-й и 2-й группы и неработающих лиц, получающих пенсию на льготных условиях, а также фактически работающих лиц моложе трудоспособного возраста и работающих лиц пенсионного возраста [5].

Процесс превращения трудовых ресурсов в рабочую силу проходит ряд стадий: 1) трудовые ресурсы представляют собой потенциальную рабочую силу, не участвующую в производстве; 2) трудовые ресурсы становятся рабочей силой, участвующей в производстве; 3) с момента прекращения трудовой деятельности рабочая сила вновь становится трудовыми ресурсами.

Человек при таком подходе рассматривался (и продолжает рассматриваться) как фактор производства, уступающий по значимости техническим и технологическим факторам. Основной концепцией управления трудовыми отношениями выступает использование рабочей силы и трудовых ресурсов. В развитии и оценке эффективности социально-трудовых отношений использовались количественные показатели и доминировал технократический подход. Так, на уровне государства использовались такие показатели, как количество трудоспособного и экономически активного населения, продолжительность рабочего времени, фонд рабочего времени, на уровне организации – среднесписочная численность работников, фонд рабочего времени на одного работника и его использование, показатели текучести и разрабатывались мероприятия по улучшению данных показателей.

Необходимо отметить, что понятия «рабочая сила» и «трудовые ресурсы» используются в отечественной литературе и до настоящего времени. Рабочая сила трактуется и в более широком смысле слова (нежели только потенциальные способности к труду) – общее число работников, затраты на рабочую силу; употребляется это понятие и в контексте «спрос и предложение на рабочую силу».

С развитием социальной системы предприятия и теорий управления трудовыми отношениями менялись взгляды на роль человека в организации. Понятие «человеческий фактор» расширяет границы ранее используемых понятий «рабочая сила» и «трудовые ресурсы», наделяя его всей совокупностью личностных качеств человека, влияющих на его трудовую активность. С появлением данной категории за человеком признаётся главенствующая роль в производственном процессе. Данный период характеризуется представлением о субъекте труда и трудовых отношений в качестве трудового потенциала.

Понятие трудового потенциала остаётся актуальным и до настоящего времени, анализу его содержания и характеристикам посвящено большое количество исследований. Трудовой потенциал представляет собой совокупность физических и интеллектуальных свойств работника достигать в заданных условиях определённых результатов на производстве и самосовершенствоваться в процессе трудовой деятельности, решая новые задачи, возникающие в процессе изменений на производстве. В научной литературе встреча-

ются и более утрированные, упрощённые подходы к определению трудового потенциала, с которыми нельзя согласиться. Например, в глоссарии, данном в конце работы «Человеческий капитал в транзитивной экономике», приводится следующая трактовка: «трудовой потенциал – потенциал рабочего времени человека, обладающего совокупностью общеобразовательных и профессионально-квалификационных характеристик, которые с учётом исторических, демографических, национальных и других особенностей могут быть использованы в той или иной сфере общественного воспроизводства» [5. С. 295]. В то же время существуют и диаметрально противоположные точки зрения, в которых трудовой потенциал представляется как «мера наличных ресурсов и возможностей, непрерывно формируемых в процессе всей жизни личности, реализуемых в трудовом поведении и определяющих его реальную плодотворность» [6. С. 7].

Отличие понятия «трудовой потенциал» от понятий «рабочая сила» и «трудовые ресурсы» состоит в том, что «трудовой потенциал – это персонифицированная рабочая сила, рассматриваемая в совокупности своих качественных характеристик. Данное понятие позволяет, во-первых, оценить степень использования потенциальных возможностей как отдельно взятого работника, так и их совокупности, обеспечивая на практике активизацию человеческого фактора, и, во-вторых, обеспечить качественную сбалансированность в развитии личного и вещественного факторов производства» [3. С. 38–39].

Большинство исследователей выделяют трудовой потенциал общества, трудовой потенциал организации и трудовой потенциал человека. Конечно, исходной единицей анализа трудового потенциала является трудовой потенциал работника. Среди исследователей, занимающихся вопросами трудового потенциала и анализом его компонентов, выделяются работы Б.М. Генкина, Ю.Г. Одегова, Н.А. Волгина и др. Ю.Г. Одегов и Н.А. Волгин, характеризуя трудовой потенциал работника, рассматривают: 1) психофизиологический потенциал (способности и склонности человека, состояние его здоровья, работоспособность, выносливость, тип нервной системы); 2) квалификационный потенциал (объём, глубина и разносторонность знаний, трудовых навыков и умений); 3) социально-личностный потенциал (уровень гражданского сознания и социальной зрелости, степень усвоения работником норм отношения к труду, ценностные ориентации, интересы и потребности в сфере труда). В учебнике Б.М. Генкина в качестве основных компонентов трудового потенциала выступают здоровье, нравственность, активность, организованность и асертивность, образование, профессионализм и ресурсы рабочего времени. С. Радько и А. Афанасьева дополняют вышеперечисленные компоненты и такими характеристиками, как опыт и стаж работы, предпринимательские способности, удовлетворённость работой, рентабельность труда, возраст [7. С. 82]. Н.И. Шаталова выделяет такие структурные компоненты трудового потенциала работника, как психологические, ценностно-ориентационные, статусные, нормативно-ролевые, адаптационные [6. С. 17].

В настоящее время, используя данное понятие, авторы выделяют количественные и качественные характеристики. Количественные характеристики могут быть представлены численностью среднегодовых работников (число

человеко-лет труда). Для более детального анализа трудовой потенциал можно представить фондом ресурсов труда (среднегодовая численность, умноженная на среднюю продолжительность рабочего времени в месяц, день, час). Качественная характеристика трудового потенциала выражается в степени профессиональной и квалификационной пригодности людей к выполнению работы. Это, в свою очередь, зависит от их общеобразовательной и профессиональной подготовки, навыков в труде и личных способностей.

Понятие трудового потенциала тесно связано с понятием человеческого потенциала. От степени развития человека во многом зависит и формирование трудового потенциала. Инициативность в труде и предприимчивость – вот те качества личности, на основе которых формируется человеческий потенциал. Характеристика человеческого и трудового потенциала представлена в табл. 2.

Таблица 2. Содержание и структура человеческого и трудового потенциала

| Вид потенциала               | Краткое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Структура потенциала                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Человеческий потенциал       | Интегральная характеристика жизнеспособности общества (страны, государства) как субъекта собственного воспроизводства, развития и взаимодействия                                                                                                                                                             | Социально-демографический, социально-экономический, социокультурный, деятельностный потенциал                                                                                                                                            |
| Трудовой потенциал общества  | Совокупность условий, обеспечивающих реализацию трудового потенциала работника, а также новое качество, возникающее при целевом соединении индивидов и коллективов в процессе трудового взаимодействия                                                                                                       | Государственно-административная система, специальные социальные институты общества; конкретные организации, в которых трудится человек; трудовой коллектив; семьи и семейные традиции; отдельные профессионалы и профессиональные группы |
| Трудовой потенциал работника | Сложная система, возникающая в результате взаимодействия личности с предметной и человеческой средой, образуемой другими работниками (группами) с их трудовым потенциалом. Создание и использование данной системы предполагает технико-технологические, материальные, информационные и другие условия труда | Образование, профессионализм, предпринимательские способности, опыт, здоровье, стаж работы, ответственность, конфликтность, возраст, нравственность и др.                                                                                |

На наш взгляд, наиболее полно компоненты человеческого потенциала раскрыты Т. Заславской. Анализируя человеческий потенциал, автор выделяет следующие компоненты [8]:

1. Социально-демографический потенциал включает демографическую структуру населения, среднюю продолжительность жизни и соотношение рождаемости и смертности, браков и разводов. Социальная компонента в данном случае отражает состояние физического и психического здоровья, уровень и качество образования граждан.

2. Социально-экономический потенциал характеризует уровень квалификации и профессионализма, востребованность обществом данных качеств, а также отражает уровень и структуру занятости, степень реализации трудовых и интеллектуальных ресурсов; потребности и платежеспособный спрос на материальные и социальные блага, социальную защищённость человека.

3. Социокультурный потенциал включает социально значимые характеристики людей, в частности особенности менталитета, убеждения и верования, следования традициям, уважение к закону, уровень морали и нравственности. Социокультурный аспект включает также структуру мотивационного комплекса и типы поведения, в том числе и трудового.

4. Деятельностный потенциал выражается в уровне деловых качеств человека, его предприимчивости, социальной активности и инициативы. В обществе с высоким уровнем деятельностного потенциала, как правило, доминируют разнообразные формы повышения квалификации, дополнительного образования, распространённости наукоёмких технологий. По мнению Т. Заславской, именно данная компонента человеческого потенциала служит основой для реализации предыдущих составляющих, укрепляющей жизнеспособность общества.

В более поздний период в Программах развития ООН (ПРООН) стали публиковаться доклады о развитии человека. Одним из самых известных разработчиков концепции и методологии анализа человеческого потенциала был выдающийся учёный Махбуб уль Хака, стоявший у истоков подготовки докладов о развитии человека. В первом докладе ПРООН (1990 г.) была сформулирована принципиальная идея: главная цель и смысл экономического и общественного прогресса состоят не в ускорении развития рыночной экономики, а в обеспечении каждому человеку возможностей реализовать свой потенциал и вести здоровую, творческую, полноценную, активную жизнь. Каждый человек представляет личность, которая рассматривается как главный приоритет общественного развития и как активный участник социально-экономической политики.

Под устойчивым развитием человеческого потенциала понимается процесс непрерывного сбалансированного расширения человеческих возможностей, адаптирующихся к изменениям внешнего мира в условиях свободы выбора. В принципе экономические и социальные предпосылки реализации потенциала человека могут быть разнообразны и меняться на протяжении его жизни. Но основополагающими признаются три главные возможности: долголетие и здоровье, образовательный и профессиональный рост, поддержание достойного уровня благосостояния.

Очевидно, что и для нашей страны дальнейшее развитие и использование трудового потенциала и возрождение экономики в целом могут быть достигнуты в следующем случае: развитие человека, его общей и нравственной культуры, профессионального и творческого потенциала. Повышение благосостояния и укрепление здоровья людей является важнейшим условием и одновременно мощной движущей силой научно-технического и социально-экономического развития, надёжной основой стабильного процветания общества.

Возвращаясь к характеристике трудового потенциала и анализу изменений роли человека на производстве и в обществе, необходимо отметить, что именно в этот период (1940–1960 гг., см. табл. 1) на Западе стали переходить от работы с кадрами (персонал – второстепенный фактор производства) к управлению персоналом. Именно этот этап характеризуется формированием систематизированных научных подходов к управлению персоналом, и в системе социально-трудовых отношений стали решаться вопросы, связанные с набором, отбором и оценкой персонала, разработкой систем стимулирования; стали разрабатываться программы повышения квалификации и управления карьерой, взаимодействия и сотрудничества на производстве, пенсионного обеспечения и охраны здоровья. На уровне общества социально-трудовые отношения получили развитие в направлении разработки социального законодательства, социальной поддержки и соблюдения экономических гарантий. Таким образом, участие государства и регулирование социально-трудовых отношений предполагало: создание национальных систем социального страхования, компенсации по безработице, установление минимальной заработной платы, ограничение и сокращение рабочего дня.

По мере модернизации производственных факторов, затрагивающих не только сферу общественного производства, но и общество в целом, происходит всё большее осознание повышения роли человека. Всё более эффективным становится творческий труд; возникают новые профессии, сглаживающие жёсткую иерархию отношений и предполагающие новый подход к работе. Совершенствуются и системы мотивации, персонифицирующие вклад и личностные качества работников. Последние становятся «человеческими ресурсами», определяющими будущее организации, а человек – главной стратегической движущей силой в развитии и повышении эффективности.

«Человеческие ресурсы» – термин, характеризующий персонал предприятия с качественной, содержательной стороны. Человеческие ресурсы включают способность к творчеству и потенциальные возможности всестороннего развития работников; общую культуру и нравственность, влияющие на эффект кооперации и самоорганизации [9]. Если строгое содержание терминов «рабочая сила», «трудовые ресурсы», «кадры», «персонал» отражает функциональный, технократический подход к работнику и соответствует концепции «экономического человека», то термин «человеческие ресурсы» является выражением личностного подхода и соответствует концепции «человека социального».

В период с 1960 по 1980 г. происходит актуализация категории «человеческий капитал». История возникновения и развития концепции человеческого капитала уходит в далёкое прошлое (XVII–XIX вв.) и связана с именами В. Пети, А. Смита, Д. Риккардо, К. Маркса, Дж. Милля, А. Маршалла, Ф. Листа, И. Фишера и многих других. Так, А. Маршалл подчёркивал сходство процессов инвестирования средств в человеческие и вещественные активы. Тем не менее саму категорию он считал нереалистичной в силу того, что люди не являются рыночным товаром. «Личные качества и способности человека» он называл «непередаваемыми благами» и использовал понятие «личный капитал» [10. С. 156]. Ряд экономистов признают капиталом не са-

мого человека, а лишь воплощённые в нём благоприобретённые качества и способности и выступают против отнесения человека как физического существа к человеческому капиталу. В частности, Дж. Милль утверждает, что «предметом купли-продажи является не сам человек, но лишь условия его труда» [11. С. 139]. Другие учёные – В. Пети, Ж-Б. Сэй, В. Парето, И. Фишер – являются сторонниками рассмотрения в качестве капитала одновременно человека и его способности в силу неразрывного их единства [12].

Из серьёзных исследований по теории человеческого капитала последнего времени (конец XX – начало XXI в.) можно отметить работы Г. Сент-Пола, К. Ванга, С. Ломбардини, Дж. Минцера Д. Шульца; среди отечественных исследователей это прежде всего работы А. Добрынина, Р. Капелюшникова, А. Колганова, А. Бузгалина, В. Марцинкевича, И. Соболевой, Б. Мильнера. В 1992 г. профессор экономики и социологии Чикагского университета Г. Беккер был удостоен Нобелевской премии по экономике за развитие теории «человеческого капитала». В 1962 г. он опубликовал в одном из научных экономических журналов статью «Инвестиции в человеческий капитал», а в 1964 г. – свою фундаментальную работу «Человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ».

Большинство учёных указывают на неоднозначность трактовки понятия «человеческий капитал». В экономической литературе под человеческим капиталом обычно понимается имеющийся у человека запас знаний, здоровья, навыков, опыта, который используется в производстве с целью получения высокого уровня заработков [13]. Б. Мильнер дополняет классические определения человеческого капитала моральными ценностями людей и культурой труда, характеризуя его следующим образом: «Человеческий капитал – это знания, практические навыки, творческие и мыслительные способности людей, их моральные ценности, культура труда» [14. С. 109]. Сторонники концепции человеческого капитала также понимают под ним, с одной стороны, совокупность производственных способностей современного работника, а с другой – издержки государства, предприятия и самого человека на формирование и постоянное совершенствование этих способностей. А.О. Веренкин предлагает выделить в человеческом капитале образование, здоровье и общую культуру [15].

Западные экономисты рассматривают эффект от вложений в человека как нечто самостоятельное, оторванное от самого процесса труда. За первоисточники производительного результата ими выдаются инвестиции как таковые, а не человеческий труд. С этим трудно согласиться, так как при всей важности инвестиций в человека они лишь формируют его способности к труду. Однако без самого труда и возможностей и способности не реализуются, а значит, и не создают стоимости и не сохраняются. Сами по себе инвестиции в развитие человеческих качеств работника и, как следствие, необходимость отображения этих расходов и измерение их эффективности бесспорны. Однако, и мы разделяем позицию А. Бузгалина и А. Колганова, что «человеческий капитал есть (1) превращённая форма некоторого реального содержания, а именно – действительных изменений (2) в качестве деятельности и её субъекта, а также (3) в роли человека в рыночной экономике, происходящих в усло-

виях генезиса постиндустриальных технологий и экспансии неолиберальных тенденций. Эти изменения состоят в (4) развитии нового качества человека (*homo creator*) и его деятельности (её творческое содержание), которые делают капитал (как особое экономическое отношение, институт) излишним» [16. С. 128]. Положения (2) и (3) очевидны, а (1) и (4) требуют дополнительной аргументации.

В части доказательства (1) мы также разделяем позицию А. Бузгалина и А. Колганова, которой придерживаются и другие авторы, критикуя теорию человеческого капитала. Действительно, различия между способностями человека к творческой деятельности и капиталом достаточно велики. Понятие «капитал» предполагает тот факт, что человек его должен применять в процессе трудовой или предпринимательской деятельности. «Человеческие способности в отличие от капитала не выступают как некий инертный потенциал, требующий для своего производительного применения внешней по отношению к нему активной части человека. Напротив, способности человека к творческой деятельности, как и живой труд вообще, служат необходимым условием производительного использования капитала. Одного этого уже достаточно, чтобы провести качественную границу между рассматриваемыми категориями» [16]. Человеческий капитал нельзя и приобрести путём простой покупки (как при покупке неодушевлённого вещественного капитала). Наконец, характеристика человеческих способностей, знаний, умений как капитала противоречит общей тенденции развития мотивов и стимулов человеческой деятельности.

Постматериальные ценности, стремление человека реализовать себя, свой творческий потенциал оттесняют материальные мотивы и стимулы поведения. Более того, качественные изменения характера и содержания труда являются и условием «вхождения» стран на новый уровень общественного развития. Отвергнуть данные положения – значит признать, что человек развивает свои качества только с инструментальной целью, т.е. претендовать на более высокие доходы. Безусловно, что за этим скрыта сущностная противоположность капитала и человека как субъекта творческой деятельности. В продолжение данной аргументации можно добавить, что человеческие качества (а это не только потенциальные способности к труду, но и личностные качества человека) неотчуждаемы, в отличие от вещественного капитала. Владелец капитала может приобретать «услуги труда».

Но тогда в условиях нового качества рынка и капитала возникает целый ряд проблем и противоречий, которые заслуживают самого пристального внимания при использовании категории «человеческий капитал».

1. Рост доли нематериалистически мотивированных людей в общей численности работников вызывает потребность в заключении совершенно нового морального соглашения между индивидом, компанией и обществом. Следует признать, что большинство компаний, как на Западе, так и в России, вряд ли к этому готово.

2. Усиление противоречия между трудом и капиталом развивается на качественно новом уровне. Подчинение творческого труда капиталу (через интеллектуальную собственность) открывает безграничные перспективы роста

эксплуатации и извлечения прибыли особого свойства. Творческий труд создаёт безграничные ценности, рыночная стоимость которых оказывается бесконечно велика. Причём в таких условиях прибыль компании и доходы творца несоизмеримы.

3. Если исходить из тезиса, что эффективность развития организации и эффективность развития экономики страны напрямую зависят от инвестиций в человеческий капитал, то следовало бы ожидать, что СССР займёт ведущие позиции в мире по эффективности производства. В 80-е гг. СССР направлял на развитие образования до 7 % ВВП и в рейтинге стран по индексу развития человеческого потенциала занимал 10–12-е места из 174 стран. Более того, осознание важности вложений в человека было бы необходимым и достаточным условием возрождения российской экономики на современном этапе развития. Однако при всей важности данного положения российские работодатели не спешат инвестировать капитал в персонал, хотя позитивные сдвиги в этом направлении наметились.

4. Образование и другие формы инвестиций в человеческий капитал должны быть нацелены на формирование его максимальной ценности. «Качество» человека ограничивается его рыночной ценой (с экономической точки зрения) и ориентируется прежде всего на конъюнктуру рынка. Свободное и гармоничное развитие человека выпадает, таким образом, из сферы приложения «человеческого капитала».

5. Использование теории человеческого капитала как никогда обострило проблему поляризации доходов и дальнейшего обнищания определённой части населения. «Новый класс не стремится получать от своей деятельности материальный результат, тем не менее его получает. В то же время люди, не обладающие ни способностями, ни образованием (позволяющим развивать способности), пытаются решать задачи материального порядка. Однако они не получают результата, к которому стремятся» [17. С. 86–87]. В США, как устойчивая тенденция последних лет, наблюдается абсолютное обнищание низших слоёв наёмных работников. Так, среднечасовая реальная оплата труда рабочих в США снизилась в 2 раза. В 1996 г. средний доход руководителей кризисных американских компаний превысил среднюю заработную плату их персонала в 326 раз [17. С. 85]. Безусловно, заработки американских менеджеров высшего звена основываются на их способности вывести данные компании из кризиса и увеличить рыночную стоимость компаний. Они также являются не только высокообразованными людьми, но и носителями уникальных знаний о рыночной стратегии компании и её задачах. Такая дифференциация, в свою очередь, ведёт к новым социальным конфликтам, к разрешению которых ни организации, ни общество, создавая благоприятные возможности и инвестиционный климат для вложений в человека, не готовы.

При использовании категории «человеческий капитал» следует, таким образом, учитывать вышеперечисленные ограничения, что должно найти отражение в дальнейшем развитии социально-трудовых отношений. В частности, наиболее перспективные направления исследований о месте и роли человека в обществе должны основываться на понимании того, что труд – не просто затраты, пусть и в активный ресурс, для производства продукции, а

источник всех и всяких новшеств, качественных сдвигов в экономике, конкурентоспособности стран. В связи с этим большую актуальность приобретают работы в области теории творческого человека (В. Марцинкевич, Ю. Васильчук, В. Автономов, Дж. Фостер, Дж. Кейнс, К. Маркс).

Конечно, представление о субъекте труда как главной стратегической силе повлияло и на социально-трудовые отношения и управление персоналом. В западном менеджменте стал развиваться подход «управление человеческими ресурсами», а в социально-трудовых отношениях – доминировать вопросы управления компетенцией персонала, расширения участия в обсуждении проблем и принятии управленческих решений; разрабатываться программы «обогащения труда», устранения монотонности и однообразия в работе.

Специалисты в области управления человеческими ресурсами отмечают следующие принципиальные отличия между управлением персоналом и управлением человеческими ресурсами, сложившиеся на период становления системы управления человеческими ресурсами:

1. Переориентация с нужд работника на потребности самой организации в работниках.

2. Активизация кадровой политики, в отличие от реактивной и пассивной, характерных для традиционных моделей управления персоналом.

3. Индивидуализация работы с персоналом и персонификация системы кадрового менеджмента, в отличие от «безликой» системы управления персоналом.

4. Повышение эффективности инвестиций в человека (в отличие от экономики на издержках), обеспечивающих постоянный профессиональный рост работников и улучшение качества трудовой жизни.

5. Формирование «сильной» корпоративной культуры, стимулирующей атмосферу взаимной ответственности работников и работодателей, поддержка инициативы, стимулирование технических и организационных нововведений, открытого обсуждения проблем.

Современные авторы придерживаются мнения, что в настоящее время разделение терминов «управление человеческими ресурсами» и «управление персоналом» связано не со смысловыми или содержательными различиями, а осознанием необходимости выработки общей стратегии управления человеческими ресурсами и достижения «долгосрочных целей по созданию профессионального и социально ориентированного коллектива» [18. С. 59]. Таким образом, управление человеческими ресурсами представляет собой стратегию, а управление персоналом – тактику с выделением среди прочих функциональных подсистем общей системы управления персоналом организации и подсистемы трудовых отношений.

Широкое распространение теории человеческого капитала и концепции управления человеческими ресурсами ознаменовали «бум» развития образования, здравоохранения, науки, культуры. В 80-е гг. прошлого века сфера духовного производства, в которой творчество является необходимым элементом трудовой деятельности, была признана равноправной как по отношению к сферам материального производства, так и в качестве лидирующей народнохозяйственной системы. На уровне предприятий стали развиваться

концепция «обучающейся организации» и концепция непрерывного образования, образования в течение всей жизни человека. Последняя концепция получила признание и на государственном уровне.

С 1980-х гг. наступает эра так называемого интегративного подхода. Данный подход предполагает особое внимание к явлениям и процессам, имеющим объединяющий, интегрирующий характер: к доверию, к корпоративной культуре, к командной работе, к политике компромиссов, к поиску этических основ делового взаимодействия, к учёту внешних и внутренних связей организации.

Таблица 3. Глоссарий капитала

| Вид капитала     | Краткое описание                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Интеллектуальный | Состоит из структурного и человеческого капитала. Интеллектуальный капитал учитывает возможность будущих доходов с точки зрения вклада в человека, его способности постоянно создавать и порождать ещё большую стоимость               |
| Структурный      | То, что остаётся, когда сотрудники (человеческий капитал) уходят домой. К структурному капиталу можно отнести базы данных, списки потребителей поставщиков, руководства и сотрудников, торговые марки, организационные структуры       |
| Человеческий     | Совокупная величина инвестиций в обучение, способности и будущее сотрудника. Может также рассматриваться как компетентность сотрудника, его способность к общению и польза                                                             |
| Организационный  | Систематизированная и собранная воедино компетентность; системы, позволяющие реализовать способности компании к инновациям, а также организационные возможности создания капитала. Он состоит из процессного и инновационного капитала |
| Инновационный    | Способность компании к обновлению, выраженная в виде интеллектуальной собственности (защищённая коммерческим правом), а также другие нематериальные активы и ценности, например методики работы, коммерческие секреты                  |
| Процессный       | Совокупная стоимость процессов, как создающих стоимость, так и не создающих ее                                                                                                                                                         |
| Социальный       | Характеризует качество социальных отношений между людьми (как в обществе, так и внутри организации и между организациями): уровень доверия, коммуникабельность, этичность, взаимопомощь                                                |

Построение эффективной системы управления знаниями становится невозможным без опоры на социальные сети. Пути производства и накопления интеллектуального капитала зачастую не совпадают с каналами коммуникаций, устанавливаемыми организационной структурой и системой взаимоотношений с партнёрами. Как показывает практика, накопление интеллектуального капитала тесно связано с уровнем капитала социального: качественные знания и навыки передаются только там, где устанавливаются отношения социальной идентичности и доверия.

Развитие теории и практики управления трудом и социально-трудовыми отношениями идёт в направлении гуманизации всех аспектов жизнедеятельности человека. Люди рассматриваются как достояние компании, которое необходимо постоянно развивать. «Люди только тогда захотят вверить часть

своей судьбы руководству компании, когда менеджмент согласится вверить часть своей судьбы в руки своих работников. Взаимность развивается только тогда, когда каждый из партнёров потенциально уязвим в результате решений, принимаемых другой стороной. Менеджеры, которые хотят держать людей и события под контролем, никогда не сумеют установить с ними доверительных взаимоотношений» [19. С. 357].

В экономической теории и менеджменте получают развитие теории интеллектуального и социального капитала наряду с организационным, процессным и инновационным капиталом (табл. 3).

Определение «интеллектуальный капитал» носит достаточно общий характер и обычно подразумевает сумму тех знаний работников организации, которая обеспечивает её конкурентоспособность. Получение разного рода преимуществ над конкурентами (прежде всего технологических и организационных) является основной функцией интеллектуального капитала. Это определение носит также условный характер и при использовании данной категории, что предполагает те же ограничения, что и при использовании человеческого капитала.

Понятие «организационный капитал» стало быстро распространяться после появления в 1982 г. работ Т. Питерса и Р. Уотермана «В поисках эффективного управления» и Е. Шейна «Организационная культура и лидерство». «Организационный капитал определяется как комплекс наиболее важных и стабильных характеристик организации, своеобразная идеология организации, её философия. Организационный капитал определяет методы взаимодействия руководителей и подчинённых, работников друг с другом, отношение к работе, к партнёрам и т.д.» [20. С. 71]. Таким образом, организационный капитал влияет на устойчивые модели социально-трудовых отношений, определяющую роль в которых стали играть ценности, нормы поведения, стереотипы самих работников и работодателей. С появлением понятий «организационный капитал» и «организационная культура» для оценки эффективности социально-трудовых отношений и управления трудом стали использоваться такие параметры, как достижения в труде и удовлетворённость им, отношение к труду, уровень демократизма в организации, инициативность и лидерство, распространение и доступность информации.

Бурное развитие концепции социального капитала в последние десятилетия можно объяснить тем, что его основоположники в очень чёткой форме определили эффективное функционирование современного общества, экономики и организаций в таких понятиях, как доверие, культура, социальные сети, добровольческие ассоциации. Признанный специалист в области теории социального капитала Д. Коулман выделяет три его формы: 1) обязательства и ожидания, зависящие от надёжности социальной среды; 2) информационные каналы и способность социальной структуры к передаче информационных потоков; 3) социальные нормы. Как справедливо отмечает В.Л. Иноземцев, понятие человеческого капитала – это не только квалификация и знания, это в определённой степени и способность людей общаться друг с другом, на основе общих ценностей (между различными группами) и возникает доверие, которое имеет вполне конкретную экономическую ценность. Ф. Фукуяма оп-

ределил доверие как «социальную добродетель», создающую благосостояние. Закон, договор, экономическая целесообразность – необходимые, но не достаточные условия для стабильного и благополучного общества. К ним следует добавить принципы взаимопомощи, моральные обязательства, долг и доверие, которые основаны на традициях и обычаях, а не на рациональном расчёте [21].

Среди всего многообразия взглядов на социальный капитал можно выделить следующие основные подходы его исследования:

1. Социологический подход и вместе с ним социология описывают и анализируют социальные нормы и источники мотивации человеческого поведения. Например, социальный капитал рассматривает такие нормы, как сети и сетевые структуры и возможности человека извлекать с их помощью выгоду.

2. Экономико-институциональный подход, рассматривая социальный капитал, исходит из предпосылок максимизации полезности при взаимодействии людей друг с другом. При этом люди используют ресурсы социального капитала при осуществлении различных типов деятельности. Особенно эти ресурсы востребованы предпринимательской, инновационной, творческой деятельностью – атрибутами современного этапа общественного развития.

3. Основой социоантропологического подхода являются представления о природных инстинктивных стремлениях человека к объединению.

4. Политология акцентирует внимание на решающей роли институтов, политических и социальных норм в формировании человеческого поведения.

Трактовка социального капитала, применяемая в работах Мирового банка, относит его к институтам, отношениям и нормам, формирующим количество и качество взаимодействия в обществе. Всё новые и новые данные подтверждают, что социальное единство – важнейший фактор экономического процветания и устойчивого развития.

Большинство исследователей концепции социального капитала выделяют такое важное его свойство, как доверие. В психологии деловых отношений доверие определяется как оптимистическое ожидание человека, группы, фирмы, находящихся в условиях уязвимости и зависимости от другого человека, другой группы или фирмы в ситуации совместной деятельности или экономического обмена с целью способствовать, в конечном счёте, взаимовыгодному сотрудничеству сторон. При недостатке эффективных договорных, юридических или общественных средств, обеспечивающих соблюдение обязательств, доверие опирается на добровольно принятое обязательство тех, кому доверяют защищать права и интересы сторон, участвующих во взаимодействии. Взаимность обязательств становится морально-этической основой для прочного взаимовыгодного и долгосрочного сотрудничества, обеспечивает качество социальных отношений, именуемых социальным капиталом [20–22].

В 1994 г. в Швейцарии в небольшом городке Ко был принят исторический документ «Принципы международного бизнеса», получивший впоследствии название «Декларация Ко». В Декларации были зафиксированы следующие принципы [22]: 1) ответственность бизнеса: от акционеров («простых» держателей ценных бумаг) к владельцам доли в бизнесе; 2) экономиче-

ское и социальное влияние бизнеса: к прогрессу, справедливости и мировому сообществу; 3) этика бизнеса: от буквы закона к духу доверия; 4) уважение правовых норм; 5) уважительное отношение к окружающей среде.

Таким образом, в системе социально-трудовых отношений в последние десятилетия наиболее значимыми характеристиками становятся доверие и взаимопомощь участников трудового процесса. И хотя доверие и взаимопомощь не стали пока ещё основополагающими атрибутами современного трудового процесса, осознание необходимости их формирования должно найти отражение в мероприятиях, развивающих социально-трудовые отношения.

В настоящее время в менеджменте и системе социально-трудовых отношений сложились следующие подходы к модели человека:

1. «Человек экономический». Основными стимулами для работника являются инструментальные (материальные) стимулы. Работники организации рассматриваются как однородная масса, без выделения специфических категорий (например, уникальных специалистов).

2. «Человек потребляющий». Основными мотивами к труду являются статусные и властные мотивы, а также стремление к самовыражению.

3. «Человек иерархический». Для данного типа важны свобода индивидуального выбора и самоопределения. Большое значение имеет продвижение по служебной лестнице. Хотя на самом деле карьера и соответствующая должность связаны с большой ответственностью, что лишает человека свободы.

4. «Человек профессиональный». Для него определяющую роль играют стимулы причастности к делам фирмы, признание достижений в работе, участие в принятии решений, стремление к расширению круга ответственности.

5. «Человек корпоративный». Работник и организация представляют собой единое целое, причём работники должны влиться в организационный механизм фирмы, нормы которого формируют поведение работника. Однако и работники играют не меньшую роль в поведении фирмы на рынке.

Подводя итог, необходимо подчеркнуть, что анализ взаимосвязи эволюции представлений о субъекте труда и системе социально-трудовых отношений (табл. 4) значительно расширяет и углубляет характеристику всех составляющих системы социально-трудовых отношений, отражённых на рис. 1. Помимо традиционно отмечаемых в научной и учебной литературе по проблемам экономики труда и социально-трудовых отношений – отношений конфронтации, соперничества, солидарности, субсидарности и т.д. – они дополняются отношениями доверия, взаимопомощи, равноправного сотрудничества, взаимной ответственности. Традиционная предметная область исследования, связанная с вопросами профессионального обучения, найма, карьерного роста, пенсионного обеспечения, расширяется до исследования вопросов субъективного восприятия человеком трудовой деятельности, удовлетворённости трудом; накопления и оценки знаний, опыта, способностей, навыков сотрудников.

Таблица 4. Взаимосвязь системы социально-трудовых отношений и представлений о субъекте труда

| Представления о субъекте труда                              | Доминирование той или иной стороны в системе социально-трудовых отношений                                                                | Доминирующий тип отношений                                         | Предмет социально-трудовых отношений                                                                                                                                                        | Приоритетные направления развития                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Рабочая сила                                                | Работодатель (собственник)                                                                                                               | Дискриминация, конкуренция, фронтация                              | Разделение и эффективная организация труда, формы и системы заработной платы                                                                                                                | Применение экономических инструментов активизации использования рабочей силы и трудовых ресурсов, разработка внутрфирменных систем стимулирования                                                                                                                                                                                                                                                           | Количественные показатели использования рабочей силы (фонд рабочего времени, продолжительность рабочего дня, выработка на одного работника и др.)                                                                                                                                                                                            |
| Трудовой потенциал                                          | Работодатель (собственник) при ретрулирующей роли профессиональных объединений наёмных работников и государства                          | Конкуренция, соперничество, патернализм, партнёрство               | Профессиональное обучение и развитие, комплекс вопросов, связанных с управлением персоналом, развитие систем социального страхования на уровне общества и фирмы, развитие системы мотивации | Социальная политика государства и социальная политика фирмы, развитие социального партнёрства                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Количественные и качественные показатели оценки трудового потенциала                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Человеческий фактор                                         | Равноправие всех участников и наличие ярко выраженных интересов всех сторон                                                              | Патернализм, партнёрство, солидарность                             | Содержание труда и удовлетворённость трудом; участие работников в принятии решений; совершенствование систем мотивации через персонализацию личного вклада и личностных качеств работника   | Социальная ответственность бизнеса, разработка программ качества трудовой жизни                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | На макроуровне возрастает значимость показателей, связанных с состоянием физического и психического здоровья людей, уровнем и качеством образования, моралью и нравственностью, социальной защищённостью человека, на уровне организации – показатели удовлетворённости трудом, показатели, отражающие вовлечённость работников в управление |
| Человеческий и интеллектуальный капитал, социальный капитал | Взаимная ответственность работников, работодателей и государства за принимаемые решения. Повышение ответственности каждого из участников | Партнёрство, субсидарность, доверие, взаимопомощь, компромиссность | Формирование атмосферы честности, взаимного доверия; формирование корпоративной культуры; накопление и развитие знаний, способностей, опыта, навыков командной работы                       | Мероприятия по развитию организационных способностей, непрерывное образование в течение всей жизни, развитие программ дополнительного образования. Персонификация мероприятий в области социальной политики и программы качества трудовой жизни. Усиление значимости в реализации социальной политике и политике социально ответственного бизнеса мероприятий по этичному бизнесу и защите окружающей среды | Усиление значимости качественных показателей развития социально-трудовых отношений (уровень доверия, социальные конфликты и напряжённость), социальные отчёты компаний                                                                                                                                                                       |

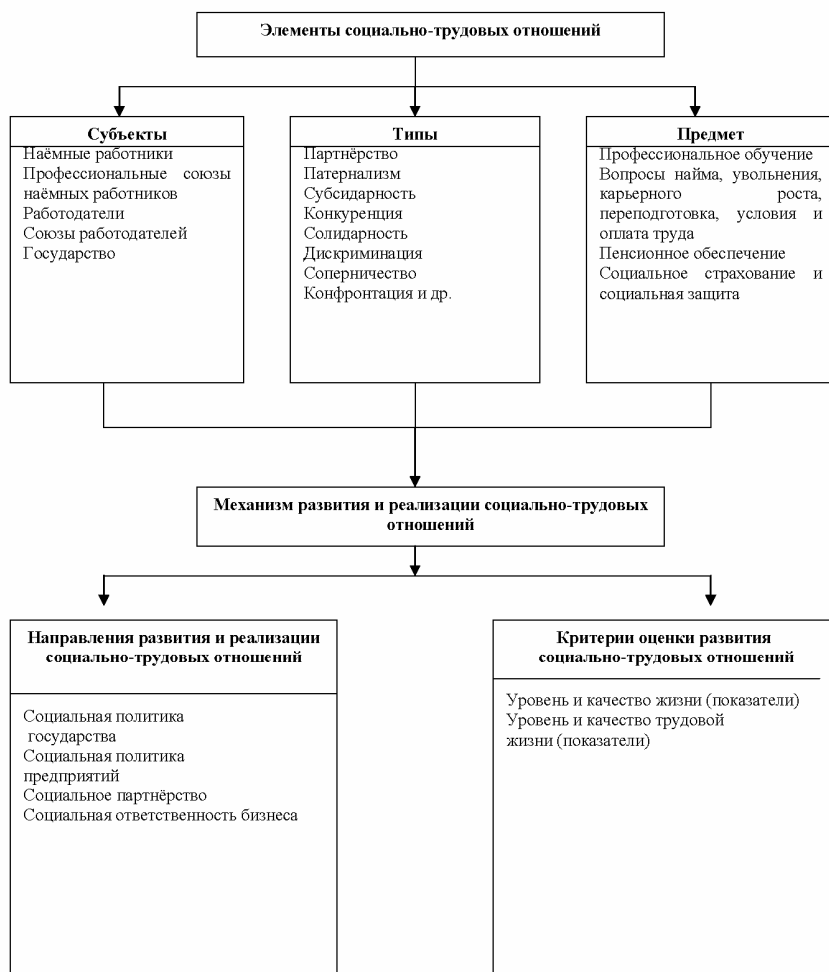


Рис. 1. Система социально-трудовых отношений

Очевидно, что при формировании социально-трудовых отношений необходимо учитывать вышеперечисленные модели человека и сделанные выводы, что должно найти отражение в механизме развития и реализации социально-трудовых отношений, в частности при формировании социального партнёрства, социальной политики фирмы и социальной ответственности бизнеса, политики управления персоналом.

#### Литература

1. Каз М.С. Динамика экономического знания и мотивация труда: Когнитивно-ценностный подход. Томск: Том. гос. ун-т, 2003. 352 с.
2. Утинова С.С. Изоморфный рынок труда в России. М.: Экономика, 2002. 346 с.
3. Экономика труда: (социально-трудовые отношения) / Под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова. М.: Экзамен, 2002. 736 с.

4. Бушмарин И.В. Пути повышения творческого потенциала трудовых ресурсов: опыт экономики развитых стран // Труд за рубежом. 2004. № 1. С. 113–130.
5. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования. СПб.: Наука, 1999. 309 с.
6. Шаталова Н.И. Трудовой потенциал работника: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 399 с.
7. Радько С., Афанасьева А. Сохранение трудового потенциала и максимизация прибыли // Человек и труд. 1999. № 7. С. 81–84.
8. Заславская Т. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе // Общественные науки и современность. 2005. № 3. С. 5–16.
9. Журавлёв П.В. и др. Управление человеческими ресурсами: опыт индустриально развитых стран. М.: Экзамен, 2002. 448 с.
10. Маршалл А. Принципы экономической науки. М.: Прогресс, 1993. 697 с.
11. Милль Дж. Основы политической экономии: В 2 т. М.: Знание, 1980. Т. 1. 378 с.
12. Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли. М.: Наука, 1991. 432 с.
13. Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги). Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал // США: экономика, политика, идеология. 1993. № 11. С. 109–119.
14. Мильнер Б. Понятие, разновидности и источники знаний // Проблемы теории и практики управления. 2008. № 2. С. 106–119.
15. Веренкин А.О. Человеческий капитал: концептуальные основания и особенности проявления // США: Экономика, политика, идеология. 2005. № 3. С. 85–100.
16. Бузгалин А., Колганов А. Человек, рынок и капитал в экономике XXI века // Вопросы экономики. 2006. № 3. С. 125–141.
17. Иноземцев В.Л. К теории постэкономической общественной информации. М.: Таурус, 1995. 234 с.
18. Бурыхин Б.С. Управление персоналом: Учеб. пособие. Ч. I. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2008. 182 с.
19. Менеджмент XXI века / Под ред. С. Чоудахари; Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2002. 448 с.
20. Спивак В.А. Корпоративная культура. СПб.: Питер, 2007. 352 с.
21. Fukuyama F. Trust. The Social virtues and the Creation of Prosperity. N.W., 1996. 468 p.
22. Дискин И.Е. Социальный капитал в глобальной экономике // Общественные науки и современность. 2003. № 5. С. 150–159.

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**

УДК 332.1 + 339.13

**В.И. Беляев****МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ И ПРЕОДОЛЕНИЕ ДЕПРЕССИВНОГО СОСТОЯНИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ**

*Для решения проблем территориальных образований в статье предлагается использовать маркетинговые методы под названием «маркетинг территорий». Представлен обобщенный анализ первых результатов применения маркетинга в решении проблем зарубежных и отечественных городов. Автор также сформулировал принципы маркетинга территорий, предложил методы формирования измерительных систем для оценки развития территорий и методические основы проведения маркетинга территорий.*

*Ключевые слова:* территория, депрессивная территория, маркетинг, маркетинг территорий

**Понятие депрессии применительно к территориям и роль маркетинга в ее преодолении**

Депрессия применительно к экономике представляет собой одну из фаз развития хозяйствующих субъектов. Она всегда наступает вслед за кризисом и отличается от него большей продолжительностью. Так, в частности, после кризиса на Нью-Йоркской фондовой бирже в октябре 1929 г. наступила весьма продолжительная депрессия, которая, очевидно по этой причине, и была названа Великой. Еще одно отличие кроется в поведении показателей развития хозяйствующих субъектов: предприятий ли, отдельных ли поселений (городов, сел и др.), а также отдельных мест (районов, регионов), стран и даже групп стран. В период кризиса наблюдается резкое ухудшение показателей развития и возникает опасение возможного краха (банкротства). При прекращении же их ухудшения, но и при отсутствии какого-либо заметного улучшения (т.е. при отсутствии признаков и предпосылок экономического роста) наступает фаза депрессии. Таким образом, если был кризис, то фаза депрессии неизбежна. Крах при этом, безусловно, еще возможен. Но поскольку ухудшения нет, возникает надежда на преодоление возникших трудностей. И первой задачей в таких случаях является поиск возможных направлений преодоления депрессивности, определение новых точек роста попавшего в беду хозяйствующего субъекта. Решения, как показывает практика, могут касаться в том числе и нетрадиционных для данного субъекта направлений деятельности. Их разработку и обоснование можно вести лучше всего посредством маркетинговых технологий, применимых, как известно, в любых сферах хозяйственной (и не только) деятельности, в том числе и в управлении территориями, переживающими фазу депрессии.

Понятие депрессивной территории сформировалось в России в первой половине 1990-х гг. и применяется по отношению к тем субъектам Федерации, в которых по экономическим, политическим, социальным, экологическим и другим условиям, а чаще по комплексу упомянутых уже давно перестали действовать мотивы и стимулы экономического роста. К настоящему времени сформированы последовательно дополняющие друг друга критерии отнесения территории к категории депрессивной. Обобщающими являются показатели спада производства, большие, чем в среднем по России, и заметного отставания данной территории от других, подобных по размерам и численности населения, по уровню жизни. Более конкретным критерием или, точнее, системой взаимодополняющих критериев считается многократный (не менее чем в три раза) спад производства в основных отраслях экономики данной территории, произошедший с начала реформ, наличие безработицы, превышающей общероссийский уровень, и отставание доходов населения от уровня прожиточного минимума. Очень конкретным критерием, предложенным В.В. Мищенко, является показатель сокращения доли территории в валовом внутреннем продукте (ВВП) более чем на 0,2 процентных пункта за восемь лет при уменьшении объема производства валового регионального продукта (ВРП) на душу населения не менее чем в два раза (тоже, по сути, система критериев) [1. С. 23]. Если территория долго не преодолевает свою депрессивность по отмеченным выше критериям, то может возникнуть ситуация, которую можно оценить еще одним критерием, а именно сокращением общей численности населения этой территории с изменением ее структуры, выражающимся в уменьшении доли экономически активного населения и детей при увеличении доли лиц пенсионного возраста.

Таким образом, можно, пожалуй, говорить о разных уровнях депрессивности. Первый уровень определяется соответствием характеристик территории любому из вышеназванных критериев, кроме последнего. И второй уровень – соответствием в том числе и последнему критерию. Ясно, что преодоление второго уровня депрессивности намного сложнее (если это вообще возможно), чем первого. И в современной России немало населенных пунктов, которые, достигнув второго уровня депрессивности, близки к коллапсу.

По некоторым данным, правда, без указания их полного списка, к числу депрессивных регионов – без подразделения на уровни – отнесено 43 территориальных образования (например, Сахалин и др.) [1. С. 18]. Это, очевидно, те территории (субъекты Российской Федерации, города, другие поселения, районы), которые, преодолев вместе со всей страной кризисное состояние, еще не вышли на фазу устойчивого роста в своем развитии. Такое весьма значительное их количество не может не волновать государственные власти, да и рядовых граждан, особенно проживающих на данных территориях. В связи с этим в России утвердилось мнение, что при возникновении на той или иной территории признаков депрессивности преодоление их, выражающееся в придании этой территории того или иного вектора развития, возможно только при точно ориентированной и весьма значительной государственной поддержке.

Коль скоро это так, хотя ограничиваться одними государственными затратами вряд ли стоит, то вполне закономерным является вопрос: как, каким образом определять этот возможный вектор развития депрессивной территории, чтобы средства государственного бюджета, направляемые на решение этих важных задач, как, впрочем, и средства частных структур, не были затрачены напрасно? Какие методы и приемы следует использовать, чтобы выработать и обосновать этот, порой единственный, вектор развития депрессивной территории, движение по которому приведет ее сначала к преодолению депрессивных тенденций, а затем и к стабильному экономическому и социальному росту? С большой долей уверенности можно утверждать, что одним из таких инструментов, как уже, собственно, и указывалось выше, является маркетинг. Но маркетинг не традиционный, ориентированный на эффективное функционирование отдельных предприятий в условиях рынка, а маркетинг территорий, маркетинг регионов, маркетинг мест, а именно маркетинг отдельных городов и сел.

Известно, что традиционный маркетинг – маркетинг предприятий – в своей методологической основе сводится к двум главным постулатам. Суть первого из них заключается в том, что производимому фирмой товару нужно придать уникальную потребительскую характеристику, выгодно отличающую его на рынке среди аналогичных товаров-конкурентов. А суть второго – в том, чтобы эта характеристика оказалась трудно преодолимой для конкурентов-производителей таких товаров. Именно эти постулаты традиционного маркетинга, естественно, в приемлемой трансформации и предлагается использовать в методологии маркетинга территорий. Основываясь на них, мировая и отечественная наука и практика к настоящему времени уже, собственно, и сформулировали общий методологический подход – пусть пока еще не полный и не выверенный в деталях – к применению маркетинговых технологий, как в разработке и обосновании стратегических направлений (возможных векторов) развития территорий, так и в реализации конкретных (оперативных) маркетинговых мероприятий по привлечению к ним внимания различных групп заинтересованных сторон, способных на взаимовыгодных условиях принимать участие в решении задач этих территорий.

Согласно этому методологическому подходу под маркетингом территорий (place marketing) Ф. Котлер с соавт. предлагают понимать все то, что обеспечивает наиболее всестороннюю оценку проблем территории с тем, чтобы выбрать нетривиальный путь ее развития [2. С. 15–17]. Это довольно-таки общее определение маркетинга территорий. Его можно и нужно конкретизировать. Российский исследователь А.П. Панкрухин, обобщив взгляды и суждения некоторых зарубежных ученых, в частности А. Дайана (Франция), Ф. Котлера (США), а также отечественных – И.В. Аржановского, А.М. Лаврова, А.Л. Мнацакяна, К.Б. Норкина, В.С. Сурнина, территориальный маркетинг определил как маркетинг, осуществляемый в интересах территории, ее внутренних и внешних субъектов, во внимании которых заинтересована данная территория [3. С. 16–24]. Из этого определения однозначно следует, что маркетинг территорий никак не связан с подготовкой продаж и продажами

земельных участков, расположенных на ней объектов и т.п. Таким образом, определение маркетинга территорий можно еще более конкретизировать.

Кафедра экономики предпринимательства и маркетинга Алтайского государственного университета (АлтГУ), основываясь на базовых постулатах традиционного маркетинга, под маркетингом территорий предлагает понимать такую деятельность государственных органов и частных структур, которая направлена на выявление уникальных характеристик территорий с целью привлечения к ним внимания заинтересованных сторон. Кроме основных постулатов традиционного маркетинга, кафедра в своем определении маркетинга территорий опирается и на позиции экономической науки вообще. Так, в частности, русский экономист Иван Васильевич Вернадский (1821–1884)<sup>1</sup>, бывший в 1850–1856 гг. заведующим кафедрой политической экономии МГУ, по поводу уникальности характеристик отдельных территорий отметил следующее: «Каждая местность имеет свой идеал, каждая страна – свои формы совершенства, чуждые другой, под иными условиями стоящей местности. В этом-то преимущественно и кроется главная причина того различия, которое существует в хозяйственном, общественном и политическом положении» [3. С. 11]. Эти «идеал» и «формы совершенства» и составляют суть уникальных характеристик территорий, способных стать объектом вдумчивого маркетингового анализа.

### Содержательные аспекты маркетинга территорий

Чтобы точнее определиться с содержанием маркетинга территорий, необходимо обозначить его цели и задачи, а также субъектно-объектные отношения, которые и формируют появление заинтересованных сторон. В качестве субъектов маркетинга территорий могут выступать государственные учреждения и частные структуры, способные инициировать генерирование маркетинговых идей по поводу привлечения к данной территории внимания других групп заинтересованных сторон, осознающих выгоду приложения к ее развитию своих усилий и средств. Эту другую группу заинтересованных сторон правильно называть объектами маркетинга территорий. При этом очевидно, что никто из потенциальных объектов маркетингового воздействия не захочет тратить ни свое время, ни свои деньги на развитие территории, пока не получит убедительные свидетельства о выгодности для себя таких вложений. Поиск привлекательных черт территории и представляет собой маркетинговую задачу, являющуюся исходной для того или иного субъекта маркетинга территорий.

Естественно, что любая задача определяется целью. Если территория является депрессивной, то глобальной целью, несомненно, будет являться преодоление депрессивности и обеспечение экономического роста этой территории. В качестве примера глобальной цели маркетинга территорий можно привести цель так называемого «Лиссабонского плана», представляющего собой программу структурных и экономических реформ Евросоюза, хотя эту

---

<sup>1</sup> Иван Васильевич Вернадский – отец известного советского академика Владимира Ивановича Вернадского, основателя таких наук, как геохимия, биогеохимия и учение о ноосфере.

территорию никак нельзя назвать депрессивной, разработанную Еврокомиссией в 2000 г.: «Сделать Евросоюз наиболее конкурентоспособной и динамичной, основанной на знаниях экономикой мира, способной к устойчивому экономическому росту с большим числом достойных рабочих мест и большой социальной сплоченностью к 2010 году» [2. С. 18]. Таким образом, маркетинг территорий может применяться отнюдь не только для поиска выхода той или иной территории из состояния депрессивности. Ведь очевидно, что любая территория всегда должна развиваться, всегда должен расти ее экономический потенциал. Следовательно, и маркетинг территорий как методология поиска новых точек роста для городов и весей, субъектов Федерации и их отдельных районов может всегда использоваться соответствующими структурами: местными ли властями, заезжими ли инвесторами, желающими найти выгодные сферы для приложения своих капиталов.

Декомпозиция глобальной цели, сформулированной для той или иной территории, непременно приведет субъекта, допустим местную администрацию, к выбору объекта маркетингового воздействия и генерированию для него идеи привлекательности. Исходя из этого, затем формулируется и обосновывается частная цель маркетинга территории, отвечающая, как это и требуется, критериям SMART<sup>2</sup> и определяющая стратегию и программу конкретных маркетинговых действий, направленных на преодоление депрессивности. Таким образом, объекты воздействия в маркетинге территорий имеют то же значение, что и потребители в традиционном маркетинге. Очевидно, по этой причине А.П. Панкрухин и называет их потребителями территорий [3].

Таких потребителей территорий, у которых имеется или может возникнуть определенный интерес, Ф. Котлер с соавт. подразделили на четыре группы [2. С. 51–75]:

1. Посетители (приехавшие для участия в конференциях, коммерческих переговорах или как туристы).
2. Местное население (профессиональные работники, инвесторы, предприниматели, пенсионеры и др.).
3. Бизнес и промышленность (тяжелая, легкая промышленность, сборочные производства и др.).
4. Экспортные рынки (представители других территорий).

Безусловно, представленная классификация потенциальных потребителей территорий может быть уточнена, конкретизирована, дополнена, что определяется спецификой территории, ее уникальностью. Таким образом, ее можно и нужно использовать для составления исчерпывающего и точного списка потребителей территории. А затем нужно таким же образом составить список уникальных сторон этой территории или, при неочевидности таковых, ее типичных характеристик, которые, при определенных маркетинговых действиях, могут стать уникальными и в силу этого привлекательными для потребителей территории. И наконец, нужно сопоставить эти два списка с целью на-

---

<sup>2</sup> Соответствие цели критериям SMART означает, что цель должна быть достижимой, реальной, измеримой (иметь количественное выражение), взвешенной по ресурсам (чтобы на достижение цели хватило материальных, финансовых, человеческих и других ресурсов) и скоординированной во времени (т.е. установлен срок, к которому эта цель должна быть достигнута).

хождения соответствия между ними: какой группе потребителей территории, какая ее характеристика соответствует в наибольшей степени. Такая схема, несмотря на кажущуюся ее тривиальность, поможет найти выход для территории из депрессивного состояния. Примеров тому масса, как за рубежом, так и в России. И здесь есть смысл прервать рассуждения о методологии маркетинга территорий с тем, чтобы привести эти примеры, а впоследствии использовать их для развития этой методологии.

### **Примеры и гипотезы применения маркетинга территорий**

Так, в частности, А. Дайан в одной из своих книг, в параграфе, который он назвал «Маркетинг города», описал преодоление депрессивности 1970-х гг. городом Пуатье [4. С. 102]. Из его характеристики следует, что Пуатье, один из множества небольших городов, расположенных в центре Франции, представляет собой ничем не примечательную территорию: далеко от Парижа, от моря, от гор. В его центре есть старинные дома, каких, однако, много и в других аналогичных городах. Жители стали покидать Пуатье. Муниципалитет изучил проблему, используя маркетинговые технологии. В результате были выявлены причины, по которым владельцы и менеджмент предпочитали размещать предприятия в крупных городах, игнорируя средние и малые. А. Дайан назвал этот поиск выявлением мотивов для преодоления промышленной централизации. Таким образом, объектом маркетингового влияния были первоначально названы промышленники. Затем были определены и другие потребители территории. Установив мотивы, маркетинговая служба муниципалитета г. Пуатье сформулировала и стимулы, в том числе и материального характера, представленные в виде уникальных характеристик этого города, благодаря действию которых в нем получила развитие первоначально промышленность, а затем и организация спортивных состязаний, культурных мероприятий. И это несмотря на то, что рядом с г. Пуатье нет ни моря, ни гор и местный ландшафт носит не самый привлекательный характер. В России таких городов – хоть пруд пруди. И многие из них, к сожалению, можно отнести к категории депрессивных.

Интересный пример показывает и другой французский город, который, однако, не был депрессивным, но изменил свое предназначение, используя появившиеся новые возможности, и получил благодаря этому мощный импульс к развитию. Речь идет о городе Лилль, который традиционно считался шахтерским. Когда в 1980-х гг. возле него приступили к сооружению туннеля под Ла-Маншем, он изменил свою стратегию и стал превращаться в новый коммерческий центр, где компаниям, желающим получить быстрый доступ к рынкам Северной Европы, были предложены прекрасные условия для дистрибуции товаров [2. С. 49].

Есть положительные примеры эффективного, хотя пока еще и бессистемного применения маркетинга территорий и в России. Так, в частности, небольшой город Ржев в Тверской области благодаря использованию маркетинговых технологий стал позиционировать себя как «самый первый город на Волге». Это привлекает таких потребителей территорий, как туристов, в том числе и зарубежных, что приносит городу ощутимый доход и помогает

преодолевать ему состояние депрессивности. Аналогичный прием применила и администрация известного своими народными промыслами поселка Холуй Ивановской области, знаменитого еще и своими постоянными весенними половодьями, объявившая свою малую родину «Среднерусской Венецией» и приглашающая иностранных туристов, приезжающих в Москву, покататься на моторных лодках по заливным лугам.

Следует заметить, что тема Венеции звучит во многих городах мира, привлекая туристов, когда-нибудь побывавших в настоящей Венеции. Так, в частности, Стокгольм извлекает пользу из своей акватории, позиционируя себя как «красавицу на воде Северную Венецию». Справедливости ради следует заметить, что это вполне оправдано, ибо Стокгольму удалось сохранить такие чистые воды, что рыбалка и купание летом в центре города – обычное дело. И ежегодный Стокгольмский водный фестиваль приносит городу немалый доход. Тема «Северной Венеции» эксплуатируется и норвежским городом Олесунне. Город Кольмар во французском Эльзасе представляет себя в качестве «Маленькой Венеции», так как в его расположении есть небольшой район с каналами и мостами. Не отстают от этих городов, как показано выше, и жители поселка Холуй Ивановской области, объявившие себя «Среднерусской Венецией» и извлекающие из этого, хотя и небольшую, но выгоду.

Весьма интересный маркетинговый подход, без употребления термина «маркетинг территорий», демонстрирует столица Калмыкии, город Элиста. Идея маркетинга территорий, очевидно, почерпнута из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» (хотя и в этой книге о маркетинге территорий – ни слова), что делает столицу республики, наподобие Нью-Васюков, шахматной столицей мира. В городе есть памятник О. Бендеру. Но самое главное – в городе создана инфраструктура для проведения соревнований по шахматам на самом высоком уровне. И одно дополняет другое: забавная художественная легенда дополняется материальной основой для организации мероприятий, приносящих немалые выгоды городу. Чемпионат мира по шахматам в 2006 г. принес городу и республике значительные «дивиденды» как в прямом, так и в переносном смысле этого слова. Ибо об этом городе узнали все любители шахмат мира. А это немало. Это означает, что многие из них когда-нибудь захотят побывать в шахматной столице мира и будут тратить в ней свои деньги, делая жителей богаче.

В городе Партизанске Приморского края, который был когда-то шахтерским, на промышленной основе стали выводить норку и выгодно продавать ее мех на пушных аукционах мира. Для того чтобы сбыт был постоянным и ощутимым, производители этого меха следят за мировыми тенденциями пушного рынка. Ориентируясь на выявленные тенденции, местные звероводы научились производить норку, имеющую, в частности, разный цветовой окрас, высокое качество меха – и это маркетинг предприятий. В 2007 г. на мировом пушном аукционе в С.-Петербурге их товару было присвоено звание «Приморская норка», а это уже маркетинг территорий. Теперь благодаря уникальным характеристикам этого мягкого товара и уникальному названию производители меховых изделий и их потребители во всем мире узнают о

небольшом городе в Приморском крае, и Партизанск от этого будет получать ощутимую выгоду.

Можно назвать массу и других мероприятий и характеристик отдельных мест, которые следует применять в маркетинге территорий, но которые пока либо не используются вовсе, либо используются в весьма ограниченных объемах. Так, в частности, в Москве уже осознали, что церемониал развода Президентского полка в Кремле привлекает внимание иностранных туристов. Однако это мероприятие пока еще не включено в маркетинговые программы нашей столицы. Кроме того, в России есть очень много древних городов, имеющих уникальные памятники, но о которых мало кто знает и которые, к сожалению, пока еще никак не используются для привлечения внимания заинтересованных сторон – потенциальных потребителей территорий: Александров, Борисоглебск, Боровск, Великие Луки, Галич, Городец, Дмитров, Елец, Зарайск, Истра, Касимов, Кашира, Клин, Козельск, Малоярославец, Муром, Углич и др. Из печати ничего не известно о том, чтобы в этих уникальных городах проводился какой-нибудь маркетинг территорий по привлечению к ним внимания потенциальных заинтересованных сторон. А такими заинтересованными сторонами могут быть потенциальные инвесторы, которые могут взять на себя реставрацию древних памятников с тем, чтобы потом извлекать выгоду от туристического бизнеса, и туристы, интересующиеся историей России.

А в некоторых городах России не только ничего не делается для использования уникальных характеристик подобных мест в преодолении их депрессивности, но и происходит варварское уничтожение этих самых уникальных характеристик. Так, в частности, местные жители Дербента растаскивают камни в качестве строительного материала для своих домов и сараев, разрушая памятник фортификационной архитектуры – бастион Дагбары, которому уже более полутора тысяч лет. Этот бастион выдержал осаду древних римлян, многочисленные нашествия хазар, десятибалльные землетрясения. Но не может выдержать корыстных устремлений современных вандалов. И это притом, что если бы Дербенту удалось использовать данное сооружение в качестве привлекательной уникальной характеристики и для инвесторов, и для туристов, каждый из его жителей стал бы намного богаче, чем от воровства камней, из которых он построен. Яркий пример тому демонстрируют, например, древние города Греции, которые из этой своей исторической уникальности извлекают весьма ощутимую выгоду – и для страны, и для ее жителей.

Однако не все так печально и в России. Из печати и из практики известно, что во многих субъектах Российской Федерации приступают к маркетинговой аналитической работе нарождающиеся территориальные службы маркетинга: в частности, в Бурятии, Омской области, в Пермском крае и в некоторых других городах и весях нашей страны предпринимаются первые шаги к маркетинговому осмыслению развития своих территорий.

Неявно маркетинговые подходы к управлению территориями начинают сквозить и в некоторых городах Алтайского края. На их основе можно сформулировать некоторые предварительные гипотезы, для подтверждения или

опровержения которых вполне применима методология маркетинга территорий. Так, в частности, в Рубцовске уже осознали, что в Казахстане живет весьма много спортсменов, увлекающихся кикбоксингом, которые охотно приезжают в этот город на соревнования. Это ярко выраженные потребители территории. Вложение определенных инвестиций в развитие инфраструктуры этого вида спорта, как в развитие инфраструктуры шахматного спорта в Элисте, может привлечь в Рубцовск спортсменов этого вида спорта и из других регионов страны и ближнего зарубежья. Если есть люди, которые готовы тратить деньги за то, чтобы доказывать друг другу свое превосходство в таком экзотичном виде спорта, как кикбоксинг, так пусть они тратят эти деньги в Рубцовске. И город должен создать комфортные условия для этого. Тем более что в этом городе сложилась особая криминальная аура, соответствующая своим содержанием именно этому виду спорта. И можно направить ее – эту криминальную ауру – в некриминальное русло и зарабатывать на этом деньги для города и его жителей (пусть и дерутся, и не хулиганят, и деньги городу за это сами же платят). Такое предложение может показаться парадоксальным, нереальным. Но ведь очевидно, что жесткие действия, направленные на искоренение хулиганства (чего конечно же отменять никак нельзя, хотя бы ради неотвратимости возмездия), вызывают ярко выраженные противодействия со стороны тех, на кого они направлены, тогда как вовлечение участников в то, что им интересно, довольно часто вызывает сотрудничество. Так, может быть, действительно, стоит сделать Рубцовск столицей кикбоксинга? Очевидно, что это не решит окончательно проблему хулиганства в данном городе, но, безусловно, ослабит ее. Вопрос, естественно, неоднозначный и требует маркетингового исследования для принятия соответствующего решения, способного поспособствовать выведению Рубцовска из депрессивности. А то, что он по состоянию на время написания этих строк, находится в глубокой депрессии, сомневаться не стоит. Для подтверждения этого утверждения можно использовать еще один критерий. Строители в качестве визуального критерия депрессивности города называют отсутствие на его территории строительной техники. Применение этого критерия отличается чрезвычайной легкостью: выйди на балкон, посмотри окрест, если ни одного строительного крана не увидишь – территория «валяется» в депрессии. В Рубцовске строительных кранов нет.

Город Бийск Алтайского края официально объявлен наукоградом. Но ведь одного объявления мало. Есть ли у этого города мощные потенции в производстве заметных научных знаний, чтобы не просто остаться таковым городом навсегда или хотя бы надолго, но и получать от продажи результатов своего научного труда ощутимые «дивиденды»? Пусть бы сравнимые с теми, которые получает город Элиста от позиционирования себя как столицы шахмат. И этот вопрос требует маркетингового исследования. Видимым преимуществом Бийска вообще-то, является его расположение на оживленной автомобильной трассе – Чуйском тракте, и приемлемая удаленность его от промышленных и торговых центров Сибири и Монголии. Чуйский тракт проложен по древнему торговому караванному пути из России в Монголию и далее. И он всегда играл важную роль во внешней торговле России. Можно

ли использовать эту уникальную характеристику в превращении г. Бийска, кроме всего прочего, и в крупный коммерческий центр сегодня? Как, например, французский Лилль, тем более что в Бийске никакой туннель под рекой Бией копать не надо. Автомобильная трасса уже есть. Над этим стоит подумать, ибо финансовая отдача от коммерции всегда бывает быстрее, чем от науки.

### **Принципы маркетинга территорий**

Примеров, аналогичных представленным в предыдущем разделе, можно приводить много. Однако необходимо вновь вернуться к методологии маркетинга территорий, чтобы, используя приведенные примеры, глубже понять ее суть, а именно то, какой она должна быть. Кафедра экономики предпринимательства и маркетинга АлтГУ предлагает конкретную методологическую схему маркетинга территорий, полагая, что в ее основе должны лежать, во-первых, принципы использования маркетинга в управлении объектами региональной экономики; во-вторых, система измерений развития территорий; в-третьих, возможные направления, стратегии развития территорий и, в-четвертых, методы маркетинга, их трансформация в применении к территориям.

Что касается принципов маркетинга территорий, то к их числу можно отнести следующие: принцип системности в поиске привлекательных (уникальных) характеристик внутри самой территории; принцип бенчмаркинга в генерировании идей по поводу уникальности данной территории на основе опыта и успехов других территорий и не только территорий; принцип разнообразия характеристик в концепции развития территории.

Принцип системности, пожалуй, следует назвать одним из основных в маркетинге территорий. Его реализация должна осуществляться посредством применения системного подхода в анализе территории при выборе ее отличительных – или, лучше, уникальных – характеристик, которые можно положить в основу привлечения внимания заинтересованных сторон к данной территории. При этом важно, чтобы ни одна из характеристик при составлении их списка, о чем речь шла выше, не выпала из поля зрения маркетингоисследователя данной конкретной территории. Ведь есть настолько очевидные характеристики, которые при некоторой маркетинговой доработке могут стать уникальными, но которые из-за своей очевидности никому не видны – на них не обращают внимания. Именно такую характеристику открыли маркетингологи у небольшого города Ржева, как первого города на Волге. Такую же характеристику сформулировали, хотя ее в действительности и нет, в Элисте (если, конечно, в качестве таковой не считать страстную любовь к шахматам авторов идеи). И это все многообразные проявления принципа системности в маркетинге территорий. При своей кажущейся очевидности принцип системности не очень-то легко применять на практике. Если вспомнить пример про цель «Лиссабонского плана», то вряд ли можно говорить о том, что упомянутая выше цель является всесторонне взвешенной и оцененной на основе принципа системности. В частности, при стремлении обеспечения «большой социальной сплоченности», как указано в этой цели, в ней ни слова нет об

обеспечении межэтнической толерантности, что для современной Европы становится все более и более актуальным. Таким образом, системность в анализе характеристик территории – это как бы глубокий и всеобъемлющий «взгляд территории вовнутрь самой себя» с целью определения своей уникальности или нахождения таких характеристик, которые при определенной маркетинговой доработке могут стать уникальными.

В реальной практике маркетинга территорий принцип системности как глубокий «взгляд территории вовнутрь самой себя» необходимо дополнять другим принципом, позволяющим осуществлять и «обзор окрестностей». Такой «обзор» может обеспечить методология бенчмаркинга. Поэтому бенчмаркинг и предлагается использовать в качестве второго принципа маркетинга территорий. Термин «бенчмаркинг» пришел в бизнес из геодезии, где бенчмарка означает отметку уровня на столбе, стене, скале и используется в топографических измерениях для определения положения референтной точки над уровнем моря. В бизнесе бенчмаркинг обозначает непрерывное изучение компаниями лучшей практики, в том числе и у конкурентов, в том числе и в непохожих отраслях деятельности и т.п., с целью выявления разрывов между текущей деятельностью у самого себя и образцовой деятельностью у других (как наилучшего уровня, бенчмарки), и разработкой мер по устранению этих разрывов.

Возникновение бенчмаркинга в бизнесе связывают с компанией Хероx, где он впервые появился в середине 1980-х гг. Хотя есть суждения и о том, что первыми в применении бенчмаркинга были японские предприятия, заимствовавшие сразу же после Второй мировой войны прогрессивные методы управления в США и видоизменившие их в соответствии со своей национальной ментальностью. До сих пор бенчмаркинг применяется в основном в организациях бизнеса. Однако при некоторой трансформации его использование возможно и на территориальном уровне. Так, в частности, если допустить возможность объявления Рубцовска столицей кикбоксинга, то можно допустить и возможность изучения рубцовчанами опыта Элисты по объявлению этого города столицей шахмат. Это и будет реализация принципа бенчмаркинга на территориальном уровне. Но не только в этом заключается суть бенчмаркинга как одного из принципов маркетинга территорий. Бенчмаркинг должен лежать и в основе вдумчивого сопоставительного анализа различных объектов региональной экономики с целью выявления уникальных возможностей своей территории. А следовательно, принцип бенчмаркинга вряд ли возможен в применении без наличия единой системы измерений, позволяющей осуществлять такие сопоставления. Ведь «обзор окрестностей» должен осуществляться не только единым взглядом, но и с использованием одинаковых же инструментов (допустим, одного бинокля, если говорить образно).

При освещении содержания принципа бенчмаркинга более чем уместно обратить внимание на следующее обстоятельство. В настоящее время в России четко обозначились два направления в исследовании региональных проблем. Одно из них связано непосредственно с методологией маркетинга территорий, о чем уже указывалось выше, другое – с региональной экономикой. Второе направление отличается очень глубоким и подробным анализом раз-

вития отдельных регионов и страны в целом. И следует признать алогичным то обстоятельство, что одно направление никак не связано с другим: методология маркетинга территорий никак не опирается на мощный региональный анализ, а последний в своих аналитических выводах никак не исходит из возможностей методологии маркетинга территорий. Таким образом, принцип бенчмаркинга, представляющий в своей основе «обзор окрестностей», предлагает исправить это положение и слить воедино региональный анализ и методологию маркетинга (или хотя бы дополнить одно другим).

Третий принцип – разнообразие характеристик в концепции развития территории – заключается в дополнении одной уникальной характеристики другой характеристикой, желательной не менее уникальной, чем первая. Этот третий принцип, по сути дела, представляет собой некий симбиоз первых двух принципов. Почему бы, действительно, не дополнить характеристику для г. Бийска как наукограда характеристикой его удобного расположения на довольно-таки оживленном Чуйском тракте? Можно быть уверенным, что такой подход окажется весьма экономичным и продуктивным. Ведь, в частности, некоторые объекты инфраструктуры можно использовать и для проведения научных форумов, и для проведения торговых сессий. А если еще раз обратиться также к уже упоминавшемуся г. Рубцовску, то в формировании вектора его развития никак нельзя забывать и о том, что он совсем недавно был крупным машиностроительным центром и до сих пор не утратил до конца этих своих качеств. А следовательно, в преодолении его депрессивности никак нельзя ориентироваться только на один спорт.

Известно, что в настоящее время по периметру границы Казахстана с Россией со стороны Казахстана есть намерение создать крупные научно-производственные кластеры: на западе – по нефтепереработке, производству бензина, смазочных материалов, на севере – по производству зерна, муки и перерабатывающей сельскохозяйственные продукты техники, на востоке – по металлургии. Предполагается, что для реализации этого проекта следует снизить до минимума таможенные пошлины или вообще свести их к нулю. Исходя из этого, можно предположить, что Рубцовск благодаря своему географическому положению и неутраченной до конца промышленно-производственной инфраструктуре может найти достойное место в этой схеме развития Казахстана и России. И пусть одно дополнит другое. Пусть промышленное развитие будет дополнено развитием профессионально ориентированной спортивной базы. В этом и должен заключаться принцип разнообразия в развитии территории (как симбиоз принципа системности и принципа бенчмаркинга). Отсутствие же такого разнообразия может приводить впоследствии к нежелательным искажениям, с одной стороны, и, возможно, к упущенной выгоде – с другой. Так, в частности, бывший премьер-министр Греции А. Папандреу в свое время всерьез был обеспокоен гипертрофией въездного туризма в стране, превращающей, по его словам, гордых эллинов в «нацию официантов» (это пример о возможных нежелательных искажениях). Французский город Пуатье, напротив, весьма красноречиво продемонстрировал продуктивность применения принципа разнообразия характеристик в своем маркетинге территорий (это пример о не упущенной французами выгоде).

### Развитие аграрных регионов на принципах маркетинга территорий

В России немало территорий, находящихся в депрессивном состоянии, которые ранее имели агропромышленную направленность. В последнее время аналитиками-аграрниками подмечена складывающаяся тенденция непрофильного инвестирования в агропромышленную сферу, которая у многих из них вызывает удивление и даже недоумение. Так, по данным Минсельхоза, только в 2005 г. вложения в аграрный сектор России превысили 100 млрд руб., что составляет почти 3% от всех инвестиций в российскую экономику [5]. Это, конечно, немного. Но примечательна не столько величина, сколько сама тенденция: еще совсем недавно инвестиции в агропромышленный комплекс (АПК) не превышали и 1%. Примечательным также следует назвать и то обстоятельство, что порядка 20% нынешних инвесторов в АПК еще совсем недавно никакого отношения к сельскому хозяйству не имели. Это нефтяники, угольщики, банкиры, рестораторы и др., которые пока еще по невыясненным причинам стали скупать сельхозпредприятия и вкладывать в их развитие немалые деньги. В качестве примеров таких вкладчиков можно привести угольную компанию «Соколовская», купившую 77% акций тульской птицефабрики «Заокская». Футбольный клуб «Динамо» и компания Fedcominvest взяли недавно в доверительное управление несколько агрокомпаний в Орловской области и 180 тыс. га с обязательством построить там свинокомплекс на 100 тыс. голов свиней и несколько предприятий по переработке зерна, рапса и др. и довести площадь посевов до 180 тыс. га. В Новосибирской области на базе свинокомплекса «Кудряшевское» «Русская управляющая компания «Руком» начала создавать агрохолдинг, способный содержать более 100 тыс. голов свиней. Общая сумма вложений этой компании до 2009 г. составит 6 млрд руб. Кроме того, поскольку для содержания такого большого количества животных потребуется 120 тыс. т зерна в год, то «Руком» должна еще более чем на 660 млн руб. приобрести техники и арендовать для производства зерна немало земель.

Подобных примеров такого непрофильного инвестирования в сельское хозяйство в 2006 г. было очень много. Зачем, с какой целью далекие от сельского хозяйства организации вкладывают в его развитие деньги? Эксперты в попытках объяснить этот феномен называют разные причины, порой противоречащие друг другу. И пока их объяснения, пожалуй, следует назвать всего лишь догадками, не имеющими под собой научного обоснования. Единственным, похожим на истинное суждением в такого рода заключениях можно, пожалуй, назвать следующее: все эти вложения не всегда обусловлены бизнес-целями. Другими словами, отнюдь не только для получения больших доходов, сверхприбылей непрофильные инвесторы вкладывают деньги в агропредприятия. Хотя и доходная составляющая здесь неявно просматривается. В частности, по мнению некоторых экспертов, для нефтяников вложения в агробизнес могут представлять собой надежный инструмент финансового хеджирования через диверсификацию своей деятельности.

Известно, что активы одного инвестиционного портфеля должны быть отрицательно коррелированными: тогда, в частности, снижение цен на нефть может сделать более выгодным именно производство зерна. Чтобы это получилось, вкладывать деньги в производство зерна надо заранее. Но вместе с тем

очень многие эксперты такое поведение непрофильных инвесторов называют «непонятной эйфорией», обуявшей современных бизнесменов. Кто объяснит это явление? Думается, что дополнение традиционного регионального анализа методологией маркетинга, о чем речь шла при обсуждении принципа бенчмаркинга, поможет разобраться в истинных мотивах такого поведения российских бизнесменов. Ведь в традиционном маркетинге есть большое направление, связанное с изучением потребительского поведения. Если разработанные в этом разделе традиционного маркетинга методы применить в отношении потребителей территорий, многое может открыться в понимании такого нетривиального поведения современных непрофильных агроинвесторов. Поняв их скрытые мотивы, можно разработать и конкретные мероприятия по привлечению частных финансовых ресурсов в развитие аграрного сектора в депрессивных территориях, имевших в недавнем прошлом аграрную направленность. Другими словами, методология традиционного регионального анализа может и должна быть дополнена методологией маркетинга. При этом не просто дополнена, а должна быть сформулирована единая методология изучения такого рода явлений под единым названием «маркетинг территорий».

### Системы измерений в маркетинге территорий

Что касается системы измерений развития конкретных мест, как еще одной составляющей методологии маркетинга территорий, то в мире уже накоплен опыт по разработке ее отдельных элементов. Так, в частности, всю информационно-измерительную базу принято подразделять на четыре уровня [6. С. 295–300]:

1. Первичные статистические показатели, содержащиеся в документах официальной статистики. Эти показатели служат основой для расчетов более сложных измерителей развития территорий.
2. Индикаторы представляют собой несложные расчетные показатели, отражающие реальные изменения, происходящие во времени на той или иной территории. Индикаторы обычно строятся таким образом, чтобы их легко можно было отождествить с целями развития территорий, что делает эти показатели как бы точками контроля при проведении конкретных плановых мероприятий на территориях.
3. Сводные индексы – это более сложные группы расчетных показателей, характеризующие комплексные параметры развития территорий (например, индексы качества жизни и др.).
4. Рейтинги – еще более сложные информационные образования, показывающие в виде шкал состояние дел по тем или иным параметрам различных территориальных образований, чаще всего городов.

Как можно использовать эту «систему мер и весов» в маркетинге территорий? Производя сравнительную оценку территорий, т.е. сравнивая «свою» территорию с другими, ориентируясь при этом на содержание представленных выше групп измерителей, можно увидеть сферу, где находится или может находиться уникальная характеристика «своей» территории.

В мире уже создано довольно много подобных систем измерителей развития территорий. Так, в частности, начиная с 1994 г. в рамках Программы

ООН по поселениям человека «Хабитат» (UN-Habitat) разрабатывается проект Global Urban Observatory and Statistics. В его состав входит и программа Urban Indicators Programmed, включающая в свою структуру 129 индикаторов в расширенном списке и 40 в укрупненном [6]. Есть и другие программы и системы, предназначенные для измерения развития территорий. Все они пригодны для маркетингового анализа при поиске уникальных характеристик анализируемых поселений, хотя пока для этих целей и не используются. При этом следует обратить внимание на то, что и в России в разнообразных публикациях уже можно встретить предложения по внедрению в системы оценок развития территорий отдельные индикаторы или индексы. При этом довольно часто введение новых таких показателей никак не соотносится с уже известными системами (например, с приведенной выше). Вряд ли это оправдано, и вряд ли на основе отдельных, ни с чем не связанных показателей можно делать точные выводы о направлениях выхода той или иной территории из состояния депрессии. Нужны строгие взаимосвязанные системы показателей по всем четырем отмеченным выше уровням. Тогда можно будет производить маркетинговый поиск уникальных характеристик «своей» территории на основе сопоставительного анализа.

Еще одним элементом методологии маркетинга территорий, как указано выше, следует назвать возможные направления, стратегии развития, которые можно выбирать в решении задач преодоления отдельными территориями депрессивности и выхода их на траекторию устойчивого развития. Ф. Котлер [2] и А.П. Панкрухин [3] в качестве таких направлений указывают имиджевый маркетинг, маркетинг достопримечательностей, инфраструктурный маркетинг, маркетинг людей. Название каждого из этих направлений говорит само за себя. В этих направлениях и следует искать уникальные характеристики территорий, формулировать цели их развития.

### **Методические основы маркетинга территорий**

И наконец, последним, четвертым, элементом методологии маркетинга территорий следует назвать его методы. К числу таковых, по аналогии с традиционным маркетингом, необходимо отнести все те методы, которые связаны с маркетинговыми исследованиями, развитием товаров, их продвижением и сбытом. При этом очевидно, что в маркетинге территорий, как уже указывалось выше, содержательное насыщение этих методов иное, соответствующее специфике сферы применения маркетинговых подходов. Так, в частности, маркетинговые исследования, безусловно, предполагают сбор и анализ информации посредством опросов, анкетирования, глубинных интервью и др., но с принципиально иной целью. Следовательно, и само применение этих методов будет иным. Ясно, что ни о какой разработке продукта в маркетинге территорий не может идти речи. Речь следует вести о развитии инфраструктуры для усиления уникальных сторон территории, для привлечения к ним заинтересованных сторон, а именно потребителей территорий. Ясно также, что и сбыта территорий в традиционном его понимании не может быть, но привлечение внимания к территориям их потенциальных потре-

бителей, чтобы они принесли ей доход, крайне желательно для преодоления депрессивности этих территорий.

Исходя из всего вышеизложенного, можно заключить, что выведение депрессивных территорий России из состояния депрессии на траекторию устойчивого развития во многих случаях требует нетрадиционных решений. Ведь у некоторых территорий другого выхода уже и нет. Традиционные схемы не работают и не заработают никогда. Надо искать новые. Это большая творческая работа. Методология маркетинга позволяет вести этот творческий поиск на системной основе и в формализованном русле – с вычислениями, анализом, позволяющими не допускать просчетов, ошибок, не пропускать каких-то важных обстоятельств, характеристик территорий, ибо системность не позволит это сделать. И действительно, в решении непростых территориальных проблем есть смысл воспользоваться «услугами» маркетинга. Тем более что уже есть свидетельства о положительных результатах применения маркетинга в решении территориальных проблем и за рубежом, и в России.

#### *Литература*

1. Миценко В.В. Депрессивный Алтай: анализ социально-экономической ситуации в крае и направления выхода из кризиса. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2006.
2. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005.
3. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2006.
4. Дайан А. Маркетинг / Академия рынка: маркетинг. М.: Экономика, 1993.
5. Калинина Н., Лычев Н. Инвестиции не по профилю // Агробизнес. 2006. № 10. С. 14–18
6. Лекции по экономике города и муниципальному управлению / Науч. ред. А.С. Пузанов. М.: Фонд «Института экономики города», 2004.

## МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332

Д.Б. Мальцев

МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ УСЛУГ ЖКХ  
НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*В статье рассматривается модель развития рынка эксплуатационных услуг в жилищно-коммунальном хозяйстве. Предлагается система мер по каждому из направлений, позволяющая сформировать новое содержание отношений между участниками рынка.*

*Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, социальные услуги, эксплуатационные услуги, управление*

В настоящее время потребитель получает минимум услуг по высоким и необоснованным тарифам, так как отсутствует (по существу) конкуренция и сохраняется затратный характер, уже традиционно присущий данной сфере. Потребитель никоим образом не влияет на управляющую организацию (УО) или её замену. В связи с этим необходим целый комплекс мер по реализации нового подхода к управлению ЖКХ, позволяющий кардинально изменить ситуацию и преобразовать отношения всех участников данного процесса.

Процесс формирования нового содержания отношений между участниками рынка эксплуатационных услуг ЖКХ можно раскрыть по следующим направлениям:

1. Следует, прежде всего, изменить отношение к ЖКХ в целом и обеспечить неприемлемость остаточного принципа в организации его деятельности, необходимо *выведение на первый план интересов потребителя*, а не поставщика при оказании услуг. С этой целью следует создать новую структуру территориального хозяйства, где в качестве *равноправного* элемента среди прочих должна быть выделена отрасль ЖКХ с учётом социальной направленности современной экономики, её преимущественной ориентации на человека и неуклонного усиления роли жилищно-коммунального хозяйства.

2. Сформулировать основные принципы системы предоставления социальных услуг населению (в частности, эксплуатационных услуг), среди которых предлагается особо выделить следующие:

- соблюдение приоритетности интересов потребителя услуг;
- обеспечение сбалансированности требований к объёму, структуре и качеству услуг в рамках государственных гарантий и финансовых возможностей государства;
- принцип дополнительности платных услуг при обеспечении государственных гарантий (равного доступа всех граждан к бесплатным услугам социальной сферы надлежащего качества и объёма).

3. Необходимо сформулировать основные требования к организационно-экономическому механизму ЖКХ, обращая основное внимание на следующие:

- учёт противоречий между функциями социального государства и действием законов рыночной экономики;
- стимулирование предприятий ЖКХ к повышению качества обслуживания, увеличению объемов работ и услуг, тем самым реализуя приоритетную направленность на потребителя услуг;
- формирование конкурентной среды в ЖКХ;
- непрерывный контроль за обоснованностью тарифов на услуги;
- обеспечение восполнения недостатка финансовых ресурсов, вызванного неудовлетворительным бюджетным финансированием и платой за жилье, не компенсирующей затраты. Следует также предусмотреть покрытие не только текущих эксплуатационных издержек, но и затрат на капитальный ремонт жилья и расширенное воспроизводство производственных фондов ЖКХ;
- комплексность конечного результата деятельности ЖКХ.

4. Необходимо обеспечить честную конкуренцию (создание достаточных условий для конкурентной среды и демонополизации), которая затруднена из-за неполного учёта конкурентных особенностей различных отраслей ЖКХ, что предлагается преодолеть посредством дифференцированного подхода на основе новой классификации отраслей:

1) отрасли, имеющие все условия для развития конкуренции и рыночных отношений (гостиничное, банно-прачечное хозяйство, ритуальное обслуживание, эксплуатационное хозяйство);

2) отрасли естественных монополий (тепло-, электро-, газо-, водоснабжение и канализация);

3) отрасли, сочетающие элементы естественных монополий и потенциальной конкуренции (внешнее благоустройство, дорожно-мостовое хозяйство, санитарная очистка и утилизация бытовых отходов и т.д.).

В первой и частично в третьей группе отраслей развитие конкуренции возможно за счет разгосударствления предприятий ЖКХ, поддержки малого и среднего бизнеса в данной сфере, а также увеличения числа собственников жилья.

Что же касается второй группы отраслей, то развивать в них конкуренцию сложнее. Тем не менее и здесь возможно регулирование и создание условий для конкуренции благодаря периодическому пересмотру положения о локальных естественных монополиях, учету их зависимости от технологических особенностей производства, привлечению организаций, использующих альтернативные формы предоставления коммунальных услуг (в том числе автономные системы жизнеобеспечения, не связанные с сетевой инженерной инфраструктурой – локальные установки по тепло- и электроснабжению, децентрализация водоснабжения и канализации и др.).

5. Муниципальная структура управления ЖКХ (с точки зрения её эффективности) должна включать:

- собственника (в лице мэрии);

– поставщиков (управляющие организации), на балансе которых находятся технологические фонды ЖКХ (сети, котельные, насосные станции, очистные сооружения и прочие элементы инженерной инфраструктуры).

Подрядчики (предприятия, непосредственно оказывающие жилищные услуги с использованием технологических фондов как собственных, так и привлеченных) не могут быть непосредственно включены в структуру управления. В частности, подрядчики не должны (в своей основной массе) относиться к муниципальной собственности, а муниципальные подрядчики не должны получать привилегии по сравнению с подрядчиками других форм собственности. Кроме того, для сокращения управленческих расходов следует регулировать количество управляющих организаций.

Для совершенствования муниципальной структуры управления ЖКХ и приведения её в соответствие с предлагаемыми требованиями необходимо в структуре управления ЖКХ создать орган (департамент развития), реализующий стратегию развития муниципального хозяйства: разработку перспективной и текущей политики, выбор приоритетов, расчет экономической и социальной эффективности проектов, координацию и контроль деятельности муниципальных предприятий – заказчиков. Данный орган следует освободить от оперативно-хозяйственных функций.

Муниципальная структура управления ЖКХ в рамках предлагаемой модели ЖКХ позволит обеспечить переход муниципальных органов ЖКХ на сторону потребителей. Существовавшая ранее вертикаль УЖКХ – ПЖРЭТ – ЖЭУ (МЖЭП) обуславливала тождество интересов перечисленных хозяйствующих субъектов, формирующих из них единое целое, противостоящее потребителям. Это приводило к формальности договоров между потребителями (жильцами) и обслуживающими организациями. Предлагаемая структура позволяет данную вертикаль нарушить.

6. Для оперативного контроля процесса формирования рынка эксплуатационных услуг ЖКХ следует использовать показатели «зарплатоемкости» жилищного фонда, эффективности управления жилищным фондом для зданий одной категории, технического вооружения предприятия ЖКХ, баланса интересов производителя и потребителя услуг в результате управляющих решений (действий) власти с указанием их пороговых значений для оптимизации процесса управления.

7. Основной модели сферы эксплуатационных услуг ЖКХ должна стать совокупность взаимосвязанных договоров, пункты которых стимулируют:

1) потребителя (общество) услуг – контролировать УО и местную власть в части расходования средств в ЖКХ, выделенных субъектом ЖКХ и Центром;

2) УО – предоставлять потребителю информацию об объеме ежемесячно потребляемых ресурсов (электро-, теплоэнергия, вода, газ); цены за единицу услуги, а также возможных способах снижения расходов;

3) производителя – обеспечить «прозрачность» тарифа и прогнозируемость его изменения и экспериментальную доказуемость экономически обоснованного тарифа;

4) муниципалитета (собственника) – контролировать состояние жилищного фонда, коммунальной инфраструктуры и корректировать условия развития конкурентной среды;

5) субъекта РФ – контролировать реализацию тарифной политики на территории муниципалитетов в соответствии с федеральными стандартами.

8. Модель финансово-имущественных отношений между властью, обществом, бизнесом должна быть основана на следующих пяти положениях.

I положение. Должна быть разработана система экономических стимулов, позволяющая предприятиям ЖКХ зарабатывать на снижении, а не росте затрат (основа стоимостного подхода). Государство не должно законодательно закреплять норму роста разницы между продажной ценой услуг и их себестоимостью за счёт снижения себестоимости. Следует, напротив, закрепить норму снижения издержек производства и поставки услуг потребителю. В этом случае «действующие» системы управления сферой услуг, «привязанные» к затратному механизму формирования себестоимости услуг «затраты + прибыль», будут вынуждены работать по нормам механизма «спрос и предложение».

II положение. Необходимы организационно-экономические условия, при которых каждый потребитель услуг имеет реальное право использовать механизм конкуренции управляющих организаций за самого себя и, как следствие, за муниципальный (государственный, частный) заказ. Предлагается по результатам конкурса выделять УО со статусом управляющей организации и УО без статуса.

Управляющая организация, выигравшая конкурс путем вотума доверия потребителей в любой (из четырёх предлагаемых) номинации, автоматически получает статус управляющей организации и исключительное право на договор с департаментом недвижимости муниципалитета (государства, домовладельца) по управлению своей доли жилищного фонда и своей доли муниципального (государственного, частного) заказа. УО без статуса выполняет работы только в рамках договора по оказанию услуг потребителю и ежегодно отчитывается перед ним за результаты работы и израсходованные средства. В то время как УО со статусом управляющей организации помимо работы в рамках договора с потребителями выполняет договора управления с владельцем жилищного фонда и ежегодно отчитывается перед ними за результаты своей работы и израсходованные средства.

III положение. Необходим учёт нормы адаптации затратной системы управления ЖКХ к рыночным отношениям и нормы эффективности работы чиновников. Критерием адаптации и эффективности работы является «прозрачность» расходов средств ЖКХ.

IV положение. Необходима разработка совокупности правовых воздействий со стороны власти и общества на «носителей бесхозяйственности», а также обязанности учёта потерь на конкретных объектах (зданиях) и в инженерных сетях, позволяющих своевременно устранять их и не допускающих списания на всех потребителей.

V положение. Необходимо определить ответственность участников сферы услуг за состояние жилищного фонда и инженерной инфраструктуры, в том числе:

– УО – за неэффективное управление жилищным фондом, нарушение условий договоров за непредотвращение аварии и неэффективное её устранение;

– конкретного представителя власти – за злоупотребление и упущенную выгоду при исполнении своих функций;

– потребителя – за нарушение режима оплаты услуг.

Механизм развития конкурентной среды в сфере услуг:

– начинает действовать в момент заключения договора услуги между потребителем и УО;

– усиливается в момент, когда УО, получив вотум доверия потребителей в одной из номинаций, приобретает статус управляющей и заключает договор управления с собственником жилищного фонда.

Соответственно рынок эксплуатационных услуг развивается путём последовательного заключения публичного договора услуги и публичного договора управления в двух цепочках:

– финансовые отношения: потребитель услуг ↔ УО любой формы собственности;

– имущественные отношения: управляющая организация со статусом ↔ муниципальная казна (государственная казна, домовладелец).

Таким образом, создаётся финансово-имущественная цепочка: потребитель услуг ↔ управляющая организация со статусом ↔ муниципальная казна (государственная казна, домовладелец и др.).

Кроме того, последовательность заключения договора услуги и договора управления «запускает» режим оперативного контроля состояния рынка эксплуатационных услуг не только со стороны законодательной, исполнительной власти, но и общества в целом. В частности, реализация данной цепочки позволит отразить:

1) результат взаимодействия участников рынка эксплуатационных услуг в части финансовых и имущественных отношений независимо от формы собственности жилищного фонда;

2) качество размещения муниципального (государственного, частного) заказа и реализации государственной жилищной политики на местах;

3) экономический порядок на предприятиях отрасли без вмешательства в их финансово-хозяйственную деятельность;

4) результат адаптации системы управления сферой услуг ЖКХ к рыночным отношениям (уменьшение числа управленцев ЖКХ муниципалитета «на одного потребителя услуг», повышение «прозрачности» расходования средств на ЖКЖ, социальная защита граждан с низким уровнем дохода).

Как следствие, действие участников сферы услуг будет ориентировано в заданном направлении.

9. Нормативно-правовое обеспечение взаимоотношений всех участвующих сторон.

Таким образом, реализация рекомендаций по развитию модели управления ЖКХ муниципального образования предполагает наличие целого ряда условий, создание которых рассчитано как на различную продолжительность необходимого для каждого них подготовительного этапа, так и разную его трудоёмкость и ресурсообеспеченность. В связи с этим часть предложенных мероприятий может быть внедрена сразу, часть (всецело зависит от муниципального уровня) предполагает определённый краткий временной интервал и соответствующие сопровождающие их затраты, а часть мероприятий требует создания соответствующих условий на федеральном уровне, следовательно, и более длительного времени и более существенных, как правило, затрат.

УДК 330.342.24

И.В. Рощина, Л.С. Гринкевич, И.В. Кащук, Г.С. Рощина

**СКВОЗНОЙ ИНТЕГРИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ  
ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
ТЕРРИТОРИЙ<sup>1</sup>**

*Оценка программ развития является условием повышения качества и эффективности управления территорией. В статье рассматривается методика оценки программ местного экономического развития, основанная на сквозном интегрированном подходе. Оценка проводится с точки зрения внешней и внутренней согласованности программ разного уровня. Приведены результаты оценки на примере Томской области.*

*Ключевые слова: мониторинг, сквозной интегрированный подход, согласованность, внешняя согласованность, внутренняя согласованность, программа социально-экономического развития*

Для дальнейшего повышения качества программ социально-экономического развития в рамках стратегического планирования территории необходима оценка, позволяющая выявить их достоинства и/или недостатки на различных этапах, а также обеспечить своевременную и адекватную корректировку.

Обращение к международной практике показывает необходимость индивидуального подхода к управлению местным экономическим развитием с учётом следующих принципов [1]:

1. Интегрированный подход, включая социальные, экологические и экономические вопросы.
2. Стратегия, тщательно разработанная с участием всех заинтересованных сторон и основанная на общем видении.
3. Ряд инициатив — кратко-, средне- и долгосрочных — как катализатор партнерств и основа формирования уверенности заинтересованных сторон.
4. Эффективно работающие местные лидеры, которые привносят приверженность, доверие и способность объединять группы интереса.
5. Укрепление потенциала управления и групп, действующих на местах, имеет большое значение в реализации программы.
6. Местный орган управления, который должен иметь чувство сопричастности к стратегии местного экономического развития и демонстрировать сильную политическую волю для ее реализации.
7. Политическая, финансовая и техническая поддержка других уровней органа управления, также являющаяся ценной.
8. Интегрированный подход к мониторингу и оценке местного экономического развития.

---

<sup>1</sup> Работа выполнена при поддержке РГНФ, проект № 08-02-64208а/Т.

В имеющихся работах отечественных авторов реализуются различные подходы к проведению мониторинга и оценки социально-экономического развития муниципального образования. В данной методике при оценке реализации программ и их качества применяется сквозной интегрированный подход, позволяющий обеспечить согласованность используемого инструментария на всех уровнях планирования (целей, задач, показателей, индикаторов и т.д.), а также их увязку (интеграцию) по уровням иерархии рассматриваемых объектов территории (муниципальный район–регион). Рассмотрение согласованности (в рамках данной методики) с двух сторон позволяет выделить внешнюю и внутреннюю согласованность. При этом согласованность оценивается с точки зрения:

- 1) непротиворечивости (целей, задач, мероприятий);
- 2) адекватности (полнота учёта специфики развития муниципального образования);
- 3) релевантности;
- 4) сопоставимости (привязка к временному интервалу).

Интегрированная оценка, как правило, осуществляется с позиций сочетания основных аспектов развития системы: социальных, экономических и экологических. В данной методике интегрированность рассматривается с позиции согласованности целей, задач и мероприятий программы социально-экономического развития муниципального образования и региона. Таким образом, интегрированность отождествляется с внешней согласованностью, т.е. с согласованностью основных тенденций развития. Внутренняя согласованность трактуется, прежде всего, как согласованность всех элементов системы (территориального образования соответствующего уровня) между собой. При этом на уровне региона внешняя согласованность (интегрированность) и внутренняя согласованность становятся тождественными понятиями, что, по нашему мнению, не противоречит системному подходу.

Программы социально-экономического развития муниципального образования предлагается анализировать в соответствии с основными направлениями оценки по следующим этапам:

1. Анализ структуры программы социально-экономического развития муниципального образования.
2. Внутренняя согласованность программы.
3. Интегрированность.

Данная методика базируется на общепризнанных принципах территориального планирования и методах оценки программ социально-экономического развития территорий, представленных не только в научных публикациях, но и в практических документах по стратегическому планированию<sup>1</sup>. Основные положения методики были апробированы при анализе

---

<sup>1</sup> При работе над методикой оценки и мониторинга программ муниципальных образований использовались следующие практические документы: Пособие МЦСЭИ «Леонтьевский центр» «Территориальное стратегическое планирование. Как оценить качество стратегического планирования» (Т. 2); материалы итогового отчета «Интегрированная оценка программы социально-экономического развития Томского района на 2003–2005 гг.», выполненного в рамках совместного проекта «Развитие потенциала интегрированной оценки и планирования для устойчивого

программ социально-экономического развития муниципальных районов Томской области, что позволяет её рекомендовать для специалистов по стратегическому планированию социально-экономического развития территориальных образований разного уровня, а также экспертов, привлекаемых для проведения оценки программ социально-экономического развития.

Анализ программ социально-экономического развития муниципальных образований целесообразно проводить по указанным направлениям, предусматривающим возможность их дальнейшей детализации.

В рамках первого этапа «Анализ структуры программы социально-экономического развития муниципального образования» проводится анализ содержания программы по следующим направлениям:

*1.1. Анализ паспорта программы.*

*1.2. Стартовые условия и оценка исходной социально-экономической ситуации муниципального образования.*

При обосновании необходимости решения проблем программными методами на уровне программ муниципального образования должны учитываться цели социально-экономического развития соответствующего региона и Российской Федерации в целом, результаты анализа экономического, социального и экологического состояния региона.

В процессе анализа проводится оценка программы муниципального образования, позволяющая выявить:

1. Степень завершенности анализа.

2. Уровень конкурентоспособности.

3. Тенденции социально-экономических процессов.

4. Влияние внешних факторов, определяющих условия развития муниципального образования.

5. Комплексную оценку социально-экономического положения муниципального образования.

*1.3. SWOT-анализ (обоснованность SWOT-анализа результатами анализа внешних условий и внутренних факторов развития муниципального образования).*

*1.4. Стратегическая цель социально-экономического развития муниципального образования.*

*1.5. Стратегические приоритеты развития и задачи.*

Анализ призван выявить и исключить возможные противоречия между приоритетами и задачами.

*1.6. Программа социально-экономического развития муниципального образования:*

*1.6.1. Система программных мероприятий.*

---

развития» Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) и администрации Томской области при поддержке Министерства экономического развития и торговли и Главного управления природных ресурсов по Томской области МПР России; результаты оценки «Программы социально-экономического развития Томской области до 2005 года», проведенной Фондом «Агентство развития Томской области» совместно с Фондом «Институт развития города» (г. Москва) и др.

### *1.6.2. Перечень инвестиционных проектов.*

Учитывая значение привлечения бизнеса к разработке и реализации программы, необходимо также отражение в инвестиционных проектах участия всех заинтересованных сторон, в том числе через частно-государственное партнёрство.

### *1.6.3. Ресурсное обеспечение реализации программы.*

#### *1.7. Механизмы реализации программы:*

##### *1.7.1. Организация управления программой.*

##### *1.7.2. Организация мониторинга и оценки программы.*

#### *1.8. Механизмы корректировки.*

Проведённая оценка на примере муниципальных образований Томской области позволила сделать выводы, что в девятнадцати муниципальных образованиях структура программ в целом соответствует основным подходам и принципам стратегического планирования, хотя имеется ряд недостатков, требующих устранения или определённой корректировки. Всем муниципальным образованиям рекомендовано включить в программу «Карту заинтересованных сторон» по реализации программы социально-экономического развития района, поскольку это позволит полнее отразить участие общественности и бизнеса в разработке и реализации программ социально-экономического развития. В «Карте заинтересованных лиц» содержится информация о формах взаимодействия (круглый стол, встреча с главой муниципального образования, общественные слушания и т.д.), достигнутых соглашениях, вид участия (бизнес-проект, программное мероприятие), объём ресурсов, приоритетное направление программы.

Шести муниципальным образованиям рекомендовано откорректировать раздел «Программные мероприятия» в соответствии с разработанной формой, представленной в приложении методики. Это позволит обеспечить необходимую полноту и единообразие подачи информации, поскольку она не ограничивается только перечнем основных мероприятий, а даётся развёрнутая их структура, объём и источники финансирования с обязательным указанием размеров финансирования за счёт областного, местного, федерального бюджетов и прочих источников.

Десяти муниципальным образованиям предложено откорректировать раздел «Инвестиционные проекты» в соответствии с разработанной формой, представленной в приложении методики, где должна быть приведена информация о числе рабочих мест, эффекте от реализации проекта (в том числе объёме производства, прибыли, рентабельности), платежах в бюджет (в том числе местный, областной, федеральный).

В рамках второго этапа реализации сквозного интегрированного подхода к оценке программ социально-экономического развития муниципальных образований «Внутренняя согласованность программы» проводится анализ по следующим направлениям:

*2.1. Адекватность (соответствие стартовых условий и результатов SWOT-анализа стратегической цели и приоритетам социально-экономического развития муниципального образования).*

*2.2. Непротиворечивость.*

Формируемые цели и задачи социально-экономического развития муниципального образования должны, с одной стороны, учитывать основные стратегические направления развития, обозначенные в программе социально-экономического развития региона. С другой стороны, должны быть ориентированы на решения основных проблем, выявленных в процессе анализа социально-экономического положения муниципального образования.

Наличие в программе взаимоувязанных элементов логической цепочки «стратегические приоритеты - задачи – программные мероприятия – ожидаемые результаты» является одним из основных условий ее эффективности и предполагает определённую последовательность при ее разработке, оценке и корректировке с учётом особенностей программных мероприятий.

### *2.3. Релевантность.*

При оценке реализации программы с точки зрения соответствия индикаторов поставленным целям следует определять соблюдение/нарушение требования для системы показателей – минимизация числа индикаторов и контрольных показателей при сохранении полноты информации и своевременности ее предоставления.

### *2.4. Сопоставимость.*

Оценку соответствия программных мероприятий и системы целеполагания необходимо осуществлять по следующим направлениям: 1) взаимосвязь программных мероприятий, проектов с целями и задачами в рамках стратегического направления; 2) ресурсная обеспеченность программных мероприятий для достижения поставленных целей и задач развития муниципального образования; 3) достаточность программных мероприятий по достижению целей.

В процессе проведённого анализа программ социально-экономического развития муниципальных образований Томской области с применением сквозного интегрированного подхода были выявлены следующие типичные ошибки:

1. Недостаточно отражаются результаты анализа социально-экономического развития района в SWOT- анализе муниципального образования.
2. Слабо увязываются приоритеты и задачи социально-экономического развития муниципального образования с результатами SWOT- анализа.
3. Некорректно формулируются цели и задачи развития муниципального образования (часто вместо задачи указываются программные мероприятия).
4. Нарушается целостность логической цепочки (стратегические приоритеты-задачи – программные мероприятия) из-за отсутствия программных мероприятий по достижению некоторых задач.
5. Не согласуются сроки реализации программы с планом финансирования программных мероприятий.
6. Недостаточно прорабатываются программные мероприятия.

В рамках третьего этапа реализации сквозного интегрированного подхода к оценке программ социально-экономического развития муниципальных образований «Интегрированность» проводится анализ содержания программы по следующим направлениям:

### 3.1. Непротиворечивость.

Оценка осуществляется посредством сопоставления системы целеполагания программы муниципального образования (в увязке с его SWOT-анализом) и системы целеполагания региона. При этом недопустимо формальное сопоставление (с точки зрения имеется/отсутствует та или иная цель или задача) без учёта специфики, присущей как муниципальному образованию, так и имеющейся в регионе типологии.

### 3.2. Адекватность.

В процессе оценки определяется степень «включенности» проблем и потенциальных возможностей развития муниципального образования (SWOT-анализ) в основные проблемы и потенциальные возможности развития Томской области (SWOT-анализ).

### 3.3. Релевантность.

Оценка призвана определить наличие качественно выполненного анализа отраслевой взаимосвязи региона и муниципального образования, что обусловлено необходимостью:

- обеспечить целенаправленный поиск стратегических инвесторов для развития территории;
- повысить интегрированность целей развития отдельных муниципальных образований в систему целей развития региона;
- сформировать рациональную структуру экономики региона и экономики конкретных муниципальных образований с учётом их специфики и необходимости реализации условий для устойчивого развития;
- своевременно выявлять несоответствие отраслевых структур экономик разного уровня и вносить необходимые коррективы;
- обеспечивать оптимизацию экономики региона, устраняя дублирование и непродуктивную межрайонную конкуренцию для создания условий их самодостаточности и интегрированности в экономику региона.

Данная оценка основывается на результатах анализа сложившейся отраслевой структуры и имеющихся потенциалов территории и призвана определить степень её рациональности и перспектив совершенствования с целью непрерывного поиска резервов экономического роста.

Для оценки программы с точки зрения релевантности в ней должна содержаться информация по следующим направлениям:

1. Анализ имеющейся структуры экономики муниципального образования и её связей с экономикой соседних муниципальных образований и региона в целом.
2. Механизм структурной перестройки экономики муниципального образования.
3. Обоснование привлекательности территории, в том числе инвестиционной, рекреационной и т.д.

### 3.4. Сопоставимость.

Проводится оценка программ посредством определения наличия программных мероприятий, направленных на решение проблем муниципального образования и финансируемых из разных источников.

При оценке интегрированности программ социально-экономического развития муниципальных образований Томской области было выявлено, что:

1. Программы социально-экономического развития двух муниципальных образований необходимо откорректировать, поскольку невозможно обеспечить анализ согласования с ПСЭР Томской области. Это обусловлено тем, что в одном муниципальном образовании при разработке программы использован отраслевой подход, а в другом – не соблюдены основные подходы к стратегическому планированию.

2. Достаточный уровень согласованности с ПСЭР Томской области показали 15 программ муниципальных образований.

3. Недостаточный уровень согласованности с ПСЭР Томской области показали 3 программы муниципальных образований.

Таким образом, применение данной методики позволяет выявить недостатки программ социально-экономического развития посредством сквозного интегрированного подхода и устранить их в процессе последующей корректировки, тем самым повысив эффективность планирования на территории не только отдельного муниципального образования, но и субъекта Федерации в целом.

#### *Литература*

1. Местное экономическое развитие: Краткий справочник. Гвен Свинбурн. Отдел городского развития. Всемирный банк. Вашингтон, Округ Колумбия, 2006 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.worldbank.org/urban/led](http://www.worldbank.org/urban/led)– С. 12-13

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

**БЕЛЯЕВ Виктор Иванович** – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики предпринимательства и маркетинга Алтайского государственного университета.

E-mail: belyaevvi@mail.ru

**ГРИНКЕВИЧ Лариса Сергеевна** – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой налогов и налогообложения экономического факультета Томского государственного университета.

Тел. 78-36-90, 65-37-93

**КАЩУК Ирина Вадимовна** – кандидат технических наук, доцент кафедры национальной экономики экономического факультета Томского государственного университета.

Тел. 78-36-80, 41-96-75

**МАЛЫЦЕВ Дмитрий Борисович** – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры национальной экономики экономического факультета Томского государственного университета.

Тел. 78-36-80

**НЕХОДА Евгения Владимировна** – доцент, кандидат экономических наук, доцент (докторант) кафедры системного менеджмента и предпринимательства экономического факультета Томского государственного университета.

E-mail: sheyna@sibmail.com

**РОЩИНА Галина Сергеевна** – студентка экономического факультета Томского государственного университета.

Тел. 51-76-44

**РОЩИНА Ирина Викторовна** – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой национальной экономики экономического факультета Томского государственного университета.

E-mail: riv58@mail.tsu.ru

**ХЛОПЦОВ Дмитрий Михайлович** – доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономики Томского государственного университета.

E-mail: tokko@mail.tomsknet.ru , tokko@rambler.ru

**ЦИТЛЕНОК Владимир Сергеевич** – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой мировой экономики Томского государственного университета.

E-mail: vlastsit@mail.ru

**ЧИКОВ Михаил Владимирович** – ассистент кафедры политической экономики экономического факультета Томского государственного университета.

E-mail: chikov@sibmail.com

**АННОТАЦИИ****THE METHODOLOGY**

*Khloptsov D.M.* APPRAISAL OF LAND RESOURCES AS THE EFFECTIVE TOOL OF LAND POLICY. In Russia the private property in land is actively developing, but policy of laissez-faire is not able to solve all of the problems of land market because of its limited potential. The state management of land market requires complex land policy and application of its economic tools. This article analyses the Russian land fund structure changes, which took place from 1990 till 2006. The author gives especial consideration to the appraisal of land resources as one of the most-used economic tool of European land policy.

Keywords: land, land policy, appraisal of land.

*Tsitlenok V.S.* ABOUT THE SUBSTANCE AND THE TENOR OF THE CONCEPT «THE COMPETITION IN THE WORLD ECONOMY». The author suppose, that the substance of the subject-interstate economic Competition is the alternative-cogentropy. Reciprocal action for the full realization the economic potentials of the all states, which take part in this process. The competitive power is the condition of the state economy, which let to reserve or to fortify to oneself as the self-satisfy structure of the World Economy. The author suggest to distinguish in the system of the indicators of the international Competitiveness 7 links: overall systemic, structure reformed, socioeconomic, institutional, oversystemic and so on.

Keywords: world economy, state economy, international economic Competitive, the links of the system indicator of the international economic Competitiveness.

*Chikov M.V.* MODERN MECHANISMS OF INTERACTION OF GOVERNMENT BODIES AND CORPORATE SECTOR. The article present the system of relations in conditions institutional transformations to Russia, process of the active property expansion of the state, feature of the coordination of interests of the state and corporate interests, and also the new threats related to instability of developed structures of the property and rules of assignment.

Keywords: corporate sector, relations of the property rights, property expansion.

**THE LABOR MOTIVATION**

*Nekhoda E.V.* SOCIAL DEVELOPMENT OF MAN AND CHANGING VIEW SUBJECT OF LABOUR IN SYSTEM OF SOCIO-LABOUR RELATIONS. *In this article we analyses communication of labour relations system and changing view subject of labour. This communication allows appreciating the forms of collaboration and formulating effective mechanism of development the socio-labour relations.*

Keywords: labour, socio-labour relations, subject of labour.

**THE REGIONAL ECONOMY**

*Belyaev V. I.* PLACE MARKETING AND GETTING OVER THE DEPRESSIVE STATE OF RUSSIAN REGIONS. Marketing methods named "place marketing" have been offered as the solution of territorial formation problems in this article. Generalized analysis of the first results of using marketing at solving the problems of native and foreign cities has been given. Also, author formulated the principles of "place marketing", offered forming methods of the territorial development branch-marking systems and place marketing conduction methodical basis.

Keywords: territory, depressive territory, marketing, place marketing

**THE MUNICIPAL ECONOMY**

*Maltsev D.B.* MODEL OF THE DEVELOPMENT MARKET WORKING SERVICES HOUSING-PUBLIC FACILITIES ON EXAMPLE OF THE MUNICIPAL FORMATION. In article is considered model of the development market working services in housing-public facilities. The system of the measures is offered on each of directions allowing form the new contents of the relations between participant market.

Keywords: housing-public facilities, social facilities, working facilities, control

---

*Roschina I.V., Grinkevich L.S., Kaschuk I.V., Roschina G.S.* END-TO-END INTEGRATED APPROACH TO ESTIMATION OF THE PROGRAMS SOCIAL-ECONOMIC DEVELOPMENT TERRITORY. Estimation of the programs of the development is a condition of increasing quality and efficiency of management territory. In article is considered methods of the estimation of the programs of the local economic development founded on End-to-end integrated approach. The Estimation is conducted with standpoint external and internal consensus of the programs of the miscellaneous level. In article results of the estimation are brought on example Tomsk area.

Keywords: monitoring, end-to-end integrated approach, consensus, external consensus, internal consensus, program social-economic development

Научный журнал «Вестник Томского государственного университета. Экономика» был выделен в самостоятельное периодическое издание из общенаучного журнала «Вестник Томского государственного университета» в 2007 г.

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия (свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-29495 от 27 сентября 2007 г.), ему присвоен международный стандартный номер сериального издания (ISSN 1998-8648).

«Вестник ТГУ. Экономика» выходит ежеквартально и распространяется по подписке, его подписной индекс 44047 в объединённом каталоге «Пресса России». Полнотекстовые версии вышедших номеров выкладываются на сайте журнала: <http://vestnik.tsu.ru/economy>

Все статьи, поступающие в редакцию журнала, подлежат обязательному рецензированию. Публикации в журнале осуществляются на некоммерческой основе. Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://vestnik.tsu.ru/economy>

Адрес редакции:

634050, г. Томск, пр. Ленина, 36,

ГОУ ВПО «Томский государственный университет»,

экономический факультет.

Телефон (382-2)-78-37-19

Факс (382-2)-78-37-00

Ответственный секретарь редакции журнала – И.А. Петиненко.

E-mail: [katunin@mail.tsu.ru](mailto:katunin@mail.tsu.ru)

Научный журнал  
**ВЕСТНИК ТОМСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА  
ЭКОНОМИКА  
2008. № 3 (4)**

Редактор *Е.В. Лукина*

Оригинал-макет *Г.П. Орловой*

Дизайн обложки *Яна Якобсона* (проект «Пресс-интеграл»,  
факультет журналистики ТГУ)

---

Подписано в печать 06.10.2008 г. Формат 70х100<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.

Печ. л. 4,75; усл. печ. л. 6,65; уч.-изд. л. 6,95.

Тираж 500 экз. Заказ №

---

ОАО «Издательство ТГУ», 634029, г. Томск, ул. Никитина, 4  
ООО «Издательство «Иван Федоров», 634003, г. Томск, Октябрьский взвоз, 1