

ВЕСТНИК

**МОСКОВСКОГО ГОРОДСКОГО
ПЕДАГОГИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**СЕРИЯ
«ЭКОНОМИКА»**

№ 2 (8)

**Издается с 2010 года
Выходит 4 раза в год**

**Москва
2016**

VESTNIK

MOSCOW CITY UNIVERSITY

SCIENTIFIC JOURNAL

SERIES

ECONOMICS

№ 2 (8)

Published since 2010

Quarterly

Moscow

2016

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

<i>Реморенко И.М.</i>	ректор ГАОУ ВО МГПУ, кандидат педагогических наук, доцент, председатель почетный работник общего образования Российской Федерации
<i>Рябов В.В.</i>	президент ГАОУ ВО МГПУ, доктор исторических наук, профессор, член-корреспондент РАО
<i>Геворкян Е.Н.</i>	первый проректор ГАОУ ВО МГПУ, доктор экономических наук, профессор, академик РАО
<i>Агранат Д.Л.</i>	проректор по учебной работе ГАОУ ВО МГПУ, доктор социологических наук, доцент

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

<i>Карабанова О.В.</i>	кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, математики, учетных и финансовых дисциплин Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Абанина И.Н.</i>	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и международного бизнеса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
<i>Весманов С.В.</i>	кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой управления проектами Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Гуськов Ю.В.</i>	доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической теории и управления Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Левицкий М.Л.</i>	доктор педагогических наук, доктор делового администрирования (DBA), профессор, академик РАО, директор Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Магомедов М.Д.</i>	доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики, математики, учетных и финансовых дисциплин Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Манакова Е.В.</i>	кандидат экономических наук, профессор кафедры менеджмента, информационных систем управления и торгового дела Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Мошкин А.С.</i>	кандидат технических наук, профессор, заведующий кафедрой теории организации и систем управления Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Новикова В.Ф.</i>	доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики, математики, учетных и финансовых дисциплин Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Степанов А.А.</i>	доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента, информационных систем управления и торгового дела Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Шевченко Т.Н.</i>	кандидат экономических наук, профессор, действительный член Академии менеджмента в образовании и культуре, заместитель директора Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ
<i>Шейнин Э.Я.</i>	кандидат экономических наук, профессор, заместитель директора по научной работе Института менеджмента ГАОУ ВО МГПУ

Журнал входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации.

ISSN 2312-6647

© ГАОУ ВО МГПУ, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера

<i>Карабанова О.В., Чекрышова И.И.</i> Проблемы развития Зеленоградского административного округа в контексте стратегии развития Москвы до 2025 года	8
--	---

Финансы и финансовые отношения

<i>Шинкарёва О.В.</i> Роль налога на доходы физических лиц и взносов на обязательное социальное страхование в консолидированном бюджете Российской Федерации и государственных внебюджетных фондах	19
--	----

Человеческий капитал в инновационной экономике

<i>Дерен В.И., Кожурова А.А.</i> Человек, рабочая сила, трудовые ресурсы и человеческий фактор в смешанной экономике	26
--	----

Функциональные области управления

<i>Игрунова О.М.</i> Современные особенности развития рынка маркетинговых исследований в России	36
<i>Колтакова И.А.</i> Основные задачи и вопросы необходимости функции комплаенс в страховых организациях.....	46

Проблемы образования: управленческие и экономические аспекты*Левицкий М.Л., Хлебников К.В., Черкашин О.Ю.*

Методологические предпосылки исследований
эффективности образования 53

Манакова Е.В., Прима Я.Г. Исследование факторов,
определяющих конкурентоспособность образовательных
учреждений среднего профессионального образования..... 74

Авраменко В.Г. Формирование эмоциональной культуры
будущих менеджеров в процессе профессиональной
подготовки в вузе 89

Авторы «Вестника МГПУ», серия «Экономика», 2016, № 2 (8)..... 97

Требования к оформлению статей..... 101

CONTENTS

Topic of Issue

<i>Karabanova O.V., Chekryshova I.I.</i> Problems of Development of Zelenograd Administrative District in the Context of Strategy of Development of Moscow till 2025	8
--	---

Finance and Financial Relations

<i>Shinkareva O.V.</i> Role of the Tax on Personal Income Tax and Contributions for Compulsory Social Insurance in the Consolidated Budget of the Russian Federation and State Non-budgetary Funds	19
--	----

The Human Capital in Innovative Economy

<i>Deren V.I., Kozurova A.A.</i> Man, Labour Force, Labour Resources and the Human Factor in the Mixed Economy	26
--	----

Functional Areas of Management

<i>Igrunova O. M.</i> Modern Features of Development of the Market of Marketing Researches in Russia	36
<i>Koltakova I.A.</i> Main Objectives and Questions of Need of the Compliance Function in Insurance Companies.....	46

Education Problems: Administrative and Economic Aspects

- Levitskiy M.L., Khlebnikov K.V., Cherkashin O.Y.* Methodological Prerequisites of the Studies of Efficiency of Education 53
- Manakova E.V., Prima Y.G.* A Study of the Factors Determining the Competitiveness of Educational Institutions of Secondary Professional Education 74
- Avramenko V.G.* Formation of the Emotional Culture of Future Managers in the Process of Professional Training in University 89

«MCU Vestnik Series “Economics”» / Authors, 2015, № 2 (8)..... 97

Style Sheet..... 101

**О.В. Карабанова,
И.И. Чекрышова**

Проблемы развития Зеленоградского административного округа в контексте стратегии развития Москвы до 2025 года

В статье представлены результаты исследования причин низкого уровня территориального развития Зеленоградского административного округа в контексте стратегии развития Москвы до 2025 года, а также предложены пути решения выявленных проблем.

Ключевые слова: редевелопмент; особые экономические зоны; промышленные зоны; Зеленоградский административный округ; рабочие места.

Зеленоградский административный округ города Москвы является одним из научно-производственных центров российской электроники и микроэлектроники, город известен под названием «русская Силиконовая долина». При этом в результате расширения территории с первоначальных 11,28 до современных 37,2 кв. км, кризиса российской экономики, последовавшего за распадом СССР, возник серьезный дисбаланс количества жителей и рабочих мест. По сведениям официальной статистики, в Зеленограде проживает 226 477 тыс. человек, из которых ежедневно порядка 40 тыс. едут на работу в Москву [1], затрачивая на это около четырех часов в день из-за серьезных внешних транспортных проблем.

При этом одной из ключевых задач, поставленных в стратегии развития Москвы до 2025 г., является переход города на новую модель развития, в основе которой лежит эффективное использование стратегического ресурса — человеческого потенциала — с сохранением комфортности и безопасности проживания.

Целевые индикаторы программы развития Москвы до 2025 г. призваны повысить качество жизни москвичей (см. табл. 1).

Таблица 1

Целевые индикаторы программы развития Москвы до 2025 г. [12]

Индикатор	2013 г.	2016 г.	2025 г.
Доля занятого населения, сконцентрированная в Центральном административном округе Москвы (доля рабочих мест), %	37	33	20–25
Затраты времени на ежедневную поездку «дом – работа», мин.	100	90	75

Таким образом, можно констатировать, что территория Зеленоградского округа используется неэффективно.

В обоснование сказанного приведем данные исследования. В Зеленограде на территории в 3720 га проживает 222,4 тыс. человек (по состоянию на 01.01.2014 г.), 137,7 тыс. из которых составляет трудоспособное население (61,9 % от общей численности населения), моложе трудоспособного возраста — 30,2 тыс. человек (13,6 % от общей численности населения), пенсионеры — 54,5 тыс. человек (24,5 % от общей численности населения). Город имеет естественный прирост населения: рост рождаемости в 2014 г. составил 6,2 % по отношению к предыдущему периоду [11]. Постепенное увеличение численности населения свидетельствует о потребности в новых рабочих местах не только сегодня, но и в будущем.

Трудоспособное население с высшим образованием в Зеленограде составляет порядка 44 %. Это свидетельствует о довольно высоком человеческом потенциале округа.

Средняя оплата труда по основным отраслям за 2013 г. в Зеленограде составила 45 773 руб. (112,1 % к 2012 г.) [11]. Таковы официальные данные, с которыми местные жители не всегда согласны. Довольно высокая статистика заработной платы вовсе не означает возможность найти работу с таким уровнем дохода.

Более реальную оценку представляют современные аналитические средства: по данным сайта <http://rabota.yandex.ru> на базе анализа активных вакансий в городе, средняя зарплата в Зеленограде на основе 4 667 вакансий составляет 36 000 руб. Распределение показано на рисунке 1.

По данным местного портала zelrabota.ru средняя зарплата в Зеленограде составляет лишь 28 445 руб. (см. табл. 2).

Среди вакансий, публикуемых Центром занятости и размещенных в разделе «Работа» городского сайта <http://zelenograd.ru>, можно найти работу с зарплатой не выше 22–24 тыс. руб.

Обосновать расхождение средних показателей можно следующими причинами: на крупных рекрутерских порталах вроде rabota.ru в основном размещаются вакансии от крупных сетевых работодателей из Москвы, которые ищут агентов по запросу «Зеленоград – Москва». Высокие показатели официальной статистики объясняются наличием в Зеленограде большого штата управленцев, значительного количества высококвалифицированных специалистов и банковских служащих, уже имеющих работу.

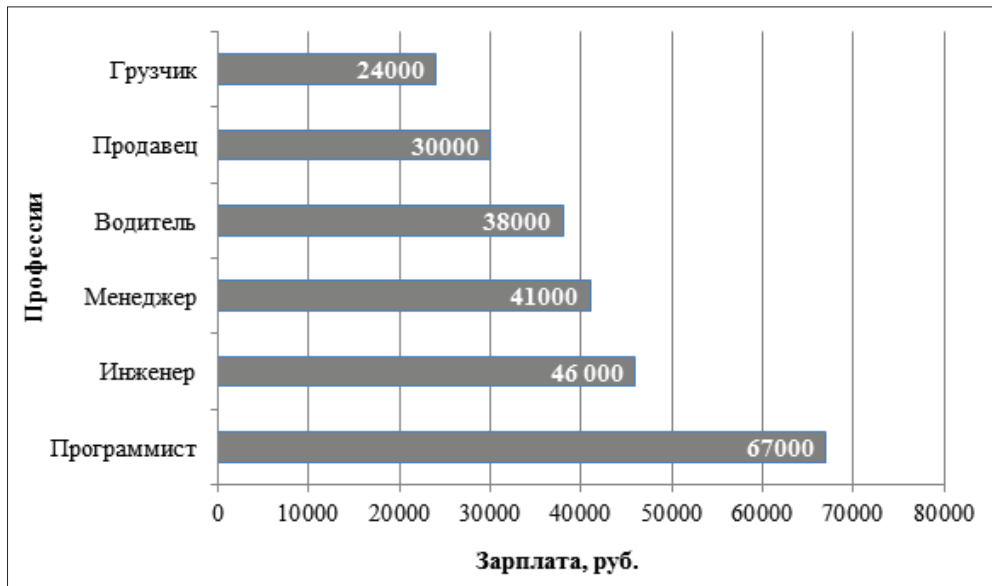


Рис. 1. Средняя зарплата в Зеленограде по данным портала rabota.yandex.ru (по состоянию на 14.01.2015 г.) [14]

Таблица 2

Средняя заработная плата в Зеленограде по данным местного портала zelrabota.ru (по состоянию на 14.01.2014 г.) [3]

Рубрика	Количество публикаций	Средняя зарплата, руб.
Административная работа / Секретариат	348	22 084,75
Другие специалисты	484	21 825,20
Издательство / Дизайн / Полиграфия	100	30 246,98
Информационные технологии / Телеком	525	41 249,39
Искусство / Культура / Развлечения	52	20 587,50
Кадровая служба / Тренинги / HR	100	29 377,77
Маркетинг / Реклама / PR	229	28 804,60
Медицина / Фармацевтика	145	27 018,05
Недвижимость / ЖКХ	117	38 736,55
Образование / Воспитание / Наука	127	18 333,33
Охрана / Безопасность	131	22 684,38
Персонал для дома	72	29 791,30
Производство / Промышленность	1323	29 298,14
Работа для молодежи	235	17 420,22
Руководители	41	52 538,46
Складское хозяйство / Логистика / ВЭД	451	25 737,75

Рубрика	Количество публикаций	Средняя зарплата, руб.
Спорт / Красота	194	22 970,19
Страхование	135	25 437,00
Строительство / Проектирование	587	39 897,36
Торговля / Продажи	1618	25 921,68
Транспорт / Автобизнес	641	31 206,61
Туризм / Рестораны / Гостиницы	474	22 297,18
Финансы / Бухгалтерия / Банки	383	34 394,24
Юриспруденция	52	31 512,82

В целом по Москве ситуация несколько отличается. Средняя заработная плата в Москве по итогам 2014 г. составила 47,9 тыс. руб. [6]. Распределение по профессиям показано на рисунке 2.

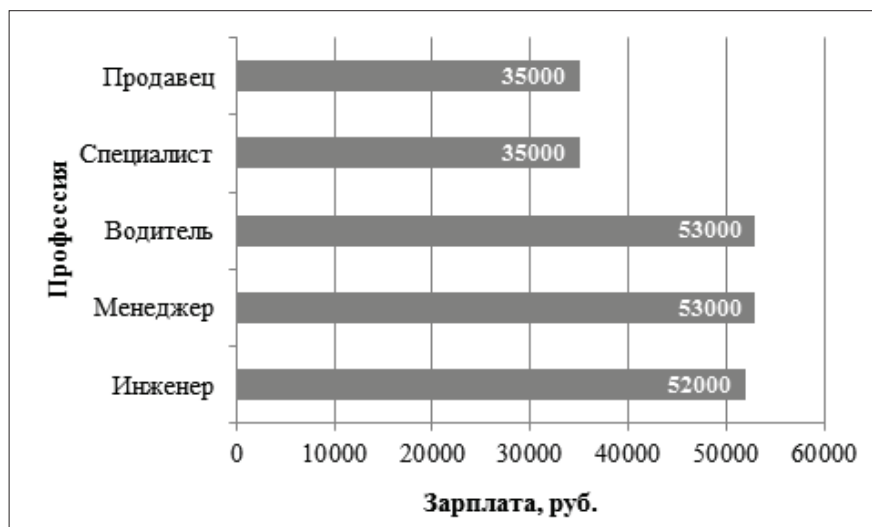


Рис. 2. Средняя зарплата в Москве по данным портала rabota.yandex.ru (по состоянию на 14.01.2014 г.) [15]

Причем, согласно одобренным Правительством города Москвы основным параметрам прогноза социально-экономического развития на 2014–2016 гг., уровень средней заработной платы к 2016 г. превысит 70 тыс. руб. [9].

Такой прогноз является благоприятным для москвичей, но при этом подчеркивает дисбаланс между Москвой и Зеленоградом в уровне оплаты труда и подтверждает сложившуюся многолетнюю тенденцию трудовой миграции между Зеленоградом и Москвой. Кроме того, существует дисбаланс и в структуре рынка труда: в спросе и предложении рабочей силы.

В состав научно-промышленного комплекса Зеленограда входят около 47 крупных и средних научных и промышленных предприятий. Объем произведенной промышленной продукции и выполненных научных услуг за 2013 г. увеличился на 19 % и составил 27,4 млрд рублей (темпы прироста в 2012 г. —

15 %; в 2011 г. — 13 %). Среднесписочная численность работающих в крупных и средних организациях науки и промышленности — 12,7 тыс. человек.

Среднемесячная заработная плата в промышленных организациях — 43,4 тыс. руб., (112 % к 2012 г.), в научных организациях — 44,3 тыс. руб. (118 % к 2012 г.).

В Зеленограде работают около 5200 малых предприятий, из которых 30 % являются предприятиями производственной и научно-инновационной сферы. Численность работающих в секторе малого бизнеса составляет 30 тыс. человек.

Однако создание новых рабочих мест идет невысокими темпами. Резиденты бизнес-инкубатора «Зеленоград» за 2012 г. создали всего 209 новых рабочих мест.

В Зеленограде продолжается создание особой экономической зоны технико-внедренческого типа. На сегодняшний день полностью завершены и введены в эксплуатацию дорога и инженерные коммуникации. Но из 35 организаций-резидентов особой экономической зоны лишь 2 организации вышли на строительную площадку и осуществляют строительство своих объектов, 3 резидента получили разрешение на строительство, еще 4 организации завершают стадию проекта и также должны выйти на стадию строительства. Создание запланированного объема рабочих мест осуществится еще нескоро [7].

На рынке труда Зеленограда сохраняется несоответствие между спросом и предложением рабочей силы. Наибольший спрос приходился на рабочих строительных профессий, торговли и общественного питания, продавцов. Среди вакансий для служащих наиболее востребованы врачи, менеджеры, инженеры, агенты, консультанты. И, напротив, предложение превышает спрос для руководящих работников, техников, делопроизводителей.

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что, несмотря на научно-техническое развитие Зеленоградского административного округа, местные предприятия все еще не в силах обеспечить работой всех жителей. По состоянию на 1 января 2014 г. уровень официально регистрируемой безработицы составил 1,9 % от численности трудоспособного населения, что несколько превышает средние по столице показатели (1,6 %).

Заработная плата, предлагаемая зеленоградскими компаниями и предприятиями, в среднем на 20 % меньше московских, что роднит Зеленоград с городами Московской области, где уровень зарплатных предложений составляет 70–80 % от столичных показателей [4].

В целом же, с учетом Зеленоградского административного округа, в Москве наблюдается высокий уровень дифференциации доходов. До 30 % москвичей имеют доходы менее 60 % от медианного уровня, а это означает высокий уровень относительной бедности.

Из-за того что работы в ЗЕЛАО не хватает, многие зеленоградцы, как и активные жители других подмосковных городов, стараются трудоустроиться в тех округах, что расположены в пределах МКАД. Доля резюме зеленоградцев, размещенных на портале Superjob.ru, составляет примерно 5 % от всех

московских резюме, что сопоставимо с долей резюме жителей подмосковных Химок, Мытищ, Красногорска. В то же время доля вакансий зеленоградских работодателей невелика — 1 % от всех московских вакансий.

В последние годы зеленоградская инфраструктура обновилась: закончено строительство четвертого транспортного пути Октябрьской железной дороги, введен в эксплуатацию отрезок трассы М-11, работающий на платной основе. Казалось бы, проблема транспортной доступности должна была быть устранена. Но стоимость дороги от Зеленограда при этом существенно возросла, что вызвало волнения в округе. Поэтому люди продолжают пользоваться перегруженным Ленинградским шоссе, либо прежними электропоездами, следующими со значительными интервалами движения и медленной скоростью, иначе вся «выгода» в заработной плате становится ничтожно мала.

В целях анализа текущих проблем Зеленограда было проведено маркетинговое исследование — экспресс-анализ в форме анкетирования. Исследование проводилось с помощью таргетированного отбора жителей через электронную анкету, при опросе через интернет применялась квотная выборка по социально-демографическим критериям, а именно по возрасту, месту жительства и социальному статусу.

Было опрошено 100 человек, 90 % которых составляют жители Зеленограда, опрос проводился в период с февраля по март 2015 г. В опросе приняли участие 53 % жителей женского пола и 47 % — мужского пола, что в целом отражает демографическую ситуацию в Российской Федерации. Распределение респондентов по возрасту имеет нормальный вид, что обеспечивает высокое качество и достоверность результатов исследования. Практически половина опрошенных жителей имеет высшее образование, что отражает в целом ситуацию по городу и свидетельствует о наличии в исследуемом городе высокого уровня человеческого капитала. Уровень занятости респондентов достаточно высокий — более 80 % имеют полную занятость.

Исходя из ответов респондентов о количестве сотрудников предприятий, на которых они работают, можно сделать вывод о том, что в основном жители города работают на малых (30 %) и средних предприятиях (29 %).

Большая часть респондентов занята в сфере услуг — образование (8,28 %), торговля (6,38 %), бухгалтерия (5,38 %), реклама (4,9 %) Производственная сфера находится на пятом месте — 4,76 % (см. табл. 3).

Таблица 3

Сферы деятельности предприятий респондентов

Сфера деятельности	Кол-во, в %
Образование	8,28 %
Розничная торговля / оптовая торговля	6,38 %
Бухгалтерия	5,38 %
Реклама	4,90 %
Производство	4,76 %

Сфера деятельности	Кол-во, в %
Маркетинг / Продажи	4,76 %
Компьютерный дилер / посредник (программное / аппаратное обеспечение)	4,69 %
Компьютерное программное обеспечение	4,33 %
Телекоммуникации	3,70 %
Здравоохранение	3,69 %
Индивидуальные услуги	3,69 %
Юриспруденция / Право	3,69 %
Товары народного потребления	3,69 %
Строительство	3,38 %
Связь / Информационные технологии	3,07 %
Консалтинговые услуги	2,38 %
Информационные технологии / IT	2,76 %
Энергетика / Коммунальные услуги / Нефть и Газ	2,38 %
Инженерно-конструкторские работы	2,69 %
Управление персоналом	2,69 %
Интернет	2,38 %
Исследования рынка	2,07 %
Средства массовой информации / Индустрия развлечений	2,69 %
Печать / Издательское дело	2,69 %
Недвижимость	2,69 %
Логистика / Дистрибуция	2,69 %
Другое (укажите)	3,50 %

По уровню занимаемой должности почти половина опрошенных являются специалистами.

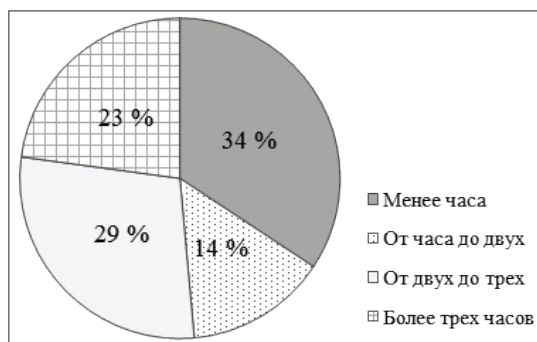
Зеленоградцы, работающие в городе, тратят менее часа на дорогу до места работы и обратно (см. рис. 3). При этом работающие в Москве затрачивают на эту операцию от 2 до 3 часов — это те, чьи рабочие места находятся в ближайших точках транспортной доступности — станций метро «Речной вокзал», «Митино», «Тушинская», «Комсомольская» (всего 29 % опрошенных).

Значительная часть (23 %) затрачивает на дорогу более 3 часов — их рабочие места находятся в остальных частях Москвы.

По мнению респондентов, острее всего в городе стоит проблема транспортной доступности (62 %), далее идут доступность досуговых мероприятий (53 %), места отдыха и доступное жилье (по 40 %) (см. рис. 4).

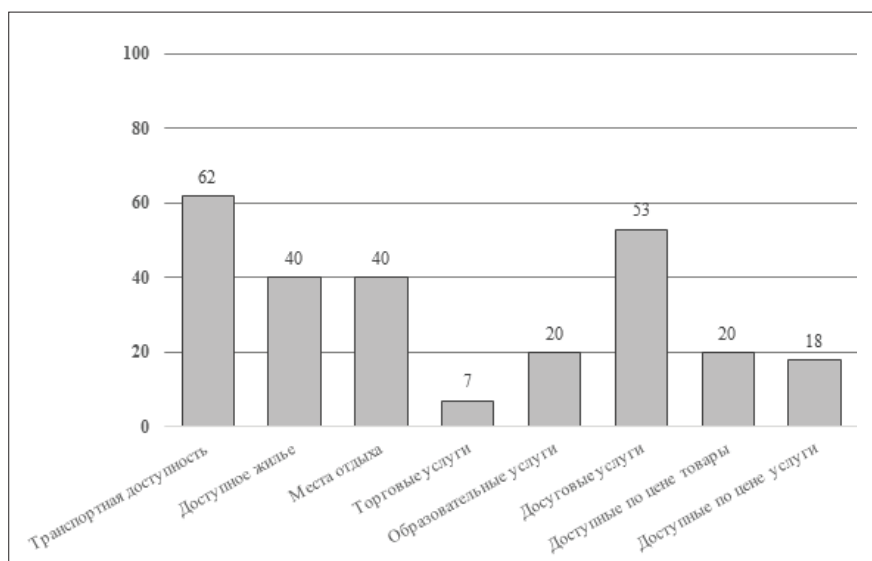
При ответе на открытый вопрос о тех сторонах жизни города, которые бы они хотели улучшить, наиболее часто встречается «транспортная доступность», «построить метро от Москвы до Зеленограда», «досуг», улучшение инфраструктуры самого города является не менее важной чертой для жителей, чем его близость к Москве.

Кроме того, зеленоградцы равнодушны и к внешнему виду своего города: более половины респондентов согласны с утверждением «Я хочу, чтобы



Источник: Составлено авторами.

Рис. 3. Время, которое респонденты тратят на дорогу «туда – обратно», добираясь до работы



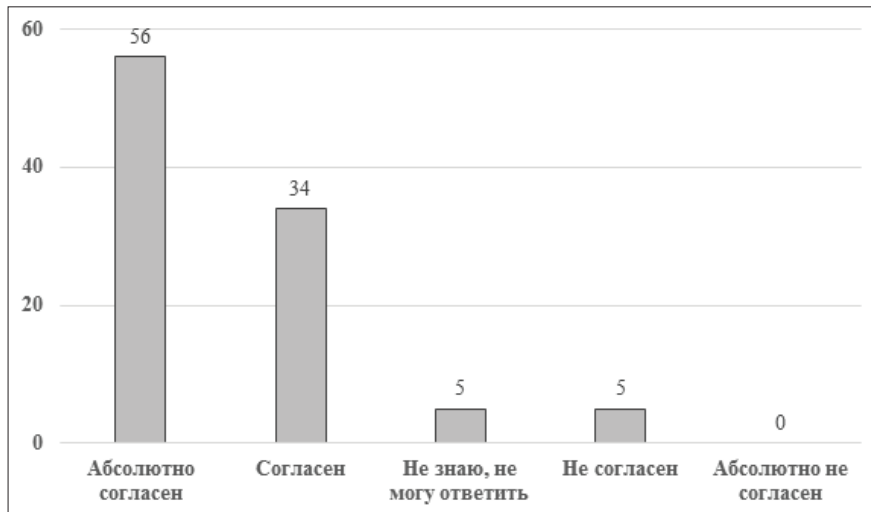
Источник: Фрагмент исследования авторов.

Рис. 4. Условия жизнедеятельности, которых не хватает респондентам в Зеленограде (в %)

пришедшие в упадок здания и промышленные объекты Зеленограда стали внешне привлекательными», лишь единичные ответы не согласны с данным утверждением (см. рис. 5).

Проведенный экспресс-анализ позволил выявить мнение жителей города об актуальности рассматриваемой проблемы и, кроме того, получить идеи по совершенствованию городских условий в открытых ответах.

Территориальная структура Зеленограда нуждается в модернизации. Город слишком моноцентричен. Для решения указанных в исследовании проблем предлагается переориентация существующих в Зеленограде промышленных зон с арендной и складской направленностью под продовольственные,



Источник: Составлено авторами.

Рис. 5. Уровень согласия респондентов с утверждением «Я хочу, чтобы пришедшие в упадок здания и промышленные объекты Зеленограда стали внешне привлекательными» (в %)

производственные, торговые предприятия и предприятия обслуживания, создав конкурентоспособные рабочие места (порядка 12 тыс. рабочих мест к 2020 г.). Деятельность зеленоградской особой экономической зоны (ОЭЗ) показала, что инновационные предприятия в среднем имеют численность работающих не более 30 человек.

Показатели развития ОЭЗ технико-внедренческого типа значительно отстают от плановых. Напротив, самой успешной российской ОЭЗ является промышленно-производственная в Елабуге. К 2020 г. в ОЭЗ «Алабуга» должно быть уже 120 резидентов, при этом вложен уже почти 1 млрд евро частных средств [10]. Привлекают инвестиции здесь нулевой налог на прибыль и имущество, нулевая ставка НДС и ввозных пошлин на импортное оборудование, бесплатные земельные участки под строительство, бесплатное подключение к электросетям. Эта территория стала востребована не инновационными, а массовыми, во многом стандартными производствами, поэтому опыт Елабуги в некоторой части стоит перенять Зеленограду.

Таким образом, в проекте редевелопмента промзон Зеленограда ставку стоит делать на поточные производства, которые смогут предоставить большее удельное количество рабочих мест, офисные и крупные торговые помещения и на сферу малого и семейного бизнеса, занятого предоставлением услуг и мелкими производствами. Такие предприятия, имея небольшую численность персонала, требуют малого количества инвестиций.

Литература

1. Достопримечательности Зеленограда. Проблема не уехать, а доехать. URL: <http://www.zlncrd.ru/clauses/31998.html>

2. *Евдокимова Ю.В.* Проблемы устойчивого развития субъектов РФ и возможные пути их решения // Экономика и социум. 2013. № 3 (8). С. 247–250.
3. Зеленоградская биржа труда. Статистика зарплат в Зеленограде. URL: <http://zelrabota.ru/stat>
4. Индикаторы рынка недвижимости. Административные округа Москвы как образ жизни: Зеленоград. URL: <http://www.irm.ru/articles/27562.html>
5. *Карбанова О.В.* Проблемы формирования человеческого капитала в столичном мегаполисе // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 46. С. 37–42.
6. Клерк.ру. Средняя заработная плата в Москве в 2014 г. выросла на 11,2 %. URL: <http://www.klerk.ru/job/news/319293/>
7. Окружная электронная газета. Об итогах и планах социально-экономического развития округа. URL: <http://www.zelao.ru/3/23360/>
8. Перспективный план развития ОЭЗ «Зеленоград» (особой экономической зоны технико-внедренческого типа на территории г. Москвы). 2011. 32 с.
9. Российская газета. Через три года средняя заработная в Москве достигнет 70 000 руб. URL: <http://www.rg.ru/2013/09/11/zarplata-site-anons.html>
10. *Ситнина В.* А зоны здесь тихие // Коммерсант. URL: <http://www.kommersant.ru/DOC-Y/2142997> 11.03.2013
11. Справка об итогах развития Зеленоградского административного округа города Москвы за 2014 год. URL: <http://www.zelao.ru/3/23360/>
12. Стратегия социально-экономического развития Москвы на период до 2025 года. URL: http://www.msses.ru/fgu/strategija_razvitiya_moskvy_do_2025_proekt_versija_09.08.2012.pdf
13. *Чекрышова И.И.* Механизм преодоления неравенства регионов в управлении социальной инфраструктурой // Способы преодоления социально-экономического неравенства российских регионов: сб. статей / Лаборатория прикладных экономических исследований имени Кейнса. М., 2014. С. 80–81.
14. Яндекс. Работа. 38 000 — средняя заработная плата в Зеленограде. URL: <http://rabota.yandex.ru/salary.xml?from=index&rid=216>
15. Яндекс. Работа. 45 000 — средняя заработная плата в Москве. URL: <http://rabota.yandex.ru/salary.xml?rid=213>

Literatura

1. Dostoprimechatel'nosti Zelenograda. Problema ne uexat', a doexat'. URL: <http://www.zlngrd.ru/clauses/31998.html>
2. *Evdokimova Yu.V.* Problemy' ustojchivogo razvitiya sub'ektov RF i vozmozhny'e puti ix resheniya // E'konomika i socium. 2013. № 3 (8). S. 247–250.
3. Zelenogradskaya birzha truda. Statistika zarplat v Zelenograde. URL: <http://zelrabota.ru/stat>
4. Indikatory' ry'nka nedvizhimosti. Administrativny'e okruga Moskvy' kak obraz zhizni: Zelenograd. URL: <http://www.irm.ru/articles/27562.html>
5. *Karbanova O.V.* Problemy' formirovaniya chelovecheskogo kapitala v stolichnom megapolise // Regional'naya e'konomika: teoriya i praktika. 2011. № 46. S. 37–42.
6. Klerk.ru. Srednyaya zarabotnaya plata v Moskve v 2014 g. vy'rosla na 11,2 %. URL: <http://www.klerk.ru/job/news/319293/>
7. Okruzhnaya e'lektronnaya gazeta. Ob itogax i planax social'no-e'konomicheskogo razvitiya okruga. URL: <http://www.zelao.ru/3/23360/>

8. Perspektivny'j plan razvitiya OE'Z «Zelenograd» (osoboj e'konomicheskoj zony' tekhniko-vnedrencheskogo tipa na territorii g. Moskvy'). 2011. 32 s.
9. Rossijskaya gazeta. Cherez tri goda srednyaya zarabotnaya v Moskve dostignet 70 000 rub. URL: <http://www.rg.ru/2013/09/11/zarplata-site-anons.html>
10. *Sitnina V. A zony' zdes' tixie* // Kommersant. URL: <http://www.kommersant.ru/DOC-Y/2142997> 11.03.2013
11. Spravka ob itogax razvitiya Zelenogradskogo administrativnogo okruga goroda Moskvy' za 2014 god. URL: <http://www.zelao.ru/3/23360/>
12. Strategiya social'no-e'konomicheskogo razvitiya Moskvy' na period do 2025 goda. URL: http://www.msses.ru/fgu/strategija_razvitija_moskvy_do_2025_proekt_versija_09.08.2012.pdf
13. *Chekryshova I.I. Mexanizm preodoleniya neravenstva regionov v upravlenii social'noj infrastrukturoj // Sposoby' preodoleniya social'no-e'konomicheskogo neravenstva rossijskix regionov: sb. statej / Laboratoriya prikladny'x e'konomicheskix issledovanij imeni Kejnса. M., 2014. S. 80–81.*
14. Yandeks. Rabota. 38 000 — srednyaya zarabotnaya plata v Zelenograde. URL: <http://rabota.yandex.ru/salary.xml?from=index&rid=216>
15. Yandeks. Rabota. 45 000 — srednyaya zarabotnaya plata v Moskve. URL: <http://rabota.yandex.ru/salary.xml?rid=213>

*O.V. Karabanova,
I.I. Chekryshova*

Problems of Development of Zelenograd Administrative District in the Context of Strategy of Development of Moscow till 2025

Results of research of the reasons of low level of territorial development of Zelenograd administrative district of the city of Moscow in the context of strategy of development of Moscow till 2025 are presented in article. The authors also suggested ways of solution of the revealed problems.

Keywords: redevelopment; special economic zones; industrial zones; Zelenograd administrative district; workplaces.

О.В. Шинкарёва

**Роль налога на доходы физических лиц
и взносов на обязательное социальное
страхование в консолидированном бюджете
Российской Федерации и государственных
внебюджетных фондах**

Статья посвящена анализу роли налога на доходы физических лиц и страховых взносов в консолидированном бюджете Российской Федерации и государственных внебюджетных фондах. Проанализирован размер (скорректированный на инфляционную составляющую) и удельный вес данных источников дохода бюджета, их изменение на протяжении 2006–2015 гг.

Ключевые слова: налог на доходы физических лиц; страховые взносы; консолидированный бюджет; государственные внебюджетные фонды; доходы; налоги; Российская Федерация.

Налоговый кодекс РФ причисляет налог на доходы физических лиц (далее — НДФЛ, налог на доходы) к федеральным налогам, определяемым в размере процента от полученного дохода налогоплательщика-физического лица в денежной либо натуральной форме, а также форме выгоды за вычетом в отдельных случаях расходов, подтвержденных в документальном порядке. Плательщиками означенного налога являются лица-налоговые резиденты РФ, а также лица, не являющиеся налоговыми резидентами, но при этом имеющие доходы, полученные на территории России [1: ст. 207]. К объекту налогообложения причисляется доход, который был получен:

- лицами, относящимися к налоговым резидентам РФ по данному налогу — от любых источников (то есть полученных как внутри нашей страны, так и за рубежом);
- лицами — не налоговыми резидентами по вышеуказанному налогу от российских источников [1: ст. 209].

В зависимости от видов доходов и отнесения налогоплательщика к резиденту либо нерезиденту применяются различные налоговые ставки (13 %, 15 %, 20 %, 30 %).

35 %, 9 %, 15 %, 30 %). При использовании ставки налога на доходы в размере 13 % налогоплательщик — физическое лицо может применить налоговые вычеты (которые бывают различных типов — стандартные, имущественные, социальные, инвестиционные, а также профессиональные) в целях уменьшения налоговой базы [1: ст. 210; 218–221].

Страховые взносы относят к источникам денежных поступлений внебюджетных фондов, являющихся основой такой важной сферы, как обязательное социальное страхование. Средства на вышеупомянутые цели аккумулируются в Фонде социального страхования (ФСС), Фонде обязательного медицинского страхования (ФОМС) и Пенсионном фонде Российской Федерации (ПФР). До 2010 г. вместо страховых взносов данную роль играл Единый социальный налог (ЕСН) [1: гл. 24], который после этой даты был замещен страховыми взносами [2].

Анализируя особенности исчисления налога на доходы, следует подчеркнуть, что применяемая к большинству доходов резидентов ставка в размере 13 % является одной из наименьших мировых ставок по данному налогу. При всем этом налог на доходы играет важнейшую роль в наполнении консолидированного бюджета нашей страны. Роль же взносов на обязательное социальное страхование (ОСС) трудно переоценить — они являются источниками формирования доходов внебюджетных фондов. Учитывая вышесказанное, цель статьи — проанализировать доходы, получаемые от поступления страховых взносов, и налога на доходы на протяжении последних 10 лет.

Основной источник анализа — данные Минфина РФ, касающиеся доходной части консолидированного бюджета РФ и государственных внебюджетных фондов [10]. Начальный год, за который Министерство финансов впервые представило данные сведения, — 2006, поэтому он будет представлен базой для сравнения. Данные, касающиеся доходной части консолидированного бюджета РФ и государственных внебюджетных фондов, раскрыты в таблице 1.

Таблица 1

Краткая информация об исполнении консолидированного бюджета РФ и государственных внебюджетных фондов по доходам (млрд руб.) [10]

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Нефтегазовые доходы	2 944	2 897	4 389	2 984	3 831	5 642	6 453	6 534	7 434	5 863
Ненефтегазовые доходы, в том числе	7 682	10 471	11 780	10 616	12 201	15 214	16 982	17 909	19 332	20 612
НДС	1 511	2 262	2 132	2 050	2 498	3 250	3 546	3 539	3 932	4 234
Акцизы	271	314	350	347	471	651	837	1 016	1 072	1 068
Налог на прибыль	1 671	2 172	2 513	1 265	1 775	2 271	2 356	2 072	2 375	2 599
НДФЛ	930	1 267	1 666	1 666	1 791	1 996	2 262	2 499	2 703	2 808
Ввозные пошлины	342	488	626	467	588	693	733	684	653	565
Взносы на ОСС	1 441	1 981	2 279	2 301	2 477	3 528	4 104	4 694	5 036	5 658
Прочие	1 517	1 988	2 213	2 520	2 602	2 825	3 145	3 405	3 562	3 680
Итого:	10 626	13 368	16 169	13 600	16 032	20 855	23 435	24 443	26 766	26 475

Наглядно видно, что абсолютные показатели собираемости налога на доходы и страховых взносов постоянно растут:

- налог на доходы — 930 млрд руб. за 2006 г. и 2 808 млрд руб. за 2015 г. (3-кратное повышение);
- взносы на ОСС — 1 441 млрд руб. за 2006 г. и 5 658 млрд руб. за 2015 г. (почти 4-кратное повышение);

Наглядно видно, что абсолютные показатели собираемости НДФЛ и страховых взносов постоянно растут:

- налог на доходы — 930 млрд руб. за 2006 г. и 2 808 млрд руб. за 2015 г. (3-кратное повышение);
- взносы на ОСС — 1 441 млрд руб. за 2006 г. и 5 658 млрд руб. за 2015 г. (почти 4-кратное повышение).

В 2006 г. совокупный вклад рассматриваемых показателей в консолидированный бюджет составлял 2 372 млрд руб., а в 2015 г. он достиг цифры в 8 466 млрд руб. Таким образом, следует отметить рост поступлений более чем в 3,5 раза.

Также нельзя обойти вниманием тот факт, что темп роста данных налогов — один из самых высоких: так, за такой же период рост поступлений от налога на добавленную стоимость (НДС) составил 2,8 раза, налога на прибыль — 1,6 раза, ввозные пошлины — 1,7. Сопоставимый темп роста показывают только акцизы — 3,9 раза. Также следует отметить, что темпы роста НДФЛ и страховых взносов значительно опережают рост нефтяных доходов за этот же период.

Желательно проанализировать не только номинальные показатели собираемости, но и учесть инфляционную составляющую — для этого рассмотрим индекс потребительских цен, рассчитываемый Федеральной службой государственной статистики, который приведен в таблице 2.

Таблица 2

Индекс потребительских цен за 2006–2015 гг., в % к предыдущему году¹

Период	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Индекс потребительских цен	111,9	113,3	108,8	108,8	106,1	106,6	106,5	111,4	112,9

Учитывая данные, приведенные в таблице 2, можно скорректировать на инфляционную составляющую размер поступлений от налога на доходы и страховых взносов: соответствующие данные показаны в таблице 3, базовый год — 2006.

Если учитывать инфляционную составляющую и покупательную способность денег, то можно увидеть, что рост данных показателей ниже:

- НДФЛ — с 930 млрд руб. в 2006 г. до 1 235 млрд руб. в 2015 г. (рост в 1,3 раза);

¹ Рассчитано автором на основании данных Федеральной службы государственной статистики [7–9].

Таблица 3

**Поступления в консолидированный бюджет РФ
и государственные внебюджетные фонды НДФЛ и взносов на обязательное
социальное страхование с учетом инфляционной составляющей (млрд руб.)**

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
НДФЛ	930	1 132	1 314	1 208	1 193	1 253	1 332	1 382	1 342	1 235
Взносы на ОСС	1 441	1 770	1 798	1 668	1 651	2 216	2 418	2 597	2 501	2 489
Итого:	2 372	2 902	3 112	2 875	2 844	3 469	3 750	3 979	3 843	3 724

- страховые взносы — с 1 441 млрд руб. в 2006 г. до 2 489 млрд руб. в 2015 г. (рост в 1,7 раза);
- совокупно — с 2 372 млрд руб. в 2006 г. до 3 724 млрд руб. в 2015 г. (рост в 1,6 раза).

Для наглядности рассмотрим данные показатели на графике (см. рис. 1).

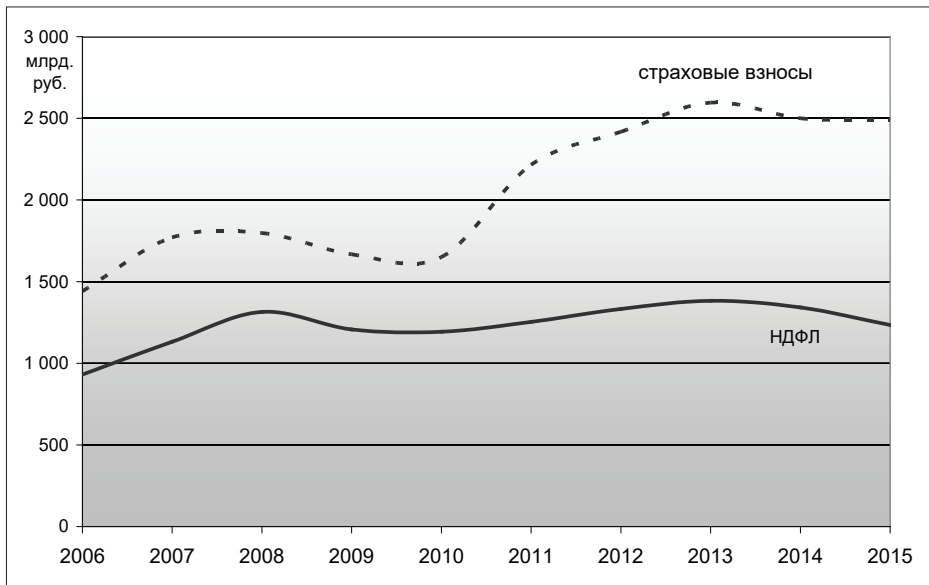


Рис. 1. Поступление в консолидированный бюджет РФ и государственные внебюджетные фонды НДФЛ и взносов на обязательное социальное страхование с учетом инфляционной составляющей

На основании вышеприведенного графика наглядно видно снижение реального поступления анализируемых источников дохода бюджета после кризиса 2008 г. Также следует отметить, что колебания поступлений НДФЛ и взносов на обязательное социальное страхование до 2010 г. были параллельными, а после — различными: изменения поступления НДФЛ характеризуются плавным ростом и последующим снижением после кризиса 2014 г., в то время как по страховым взносам произошел значительный рост, связанный с реформированием данного платежа (вместо Единого социального налога (ЕСН) с начала 2010 г. были

введены страховые взносы) и повышением ставок взносов. Вместе с этим хочется отметить, что снижение поступления от взносов на ОСС в период 2014–2015 гг. было гораздо ниже, чем снижение поступления налога на доходы за аналогичный период.

Перейдем к рассмотрению удельного веса рассматриваемых показателей в консолидированном бюджете страны (см. табл. 4).

Таблица 4

Структура доходов консолидированного бюджета Российской Федерации и государственных внебюджетных фондов (%)

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Нефтегазовые доходы	27,7	21,7	27,1	21,9	23,9	27,1	27,5	26,7	27,8	22,1
Ненефтегазовые доходы, в том числе	72,3	78,3	72,9	78,1	76,1	72,9	72,5	73,3	72,2	77,9
НДС	14,2	16,9	13,2	15,1	15,6	15,6	15,1	14,5	14,7	16,0
Акцизы	2,5	2,4	2,2	2,6	2,9	3,1	3,6	4,2	4,0	4,0
Налог на прибыль	15,7	16,2	15,5	9,3	11,1	10,9	10,1	8,5	8,9	9,8
НДФЛ	8,8	9,5	10,3	12,2	11,2	9,6	9,7	10,2	10,1	10,6
Ввозные пошлины	3,2	3,7	3,9	3,4	3,7	3,3	3,1	2,8	2,4	2,1
Взносы на ОСС	13,6	14,8	14,1	16,9	15,5	16,9	17,5	19,2	18,8	21,4
Прочие	14,3	14,9	13,7	18,5	16,2	13,5	13,4	13,9	13,3	13,9
Итого:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Как видно из табл. 4, доля налога на доходы за исследуемый период колеблется около отметки в 10 %. Удельный вес страховых взносов выше и растет с течением времени: от 13,6 % в 2006 г. до 21,4 % в 2015 г. Хочется подчеркнуть, что взносы на ОСС по состоянию на 2015 г. занимают наибольший удельный вес среди ненефтегазовых источников поступления средств консолидированного бюджета РФ и государственных внебюджетных фондов, а совокупный вклад НДФЛ и страховых взносов превышает долю нефтегазовых доходов. Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящее время рассматриваемые платежи играют значительную роль в наполнении бюджета страны — их совокупный вклад составляет более 30 % консолидированного бюджета РФ и государственных внебюджетных фондов.

Теперь обратимся к анализу доли исследуемых показателей в ненефтегазовых доходах страны. Изменение удельного веса НДФЛ и взносов на ОСС в ненефтегазовых доходах представлено на рисунке 2.

На данном графике наглядно видны следующие тенденции:

1. Доля налога на доходы в ненефтегазовых доходах страны незначительно колеблется в пределах 12–16 %: минимальный удельный вес наблюдался в 2006–2007 гг. (12,1 %), максимальный — в 2009 г. (15,7 %).

2. Доля взносов на ОСС до 2008 г. примерно одинаковая (около 19 %), а с 2010 г. происходит ее постоянное увеличение: с 20,3 % в 2010 г. до 27,5 % в 2015 г.

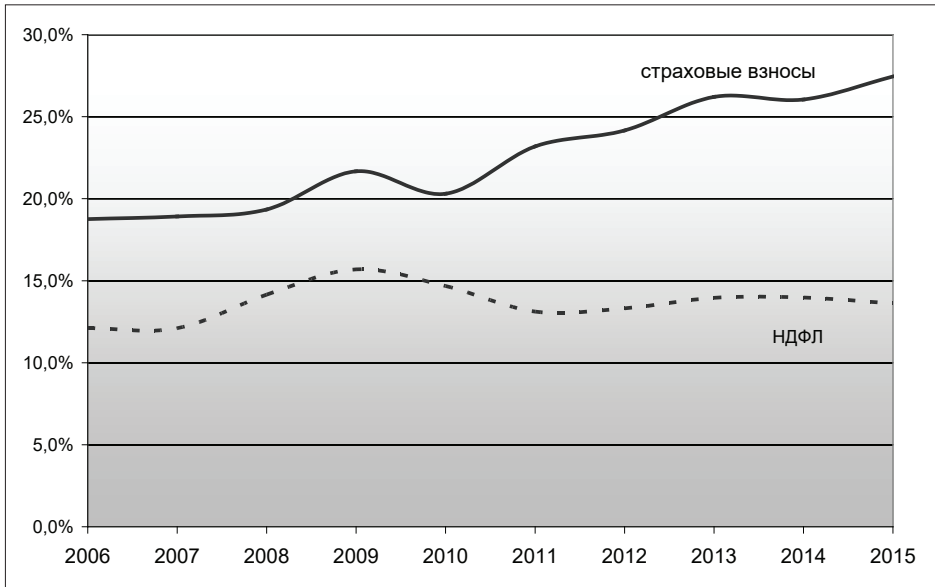


Рис. 2. Удельный вес НДФЛ и страховых взносов в нефтегазовых доходах страны за 2006–2015 гг.

3. Совокупная доля исследуемых источников повысилась и достигла 41,1 % в нефтегазовых доходах консолидированного бюджета и государственных внебюджетных фондов по состоянию на 2015 г.

Подводя итоги, можно отметить, что налог на доходы на протяжении 2006–2015 гг. занимал неизменную долю в структуре доходов консолидированного бюджета РФ и государственных внебюджетных фондов (около 10 %), в то время как роль страховых взносов как источника доходов бюджета постоянно возрастает и в 2015 г. их удельный вес превысил 20 % от суммы всех источников. Таким образом, в настоящее время рассматриваемые платежи играют важное значение в наполнении бюджета нашей страны.

Литература

1. Часть вторая Налогового кодекса Российской Федерации от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ.
2. О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования. Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ.
3. Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Федеральный закон от 24.07.1998 № 125-ФЗ.
4. Евдокимова Ю.В. Анализ налоговой системы и налоговой политики РФ // Экономика и предпринимательство. 2015. № 2. С. 296–299.
5. Майорова А.Н. Оценка влияния имущественного налогообложения на финансовый механизм // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 3 (41). С. 82–86.

6. Нуримухаметов Р.М., Шакирова А.Г. Налог на доходы физических лиц: роль в бюджете и перспективы развития. // Сегодня и завтра российской экономики. 2012. № 51. С. 59–65.
7. Россия в цифрах. 2010: крат. стат. сб. / Росстат. М., 2010. 558 с.
8. Россия в цифрах. 2015: крат. стат. сб. / Росстат. М., 2015. 543 с.
9. Данные Росстата. URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/1.htm (дата обращения: 01.02.2016).
10. Краткая информация об исполнении консолидированного бюджета Российской Федерации и государственных внебюджетных фондов. URL: <http://www.minfin.ru/ru/statistics/conbud/index.php> (дата обращения: 01.02.2016).

Literatura

1. Chast' vtoraya Nalogovogo kodeksa Rossijskoj Federacii ot 5 avgusta 2000 g. № 117-FZ.
2. O straxovy'x vzosax v Pensionny'j fond Rossijskoj Federacii, Fond social'nogo straxovaniya Rossijskoj Federacii, Federal'nyj fond obyazatel'nogo medicinskogo straxovaniya. Federal'nyj zakon ot 24.07.2009 № 212-FZ.
3. Ob obyazatel'nom social'nom straxovanii ot neschastny'x sluchaev na proizvodstve i professional'ny'x zabolevanij. Federal'nyj zakon ot 24.07.1998 № 125-FZ.
4. *Evdokimova Yu.V.* Analiz nalogovoj sistemy' i nalogovoj politiki RF // *E'konomika i predprinimatel'stvo*. 2015. № 2. S. 296–299.
5. *Majorova A.N.* Ocenka vliyaniya imushhestvennogo nalogooblozheniya na finansovy'j mexanizm // *Servis v Rossii i za rubezhom*. 2013. № 3 (41). S. 82–86.
6. *Nurimuxametov R.M., Shakirova A.G.* Налог на доходы' физических лиц: роль в бюджете и перспективы' развития // *Segodnya i zavtra rossijskoj e'konomiki*. 2012. № 51. S. 59–65.
7. *Rossiya v cifrax*. 2010: krat. stat. sb. / Rosstat. M., 2010. 558 s.
8. *Rossiya v cifrax*. 2015: krat. stat. sb. / Rosstat. M., 2015. 543 s.
9. *Danny'e Rosstata*. URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/1.htm (data obrashheniya: 01.02.2016).
10. *Kratkaya informaciya ob ispolnenii konsolidirovannogo byudzheta Rossijskoj Federacii i gosudarstvenny'x vnebyudzhety'x fondov*. URL: <http://www.minfin.ru/ru/statistics/conbud/index.php> (data obrashheniya: 01.02.2016).

O.V. Shinkareva

Role of the Tax on Personal Income Tax and Contributions for Compulsory Social Insurance in the Consolidated Budget of the Russian Federation and State Non-budgetary Funds

This article is devoted to the analysis of a role of the tax on personal income tax and insurance premiums in the consolidated budget of the Russian Federation and the state non-budgetary funds. The size (corrected on an inflationary component) and specific weight of these sources of the budget income, their change for 2006-2015 is analysed.

Keywords: tax on personal income tax; insurance premiums; consolidated budget; state non-budgetary funds; revenues; taxes; the Russian Federation.

**В.И. Дерен,
А.А. Кожурова**

**Человек, рабочая сила,
трудовые ресурсы и человеческий фактор
в смешанной экономике**

Результаты анализа показывают наличие разных теорий и подходов к содержанию исследуемых категорий и форм их проявления. Вывод заключается в необходимости более глубокого и объективного уяснения содержания, места и роли человека и связанных с ним экономических категорий в экономической системе, без чего невозможно познание экономических отношений в целом.

Ключевые слова: человек; тип человека; труд; трудящиеся; трудовые ресурсы; рабочая сила; человеческий фактор.

Полный и всесторонний анализ экономических и общественных отношений невозможен без уяснения сущности, места и роли человека, его рабочей силы и труда в экономике, без познания природы самого человека.

Человек, как известно, существо биосоциальное: с одной стороны, он является частью живой природы, с другой — частью общества людей (см. рис. 1). В конечном счете и в природе, и в обществе все исходит от человека и всё сводится к нему. Поэтому уяснение сущности человека не может ограничиваться анализом лишь homo economicus.

Являясь органической частью живой природы, человек физически развивается в ней и вместе с ней. Но человек — активная часть природы. Используя ее ресурсы и созданные своим трудом средства производства, человек воздействует на природу, покоряет и преобразует ее в своих интересах, создает блага, необходимые для своей жизнедеятельности. При этом человек одновременно может улучшать окружающую его природную среду или, к сожалению, наносить ей вред.

Вступая во взаимодействие с природой, человек оказывается одновременно элементом производительных сил (экономических ресурсов), главной производительной силой общества, трудящимся, личным и общественным фактором производственной деятельности.



Рис. 1. Человек – природа – общество

Социальная сторона биосоциальности человека проявляется в его связях с другими людьми — в системе общественных отношений, которая включает в себя в форме подсистем экономические, политические, социальные, национальные, правовые и другие отношения. При этом человек выступает носителем, субъектом, а часто и объектом всей этой системы отношений.

Поэтому без четкого и всестороннего анализа системы общественных отношений и ее составляющих невозможно до конца уяснить сущность, особенности и роль человека в экономической жизни. В то же время без глубокого анализа человека как субъекта общественных отношений нельзя до конца понять ни саму эту систему, ни ее элементы.

Как широко известно, в системе общественных отношений определяющими являются экономические отношения, основой которых выступает совместная трудовая деятельность людей в целях производства благ и удовлетворения их потребностей, поэтому без них человек существовать, действовать, а тем более развиваться не может. Именно поэтому предметом экономической теории являются экономические отношения. В свою очередь, экономическая теория — это единственная наука, призванная всесторонне, глубоко и объективно исследовать систему экономических отношений.

Экономические отношения проявляются на разных уровнях и в разнообразных формах: между личностью и группой людей; между группами людей; между отдельными людьми или их группами, с одной стороны, и обществом — с другой; между самими работодателями; между работниками и работодателями; между трудящимися, совместно работающими на чужих предприятиях; между работниками, в равной степени владеющими и использующими экономические ресурсы и результаты своего труда.

Все эти и другие отношения далеко не равнозначны, часто различаются коренным образом и определяют конкретное место каждого человека в системе экономических отношений, а через них и во всей системе общественных отношений.

Объясняется это тем, что положение человека как основной производительной силы общества и как субъекта общественных отношений так же, как и сами эти отношения, всегда определяется формами собственности на экономические ресурсы, включая средства производства и самого работника.

Экономическая история и хозяйственная практика показывают, что в разные исторические периоды, определяемые конкретной формой собственности, экономические отношения диктуют конкретный тип хозяйствования, который, в свою очередь, предъявляет к человеку специфические требования, превращая его в особый, соответствующий данной форме хозяйствования социально-экономический тип человека. Если при этом использовать формационный подход к анализу экономических явлений и процессов, легко проследить, что в разные эпохи человек может быть рабовладельцем или рабом, помещиком или крепостным крестьянином, капиталистом или наемным работником, работодателем или его работником, работником и собственником экономических ресурсов в одном лице.

Каждый раз конкретный социально-экономический тип человека определяется его местом в системе экономических отношений данного общества, принадлежностью к конкретной, присущей соответствующей форме хозяйства социальной группе, классу, страте и т. п. Это же предопределяет собственные человеку разнообразные интересы, мотивационные механизмы его поведения и деятельности. Например, феодальный тип землепользования требовал от работника — крепостного крестьянина — создания добавленной стоимости, часть которой выступала в форме отработочной, продуктовой или денежной феодальной ренты, а современный, сложившийся в мировой экономике смешанный капиталистический тип землепользования предполагает реализацию части добавленной наемным сельскохозяйственным работником стоимости в форме денежной капиталистической ренты. При этом крепостной крестьянин как социально-экономический тип человека феодального общества «перерождается» в наемного сельскохозяйственного работника как социально-экономический тип человека смешанного капиталистического общества. А феодал «перерождается» в капиталиста, которого в современных условиях принято называть «работодателем».

Современному капиталистическому обществу, в отличие от феодального или рабовладельческого, присущ особый социально-экономический тип человека, характеризующийся прежде всего юридической свободой личности. В настоящее время наемный работник и его работодатель встречаются на появившемся рынке рабочей силы как юридически свободные индивиды, но первый из них владеет лишь своей рабочей силой (лишен он и средств производства, и средств к существованию), а второй — капиталом.

Таким образом, конкретные, преобладающие в данный момент отношения собственности на средства производства диктуют и конкретный социально-экономический тип человека, и конкретный тип хозяйствования, и конкретную форму экономических и общественных отношений.

Человек, напомним, может выступать одновременно и субъектом, и объектом экономических и общественных отношений. В одном случае человек (раб или крепостной крестьянин) является, прежде всего, объектом, в другом случае (работник коллективного хозяйства) — преимущественно субъектом. Наемный работник выступает одновременно и субъектом, и объектом этих отношений. В политических решениях человек также чаще всего видится объектом общественных отношений. Крайне важно при этом определять грань, которая превышает степень одного над другим, чтобы не допустить превращения человека исключительно в объект экономических и общественных отношений.

Таким образом, человек, являясь активной частью и природы, и общества, не только активно воздействует на то и другое, но и сам постоянно подвергается влиянию природы, техники, технологий, других субъектов и общественных отношений. Все эти факторы могут воздействовать на человека согласованно и несогласованно, в одном или в разных направлениях, способствовать всестороннему развитию человека или угнетать его.

Человек, как и человечество в целом, не может существовать без производства благ. Непосредственное производство, напомним, это процесс воздействия человека на предметы труда и силы природы в целях их преобразования для удовлетворения своих потребностей. Пройдя через производство, распределение и обмен, продукт завершает свой путь в личном или производственном потреблении, без чего любое производство бессмысленно, да и невозможно, так как люди производят блага для потребления.

Потребление благ означает удовлетворение чрезмерно активно растущих потребностей самого человека, его развитие и совершенствование в любой форме общественного хозяйства. Поэтому человек одновременно выступает не только субъектом производственных отношений, главной производительной силой общества, но и основной целью производства.

Кроме конечной цели общественного производства (удовлетворение растущих потребностей всех и каждого), существует масса других целей. Например, наряду с конечной целью присутствует непосредственная цель

производства, присущая каждой данной форме общественного производства (хозяйствования). Она также вытекает из господствующих отношений собственности и может совпадать с конечной целью, а может вступать с нею в крайне резкие противоречия. В современной системе хозяйствования собственник средств производства видит свою и непосредственную, и основную цель в максимизации прибыли любой ценой и любыми способами. Иначе он не устоит в конкурентной борьбе. При этом естественная (конечная) цель производства становится второстепенной, что зачастую вызывает социальные противоречия и конфликты.

Человек в трудоспособном возрасте обладает рабочей силой — совокупностью физических, интеллектуальных и духовных способностей к труду. В связи с этим крайне важно различать понятия «рабочая сила» и «труд» — целесообразную деятельность человека, процесс функционирования рабочей силы (между тем в современных условиях между этими понятиями зачастую, на наш взгляд, ошибочно ставится знак равенства).

Вовлечение рабочей силы в производство требует минимум следующих условий: наличие доступных человеку — носителю рабочей силы средств производства (набора соответствующих экономических ресурсов), материальных и моральных стимулов, желания работника, отсутствие преград для соединения рабочей силы с другими элементами экономических ресурсов как факторов производства. Важным препятствием здесь все заметнее становится несоответствие уровня развития рабочей силы требованиям современного производства. В свою очередь, развитию рабочей силы способствуют следующие факторы [1: ч. 1, с. 71–72]:

- рост благосостояния людей, что создает возможности физического поддержания способностей человека к труду и содержания членов его семьи (будущих работников) — обеспечения пищей, одеждой, жилищем, а также предоставляет определенные возможности получения образования и т. п.;

- развитие системы образования, подготовки и переподготовки кадров, создание непрерывной системы образования населения;

- производственная практика работников, без которой невозможно получить требуемого современным производством специалиста;

- увеличение свободного времени, что создает возможности для полноценного отдыха, непрерывности образования, повышения квалификации работника и, в конечном счете, повышения качества рабочей силы и трудовых ресурсов в целом;

- гуманизация производства и труда: положительные преобразования в условиях, характере, содержании труда, в организации производства;

- ускорение НТР и всестороннее использование ее достижений.

НТР пронизывает все эти сферы и сама выступает мощным фактором количественного и качественного развития индивидуальной и совокупной рабочей силы. Под качественным развитием понимается рост качества рабочей силы

и ее носителя: рост образованности, квалификации, организованности работников, появление все новых и более сложных профессий с новыми функциями и т. п. Под количественным развитием имеется в виду увеличение в совокупном работнике количества и доли высокообразованных и высококвалифицированных работников.

Растущие требования к качеству рабочей силы являются условием развития любой формы общественного хозяйства. Эта зависимость в условиях НТР становится все заметнее и важнее, ибо степень и быстрота развития рабочей силы все активнее способствуют ускорению НТР и реализации ее достижений. Но в разных экономических системах эти процессы протекают по-разному, а влияющие на них факторы могут действовать в разных, в том числе и в противоположных направлениях: расширение в стране платности образования при падении доходов населения сдерживает и качественное, и количественное развитие рабочей силы. Поэтому процессы развития рабочей силы должны быть объектом экономической политики государства.

Использование факторов развития рабочей силы способствует всестороннему развитию личности. Но высокий уровень развития способностей человека еще не означает, что они в действии или реализуются в полную силу. Развитие рабочей силы всего лишь «наращивает» возможности человека, улучшает качественные характеристики человеческого фактора.

Труд человека может быть высокопроизводительным, но при этом бесполезным и даже вредным для общества (например, производство и распространение наркотических средств или вредных продуктов питания), если он не отвечает общественным потребностям. Все зависит от степени развития и практической реализации человеческого фактора.

Понятие «человеческий фактор» в экономической литературе трактуется по-разному, что затрудняет определение, а тем более использование условий его активизации в общественном производстве. Некоторые авторы отождествляют человеческий фактор с человеком, трудовыми ресурсами, субъектом экономических отношений, личным фактором производства, рабочей силой, психологическими и другими характерными чертами человека [6]. Но по своему содержанию все эти понятия существенно различаются и имеют свои особые характеристики. Вместе с тем методологически сущность человеческого фактора вытекает из анализа именно указанных понятий и категорий, из сущности самого человека, его способностей и возможностей, того главного, что сделало человека человеком.

Известно, что наличие способностей к труду еще не означает труд, а высокоэффективный труд не всегда полезен. Все зависит от целесообразности и степени активизации потенциальных возможностей человека. Именно в этом ключ к поиску сущности человеческого фактора. Отсюда можно сделать вывод, что человеческий фактор — это потенциальные (скрытые) возможности человека трудиться не только в своих личных, но и в общественных

интересах [1: с. 72–73]. Активизация этих возможностей и есть активизация человеческого фактора, что требует формирования в обществе соответствующих условий.

Условий активизации человеческого фактора множество, выделим следующие из них, которые, на наш взгляд, являются наиболее важными:

1) внутренние силы человека, которые включают потребности человеческого организма, — голод, страх голода или безработицы, чувство хозяина, стремление утвердить себя в обществе или получить вознаграждение, творческую самодеятельность, степень развития рабочей силы и ее носителя;

2) внешние для человека условия, в числе которых:

а) экономические условия — экономическая зависимость (отношения между людьми, которые базируются на законах рынка, например, купля-продажа рабочей силы); формы распределения благ (формы, рациональность и объективность распределения доходов, престижных видов труда в коллективе или в обществе и т. п.);

б) внеэкономические — личная зависимость людей, свойственная прошлым формам общественного хозяйства, хотя в отдельных случаях такая зависимость не исключается и в современных условиях; влияние политических институтов — юридических законов, указов, определяющих формы поведения людей; воспитание и образование личности, прежде всего нравственных качеств человека.

Этому условию развития человеческого фактора особое внимание уделил Президент России В.В. Путин в Послании Федеральному собранию на 2016 г. «Российскую школу, — подчеркнул В.В. Путин, — дополнительное и профессиональное образование, поддержку детского творчества нужно настроить на будущее страны, на запросы как людей, молодых людей в данном случае, так и на запросы экономики, имея в виду перспективы ее развития. Им, ребятам, предстоит решать еще более сложные задачи, и они должны быть готовы стать первыми, стать не только успешными в профессии, но и просто порядочными людьми с прочной духовной и нравственной опорой» [3].

Внутренние и внешние условия активизации человеческого фактора взаимосвязаны и взаимообусловлены. В их основе всегда находятся собственность, производство и экономические отношения. Поэтому для активизации человеческого фактора необходимо целенаправленное и всестороннее совершенствование всей системы экономических отношений, но прежде всего отношений, связанных с собственностью на основные экономические ресурсы и непосредственным производством благ.

Резервы активизации человеческого фактора определяются уровнем развития рабочей силы. Факторы ее развития увеличивают и потенциальные возможности человека, и резервы их активизации. Поэтому все формы и методы развития и совершенствования рабочей силы одновременно являются и условиями активизации человеческого фактора.

В условиях ускорения НТР, возрастания масштабов обобществления собственности и производства, его монополизации в развитии и активизации человеческого фактора значительно возрастает роль государства.

История и хозяйственная практика показывают, что индивидуального работника, индивидуальную рабочую силу, индивидуальный труд все заметнее оттесняют такие категории, как совокупный работник, совокупная рабочая сила, совокупный общественный труд.

Совокупный работник (совокупный рабочий) — это комбинированный состав работников (трудовые ресурсы, рабочий персонал), представители которого непосредственно или косвенно участвуют в создании благ, по преимуществу товаров. В этом своем качестве совокупный работник прошел ряд сложных стадий своего развития.

На первой стадии (в натуральном хозяйстве) работник выступал в форме единичного работника, экономические связи между такими работниками отсутствовали или были неустойчивыми. Формирование совокупного работника обусловлено развитием общественного характера производства, углублением разделения и кооперации труда. Но основой этого процесса стал НТП, усиливающий процессы интеграции совокупного работника на всех уровнях — на уровне фирм, регионов, национального и мирового хозяйства. В последнее время под влиянием НТР, обобществления собственности, других факторов происходят следующие качественные и количественные изменения в рабочей силе, ее носителях и в совокупном работнике [1: ч. 1, с. 74]:

- в совокупной рабочей силе резко (до 90 %) возросла доля лиц наемного труда. Особенно активно эта тенденция проявляется в наиболее развитых странах. Например, в США с 1880 г. эта доля выросла с 30 до 90 % [2: с. 85–91], что, кстати, не дает основания называть США, как и другие экономически развитые страны странами мелких предпринимателей, что часто бытует в средствах массовой информации, а то и в некоторых научных трудах;

- в социалистических странах, где все экономические ресурсы обобществлены в рамках национальной экономики, рабочая сила утратила форму товара, так как исчезли для этого причины;

- сокращается доля работников, занятых в материальной сфере, и соответственно увеличивается в сфере услуг, где в настоящее время в развитых странах в среднем занято более 60 % самодеятельного населения;

- растет удельный вес работников умственного труда и лиц с высшим образованием. В составе работников массовых профессий увеличивается количество и удельный вес высоко- и среднеквалифицированных работников, но одновременно в отдельные периоды растет количество занятых ручным трудом по ремонту, наладке растущего количества сложной техники — роботов, компьютеров;

- в материальном производстве сокращается численность и удельный вес работников промышленности и особенно сельского хозяйства. В настоящее время в сельском хозяйстве в развитых странах занято 10–15 %, в США — 3–4 %, а в Российской Федерации — 9,4 % от всех работающих [5: с. 106];

- в развитых и социалистических странах активно растет удельный вес специалистов в области НТР — в НИОКР, науке, духовной сфере;
- в совокупном работнике растет численность и доля работников разных уровней управления (в США здесь занято более 20 % работающих);
- модифицируются источники рынка рабочей силы; кроме традиционных источников (естественный прирост населения, крестьянство) усиливается доля таких источников, как мигранты, женщины, дети, лица «свободных профессий» — ученые, актеры, художники, журналисты все чаще становятся наемными работниками, что подвергает сомнению «полную свободу творчества».

Кроме того, сегодня понятие «рабочий класс» все чаще заменяется понятием «трудящиеся», в составе которых можно выделить две основные социальные группы (страты):

- 1) работники технических видов труда, в числе которых:
 - а) производители вещественного, наукоемкого продукта — ученые, высококвалифицированные рабочие, в деятельности которых преобладает умственный труд;
 - б) создатели невещественного, программного продукта, обеспечивающего развитие и функционирование производственных систем и социальной инфраструктуры (в развитых странах объем производства невещественного продукта уже превышает по стоимости объем производства вещественного продукта, а в деятельности создающих его работников в качестве ведущей производительной силы выступают наука, знания);
- 2) работники гуманитарных профессий — учителя, врачи и др.

Таким образом, человек, его рабочая сила, труд, человеческий фактор и другие экономические категории, связанные с человеком как личностью, находятся в постоянном развитии под влиянием развития экономических отношений, экономических систем, НТР и других факторов и одновременно активно воздействуют на все эти факторы, активизируя их развитие. Несмотря на то, что эти взаимосвязанные и взаимовоздействующие процессы являются объективными, человек как субъект и личность играет здесь определяющую роль. Понимание этого дает возможность утверждать, что все эти и другие процессы экономического и общественного развития крайне важно изучать, учитывать, поддерживать, совершенствовать и соответствующим образом рационально для общества направлять. В этом заключается важнейшая роль экономической политики государства.

Литература

1. *Дерен В.И.* Экономика: экономическая теория и экономическая политика: учебное пособие: в 2 ч. / Смол. гос. ун-т. Ч. 1. 5-е изд., перераб. и доп. Смоленск: Изд-во СмолГУ, 2015.
2. *Карабанова О.В.* Проблемы формирования человеческого капитала в столичном мегаполисе // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 46. С. 37–42.

3. Макконнелл К.Р. Экономика: принципы, проблемы и политика: пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2004.
4. Послание Президента России Федеральному собранию на 2016 год. URL: <http://importozamechenie.ru/poslanie-prezidenta-federalnomu-sobraniyu-polnyj-tekst/>
5. Савина М.В., Гнездова Ю.В. Креативный класс постиндустриального общества // Экономика и управление. 2008. № 1. С. 107–110.
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. URL: http://www.e-reading.by/chapter.php/100806/17/Smit_-_Issledovanie_o_prirode_i_prichinah_bogatstva_narodov.html.
7. Российский статистический ежегодник. 2014: стат. сб. / Госкомстат России. М., 2014.

Literatura

1. Deren V.I. Экономика: экономическая теория и экономическая политика: учебное пособие: в 2 ч. / Смол. гос. ун-т. Ч. 1. 5-е изд., перераб. и доп. Смоленск: Изд-во SmolGU, 2015.
2. Karabanova O.V. Problemy formirovaniya chelovecheskogo kapitala v stolichnom megapolise // Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika. 2011. № 46. S. 37–42.
3. Makkonnell K.R. Экономика: принципы, проблемы и политика: пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2004.
4. Послание Президента России Федеральному собранию на 2016 год. URL: <http://importozamechenie.ru/poslanie-prezidenta-federalnomu-sobraniyu-polnyj-tekst/>.
5. Savina M.V., Gnezdova Yu.V. Kreativnyj klass postindustrial'nogo obshchestva // Экономика и управление. 2008. № 1. S. 107–110.
6. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinax bogatstva narodov. URL: http://www.e-reading.by/chapter.php/100806/17/Smit_-_Issledovanie_o_prirode_i_prichinah_bogatstva_narodov.html.
7. Rossijskij statisticheskij ezhegodnik. 2014: stat. sb. / Goskomstat Rossii. M., 2014.

*V.I. Deren,
A.A. Kozurova*

Man, Labour Force, Labour Resources and the Human Factor in the Mixed Economy

The results of the analysis show the existence of different theories and approaches to the content of the studied categories and forms of their manifestation. Conclusion lies in the need for deeper and more objective understanding of the content, place and role of a human being and economic categories in the economic system, connected with him, which is indispensable to the knowledge of economic relations in general.

Keywords: man; type of person; labour; workers; labour resources; labour force; human factor.

О.М. Игрунова

Современные особенности развития рынка маркетинговых исследований в России

Статья посвящена изучению современных тенденций развития рынка услуг по организации и проведению маркетинговых исследований в России. При этом отдельное внимание уделяется особенностям функционирования российского рынка маркетинговых исследований в сравнении с рынком стран Запада.

Ключевые слова: консалтинговые услуги в сфере маркетинга; маркетинговые исследования; информационные услуги; рынок B2B; объем рынка маркетинговых исследований; опросы; «полевые» методики; геймификация.

В мировой практике развитых стран, по разным оценкам, существует около 9 тыс. коммерческих структур, предоставляющих услуги в области маркетинговых исследований [2]. При этом разовые затраты компаний на проведение исследования могут составлять более 700 тыс. долл. Например, по данным экспертов, в 2001 г. в США компании заплатили аналитическим фирмам в среднем более 500 тыс. долл. [11]. Общий годовой объем данного рынка оценивался специалистами примерно в 60 млрд долл. [17]. Основными заказчиками маркетинговых исследований за рубежом являются компании-производители товаров краткосрочного использования, представители средств массовой информации, производители фармацевтических товаров и средств гигиены. На их долю приходится около 70 % всех доходов консалтинговых компаний, специализирующихся на оказании услуг по маркетинговым исследованиям [22].

Средний и малый российский бизнес больше связан с торговлей и услугами, чем с производством товаров. При этом оборот средних российских торговых компаний редко допускает расходы на маркетинговую информацию.

Эксперты отмечают, что в области сбора фактических данных о рынке маркетинговые исследования в России больше приближены к детективным методам расследования, чем собственно к исследованиям. Данные официальной статистики ограничены: компании предоставляют информацию о своем финансовом состоянии неохотно, поэтому единственно надежным источником информации о рынке являются сведения, собранные непосредственно в ходе общения с частными лицами — покупателями, продавцами, экспертами.

Для иностранных потребителей маркетинговой информации также существует область неудовлетворенного спроса. Это — фактические, справочные данные о рынке. Кто сколько продает? Кто присутствует на рынке реально, а кто номинально? Достаточно часто невозможно получить оперативную и достоверную информацию о телефонных номерах и именах контактных лиц игроков рынка, не говоря уже о количестве персонала предприятия или иной информации. В открытых источниках ответы на эти и многие другие вопросы найти бывает крайне сложно, а чаще всего просто невозможно.

Современное состояние российского рынка услуг по организации и проведению маркетинговых исследований характеризуется следующими особенностями.

Наблюдается *неравномерность развития российского регионального рынка услуг по проведению маркетинговых исследований*. По количеству фирм лидируют такие города, как Москва, Санкт-Петербург и Новосибирск [2].

Организации, занимающиеся исследовательской деятельностью также неоднородны по своим характеристикам. Имеется несколько основных групп — игроков рынка. В качестве первой группы компаний, специализирующихся на проведении маркетинговых исследований можно выделить консалтинговые компании, которые наряду с консалтингом в области маркетинга, предлагают услуги по маркетинговым исследованиям. Доля таких компаний на отечественном рынке невелика, по данным агентства «Эксперт РА» — около 3 % от всего рынка консалтинговых услуг. В натуральном выражении доля компаний по проведению маркетинговых исследований в 2001 г. составила от 5 млн долл. до 50–60 млн долл. по различным оценкам [7], в 2005 г. — 114 млн долл. [14]. По данным опроса, проводимого Гильдией Маркетологов, объем рынка исследований (маркетинговых и социологических) в России в 2011 г. составил 315 млн долл. [16: с. 20] (см. рис. 1). Такие данные свидетельствуют о динамичном его развитии.

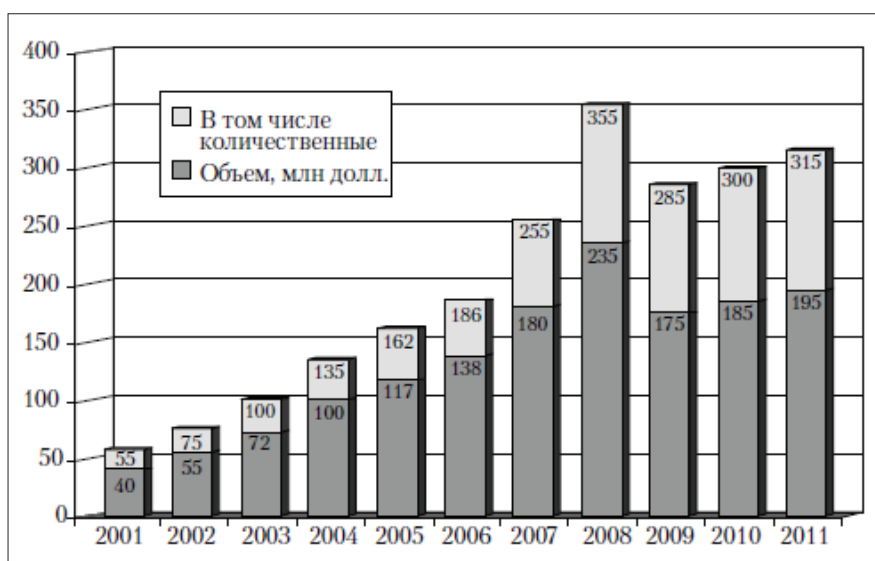


Рис. 1. Динамика оценки объема рынка маркетинговых и социологических исследований [10] (опрос Гильдии Маркетологов)

По данным одной из наиболее известных и уважаемых исследовательских ассоциаций в мире ESOMAR (Европейского общества исследователей рынка и общественного мнения), самые быстрорастущие рынки маркетинговых исследований по данным на 2005–2006 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1

Самые быстрорастущие рынки маркетинговых исследований [14]

Место	Страна	Ожидаемый рост в 2006 году (%)	Оборот рынка в 2005 году (\$, млн)
1	Турция	22	81
2–3	Россия	20	144
2–3	Украина	20	25
4–7	Аргентина	15	68
4–7	Мексика	15	332
4–7	Перу	15	23
4–7	Венесуэла	15	55
8	Кения	14	8
9	Индонезия	13	27

Определить точно количество компаний, функционирующих на отечественном рынке маркетинговых исследований, практически невозможно. По данным Гильдии Маркетологов, рейтинг исследовательских компаний России составляют 25 компаний [13]. По данным Европейского общества исследователей рынка и общественного мнения ESOMAR от Российской Федерации, представлено 26 исследовательских организаций (на начало 2016 г.) [28]. А по данным опроса, проводимого Гильдией Маркетологов, количество исследовательских компаний составляет 200 фирм [16: с. 20].

На сегодняшний день количество рекламных объявлений в поисковой системе «Яндекс» по запросу «Маркетинговые исследования» — 25. Рейтинг сайтов-лидеров по посещению на основании статистики Openstat [23] включает в себя 42 компании, предлагающих консалтинговые услуги в области исследований.

В качестве второй группы компаний можно выделить компании, предоставляющие информационные услуги. К таким организациям относятся фирмы, предлагающие услуги по созданию, продаже или сдаче в аренду баз данных, различных справочников или списков. Другими словами, это структурированные информационные ресурсы высокой готовности. По данным экспертов, в России насчитывается около 300–400 таких компаний, активно действующих на рынке [2].

Третью группу компаний составляют так называемые независимые аналитические центры, например, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), который проводит регулярные массовые опросы и занимается маркетинговыми, социологическими и политическими исследованиями. Изначально ВЦИОМ осуществлял исследования общественного мнения по политическим, экономическим, социальным и культурным вопросам.

Начиная с 1993 г. в состав его исследований стали входить проекты по исследованию рынков товаров, рекламы, стали делаться замеры аудитории средств массовой информации и т. д.

Четвертую группу составляют крупные и значимые игроки рынка, которые осуществляют исследовательскую деятельность «в тени» (так называемые гиганты в тени) [2]. Эксперты в данную группу относят некоторые государственные структуры, например, Федеральную службу государственной статистики [25], которая издает сборники ценной информации по основным экономическим и социальным показателям. На основании статистических данных Росстата можно проводить маркетинговые исследования стратегического характера.

Пятая группа состоит из более мелких компаний и частных консультантов, посчитать общее количество которых не представляется возможным.

Кроме того, границы отрасли маркетинговых исследований расширяются. В настоящее время, по мнению аналитиков, еще одной группой игроков рынка маркетинговых исследований являются компании, производящие продукты: Web Analytics, Web Scraping, Social Media Monitoring, и которые являются серьезными конкурентами в области сбора и анализа информации [15].

Российский рынок маркетинговых исследований характеризуется ростом численности занятых в данной сфере. По данным опроса, проводимого Гильдией маркетологов, динамика численности реально работающих на рынке исследовательских компаний представлена на рисунке 2.

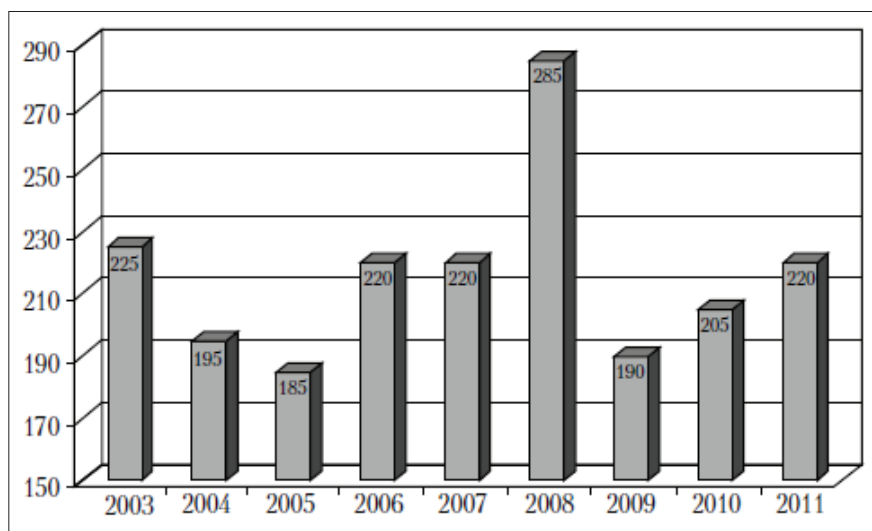


Рис. 2. Динамика изменения оценки числа исследовательских компаний, реально работающих на рынке [10]

Определить точное количество людей, полностью или частично занятых в сфере маркетинговых исследований практически невозможно. В открытых источниках представлены данные о средней штатной численности известных

исследовательских компаний — это 20–30 человек. При выполнении сложных проектов, требующих реализации особых работ, такие компании привлекают дополнительных специалистов или низкоквалифицированные трудовые ресурсы (например, студентов в качестве интервьюеров). Следует отметить, что оценка средней численности персонала российских исследовательских компаний соответствует общемировому уровню — 23 человека [27].

Для российского рынка маркетинговых исследований характерна сложность оценки реального состояния рынка консалтинговых услуг. В России отсутствует система лицензирования или сертификации исследовательской деятельности, что приводит к невозможности установления точного количества компаний, осуществляющих исследования. Кроме того, эксперты отмечают [2], что в отличие от крупных консалтинговых компаний, специализирующихся на проведении маркетинговых исследований и готовых афишировать результаты своей деятельности, небольшие организации не предоставляют или не хотят предоставлять такой информации. Следовательно, данные Европейского сообщества социальных и маркетинговых исследований (ESOMAR) и отечественных рейтинговых агентств не обладают достаточной полнотой.

Наблюдается низкая заинтересованность российских компаний в привлечении сторонних организаций для проведения маркетинговых исследований. По разным оценкам, от 30 до 80 % заказчиков маркетинговых исследований предпочитают проводить исследования собственными силами [1; 3]. Причины такого подхода могут быть разные. Одни считают, что экономят средства и деньги, другие — недовольны результатами работы внешних компаний, третьи — с позиции конфиденциальности просто не доверяют внешним консультантам.

Также данные аналитиков по данной проблеме свидетельствуют о том, что 87 % представителей «среднего» бизнеса проводили исследования собственными силами. При этом только 6 % опрошенных компаний привлекали внешнюю организацию и 7 % использовали смешанный вариант [1]. Кроме того, было установлено, что намерение заказывать подобные исследования в будущем обозначили только 17 % опрошенных компаний, у 73 % респондентов отсутствует заинтересованность и 10 % затруднились ответить. Следует отметить, что 60 % опрошенных отказались от возможности получать бесплатно информационные выдержки из уже проведенных маркетинговых исследований. Эксперты отмечают схожее отношение к аналитическим услугам внешних исследовательских организаций и за рубежом. Например, в США журналами CIO и Darwin был проведен опрос 200 респондентов. По результатам опроса большинство из них считали, что сотрудничество с консалтинговыми фирмами оказалось ошибкой [11]. В зарубежных странах затраты компаний на проведение маркетинговых исследований в среднем составляют 0,6 % от стоимости реализованной продукции [25]. Российские эксперты предполагают [2], что затраты российских компаний имеют примерно такой же размер.

Здесь можно привести данные сервиса wordstat.yandex.ru по количеству запросов по фразе «маркетинговые исследования заказать» в месяц, которые представлены в таблицах 2–3.

Таблица 2

Количество запросов по фразе «маркетинговые исследования заказать», в месяц

Количество запросов по фразе «заказать маркетинговые исследования»	Показов в месяц
Маркетинговое исследование	302
Маркетинговое исследование рынка	38
Заказать маркетинговое исследование цены	16
Маркетинговые исследования в Москве	13
Проведение маркетингового исследования	8

Таблица 3

Запросы, похожие на «заказать маркетинговые исследования», в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
Маркетинговые исследования цены	756
Стоимость маркетингового исследования	260
Маркетинговые исследования рынка	7709
Анализ рынка продаж	1204
Заказ маркетингового исследования	98
Заказать исследование рынка	113
Купить маркетинговое исследование	127
Программа маркетингового исследования	628
Проведение маркетинговых исследований	4419
Агентство маркетинговых исследований	476
Компании маркетинговых исследований	1536
Центр маркетинговых исследований	343
Маркетинговые исследования в Москве	294
Маркетинговые исследования потребителей	1402
Организация маркетинговых исследований	1790
Маркетинговые исследования спроса	792
Исследование рынка услуг	2589

Для сравнения, количество аналогичных запросов с использованием данного статистического сервиса, например, по рынку наружной рекламы — 47 тыс. в месяц, по рынку рекламных агентств — 90 тыс. запросов в месяц, по рынку компаний, занимающихся рекламной деятельностью, — 25 тыс. в месяц.

Некоторые эксперты [2] указывают, что средняя стоимость исследований одной зарубежной исследовательской компанией за год оценивается в 7–8 млн долл., а для российских организаций этот показатель не превышает 100–200 тыс. долл. Данный показатель напрямую зависит от экономической ситуации в стране и вряд ли в ближайшие годы существенно повысится.

Рынок маркетинговых исследований в России характеризуется неоднородностью заказчиков. В основном маркетинговые исследования проводятся по рынку продуктов питания — 50 % [2–4]. Также в состав лидеров по исследованиям входят рынок лекарственных средств и препаратов медицинского

назначения, включая средства парафармацевтики и средства личной гигиены. Особое внимание перечисленных рынков к проведению исследований вызвано высокой концентрацией производителей и посредников на них. Кроме того, лидерами по спросу на исследования являются различные финансовые институты (банки, страховые компании и т. д.) и средства массовой информации. Интерес финансовых организаций обусловлен стремлением расширить свое присутствие на рынке, а для этого необходима оценка востребованности предоставляемых ими продуктов, а также рисков. В основе внимания средств массовой информации к исследованиям рынка лежат как политические причины, так и необходимость оценки эффективности рекламной деятельности. Сравнивая отечественные тенденции с зарубежной практикой, можно отметить, что лидерство проявленного интереса вышеуказанных рынков к маркетинговым исследованиям соответствует общемировым. Правда, в странах с развитыми демократическими институтами исследованиям политического характера уделяется гораздо меньше внимания [17].

Российский рынок маркетинговых исследований характеризуется особыми требованиями заказчиков к исследовательской компании. При выборе исследовательской фирмы заказчики опираются в первую очередь на отзывы и рекомендации других клиентов, стоимость предлагаемых услуг, а также на используемые методики исследований и известность компании. Основными требованиями к самим исследованиям у заказчиков на первом месте стоит обеспечение достоверности данных, на втором — оперативность исполнения заказа, на третьем — профессионализм и квалификация исполнителей [2–4].

Технологические изменения на рынке маркетинговых исследований происходят во всем мире, что, в свою очередь, находит отражение и на российском рынке. Например, наблюдается тенденция использования игровых элементов в онлайн-опросах. Геймификация связана с изменениями стиля жизни людей и большим влиянием сети Интернет. В 2011 г премию Европейского общества исследователей рынка и общественного мнения ESOMAR. получила работа Д. Пулестона (J. Puleston) и Д. Слип (D. Sleep) из компании GMI, посвященная исследованию использования игровых элементов в онлайн-опросах [15].

Также на рынке появляется большое количество доступных инструментов типа Do-It-Yourself («сделай сам»), происходит смещение интереса от «полевых» методик к сбору информации в режиме онлайн [20].

Социальные сети конкурируют с онлайн-панелями. Для опросов и исследований активно используются мобильные телефоны. Исследования становятся «умными». Эксперты отмечают, что в ближайшие несколько лет активное развитие получают системы типа «умные сверх-омнибус» (uber-omnibus), включающие 2–3 вопроса на различные интересующие потребителя темы на регулярной основе. Кроме того, подобные системы будут совмещать в себе визуальные и структурные элементы игр, а также позволять потребителям получать специальные предложения от самих производителей товаров и услуг в качестве вознаграждения.

Безграничность пространства цифровых коммуникаций создает уникальные возможности реализовать исследования, соединяющие в себе глобальный масштаб и локальный фокус. Отпадает необходимость проводить множество отдельных исследовательских проектов. Появляется альтернатива разработать проект, разово развернуть его во всех сетях, собрать огромное количество данных на различных уровнях, которая в результате сократит временные и финансовые затраты.

Кроме того, наблюдается тенденция развития методик анализа текстов, которые позволяют проникнуть в суть информации, включая ее эмоциональное воздействие.

В 2012 г. исследователи [20] столкнулись с тем, что руководство компаний повысило свои требования к исследовательским данным (с точки зрения своевременного их предоставления, актуальности, качества). В связи с этим аналитикам необходимо осваивать новые развивающиеся технологии сбора и анализа данных. Особое внимание при этом будет уделяться различным техникам и инструментам, простым в применении и измеримым, которые позволят «залезать» в голову и сердца потребителей.

Таким образом, в сложившейся нестабильной экономической ситуации, а также с учетом высоких требований заказчиков к качеству и технологии проведения маркетинговых исследований российским компаниям необходимо особое внимание уделять освоению и внедрению новых современных технологий поиска, анализа и обработки данных.

Литература

1. *Азоев Г., Яхин В.* Маркетинговые исследования для среднего бизнеса: состояние рынка и перспективы развития // *Маркетинг и маркетинговые исследования.* 2001. Апрель. № 2.
2. *Баутов А.* Маркетинговые исследования в России — взгляд независимого эксперта // *Управление компанией.* 14.08.2002. URL: <http://www.russianmarket.ru/?iid=1074&pg=showdoc>
3. *Жукова Я.* Российский рынок маркетинговых исследований // *Маркетинг и маркетинговые исследования в России.* 1999. Декабрь. № 6.
4. *Жукова Я.* Рынок маркетинговых исследований в России. Доклад на III международной конференции «Маркетинг в России: мировой опыт и российская практика». 1999. Октябрь. URL: <http://www.russianmarket.ru/?iid=1074&pg=showdoc>
5. *Игрунова О.М.* Современные подходы к анализу и развитию сферы услуг в регионах: монография. 2-е изд., перераб. и доп. М.: МГАДА, 2011. 183 с.
6. *Игрунова О.М., Фролов Ю.В.* Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах): учебное пособие. М.: РУСАЙНС, 2015. 249 с.
7. *Кращенко Л., Шувалова И.* Фабрики советов // *Эксперт.* 2002. № 14.
8. *Манакова Е.В., Морозовская Л.Л., Мищенко С.Н.* Исследование требований работодателей к специалистам в области маркетинга // *Вестник Московского городского педагогического университета.* Серия: Экономика. 2010. № 2. С. 125–148.
9. *Мищенко С.Н.* Исследование спроса и предложения на рынке образовательных услуг ВПО // *Вестник Московского городского педагогического университета.* Серия: Экономика. 2012. № 6 (18). С. 33–41.

10. Опрос Гильдии Маркетологов. URL: <http://www.marketologi.ru>
11. Пол Л.Г. Как анализировать аналитиков // Директор информационной службы. 2002. № 1.
12. Прима Я.Г. Актуальные вопросы маркетинговых исследований в промышленной сфере // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2014. № 2 (1). С. 77–81.
13. Рейтинг Дмитрия Пономарева. URL: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/rejting-issledovatel'skikh-kompanij-rossii/>
14. Соколов С. Россия потратилась на маркетинг // Коммерсант от 26.09.2006 г. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/707414>
15. Тренды рынка маркетинговых исследований. URL: <http://www.marketing.spb.ru/mr/media/mr.htm>
16. Турин Д.В. Маркетинговые исследования. Организация и проведение в компании: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2016. С. 20.
17. Фролов Е. Состояние мирового рынка маркетинговых исследований // Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 6.
18. Чекрышова И.И. Исследование рынка грибов Московского региона // Инновационное развитие АПК: Механизмы и приоритеты: сб. материалов Междунар. научно-практ. конфер. (г. Сергиев Посад, 21 мая 2015 г.). М.: Научный консультант, 2015. С. 36–401.
19. Чекрышова И.И. Исследование рынка повседневной одежды Московского региона // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. № 2 (4). С. 58–64.
20. Шашкин А. Тренды рынка маркетинговых исследований. URL: <http://www.marketing.spb.ru/mr/media/mr.htm>
21. Dillon W.R., Madden T.J., Firtle N.H. Marketing Research in a Marketing Environment. 2nd ed. Homewood, Ill.: Richard D. Irwin, 1990. P. 853.
22. Honomichl J. Who's spending it, and on what // Marketing News. 1998. Vol. 32. № 12. June 8. P. 5.

Literatura

1. Azoev G., Yaxin V. Marketingovy'e issledovaniya dlya srednego biznesa: sostoyanie ry'nka i perspektivy' razvitiya // Marketing i marketingovy'e issledovaniya. 2001. April'. № 2.
2. Bautov A. Marketingovy'e issledovaniya v Rossii — vzglyad nezavisimogo e'ksperta // Upravlenie kompaniej. 14.08.2002. URL: <http://www.russianmarket.ru/?iid=1074&pg=showdoc>
3. Zhukova Ya. Rossijskij ry'nok marketingovy'x issledovanij // Marketing i marketingovy'e issledovaniya v Rossii. 1999. Dekabr'. № 6.
4. Zhukova Ya. Ry'nok marketingovy'x issledovanij v Rossii. Doklad na III mezhdunarodnoj konferencii «Marketing v Rossii: mirovoj opyt i rossijskaya praktika». 1999. Oktyabr'. URL: <http://www.russianmarket.ru/?iid=1074&pg=showdoc>
5. Igrunova O.M. Sovremennyy'e podxody' k analizu i razvitiyu sfery' uslug v regionax: monografiya. 2-e izd., pererab. i dop. M.: MGADA, 2011. 183 s.
6. Igrunova O.M., Frolov Yu.V. Analiz rezul'tatov marketingovy'x issledovanij v sisteme Statistica (na primerax): uchebnoe posobie. M.: RUSAJNS, 2015. 249 s.
7. Krashhenko L., Shuvalova I. Fabriki sovetov // E'kspert. 2002. № 14.

8. *Manakova E.V., Morozovskaya L.L., Mishhenko S.N.* Issledovanie trebovanij rabotodatelej k specialistam v oblasti marketinga // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: E'konomika. 2010. № 2. S. 125–148.
9. *Mishhenko S.N.* Issledovanie sprosа i predlozheniia na ry'nke obrazovatel'ny'x uslug VPO // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: E'konomika. 2012. № 6 (18). S. 33–41.
10. Opros Gil'dii Marketologov. URL: <http://www.marketologi.ru>
11. *Pol L.G.* Kak analizirovat' analitikov. CIO Direktor informacionnoj sluzhby'. 2002. № 1.
12. *Prima Ya.G.* Aktual'ny'e voprosy' marketingovy'x issledovanij v promy'shlennoj sfere // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: E'konomika. 2014. № 2 (1). S. 77–81.
13. Rejting Dmitriya Ponomareva. URL: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/rejting-issledovatel'skikh-kompanijj-rossii/>
14. *Sobolev S.* Rossiya potratilas' na marketing // Kommersant ot 26.09.2006 g. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/707414>
15. Trendy' ry'nka marketingovy'x issledovanij. URL: <http://www.marketing.spb.ru/mr/media/mr.htm>
16. *Tyurin D.V.* Marketingovy'e issledovaniya. Organizaciya i provedenie v kompanii: uchebnik dlya bakalavrov. M.: Yurajt, 2016. S. 20.
17. *Frolov E.* Sostoyanie mirovogo ry'nka marketingovy'x issledovanij // Marketing v Rossii i za rubezhom. 1999. № 6.
18. *Chekry'shova I.I.* Issledovanie ry'nka gribov Moskovskogo regiona // Innovacionnoe razvitie APK: Mexanizmy' i priority': sb. materialov Mezhdunar. nauchno-prakt. konfer. (g. Sergiev Posad, 21 maya 2015 g.). M.: Nauchny'j konsul'tant, 2015. S. 36–401.
19. *Chekry'shova I.I.* Issledovanie ry'nka povsednevnoj odezhdy' Moskovskogo regiona // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: E'konomika. № 2 (4). S. 58–64.
20. *Shashkin A.* Trendy' ry'nka marketingovy'x issledovanij. URL: <http://www.marketing.spb.ru/mr/media/mr.htm>
21. *Dillon W.R., Madden T.J., Firtle N.H.* Marketing Research in a Marketing Environment. 2nd ed. Homewood, Ill.: Richard D. Irwin, 1990. P. 853.
22. *Honomichl J.* Who's spending it, and on what // Marketing News. 1998. Vol. 32. № 12. June 8. R. 5.

O.M. Igrunova

Modern Features of Development of the Market of Marketing Research in Russia

The article is devoted to studying of current trends of development of the market of services in the organization and carrying out market researches in Russia. At the same time the separate attention is paid to features of functioning of the Russian market of marketing research in comparison with the market of the countries of the West.

Keywords: consulting services in the sphere of marketing research; marketing research; information services; the B2B market; size of the market of marketing research; polls; “field” techniques; gamification.

И.А. Колтакова

Основные задачи и вопросы необходимости функции комплаенс в страховых организациях

В статье проанализирована необходимость внедрения функции комплаенс в страховых организациях с точки зрения повышения эффективности внутреннего контроля в организации на всех уровнях, а также возможности способствовать анализу и совершенствованию бизнес-процессов для повышения эффективности внутреннего контроля.

Ключевые слова: страхование; внутренний контроль; комплаенс; комплаенс-риск; комплаенс-служба; регуляторный риск.

В современных условиях международной предпринимательской деятельности compliance, что в переводе с английского языка означает буквально «соответствие», — это способ организации бизнес-процессов таким образом, который в максимальной степени обеспечивал бы защиту интересов акционеров, руководителей и прочих сотрудников компании от вероятных нарушений норм, стандартов и правил ведения бизнеса. Предполагается, что прежде всего система compliance должна обеспечивать возможный минимум правовых рисков и санкций и иметь направленность на разработку мероприятий по предотвращению репутационных рисков, что в перспективе предполагает увеличение стоимости компании для инвесторов.

В отечественной практике термин compliance (далее — комплаенс) изначально начал внедряться в области банковского регулирования и надзора. Первым документом, в котором прозвучало словосочетание «комплаенс-служба», был перевод документа Базельского комитета по банковскому надзору «Compliance and the compliance function in banks». Это произошло в 2007 г., когда Центральный Банк Российской Федерации опубликовал Письмо № 173-Т «О рекомендациях Базельского комитета по банковскому надзору». Терминология стала развиваться и в Положении Банка России № 242-П, в частности, уже официально закреплялась необходимость осуществления внутреннего контроля кредитной организации силами двух подразделений: службой внутреннего аудита и службой внутреннего контроля (комплаенс-службой) — структурным подразделением и (или) служащим кредитной организации, осуществляющими деятельность в области выявления комплаенс-риска.

Здесь мы сталкиваемся с понятием комплаенс-риска, который, в свою очередь, определяется как риск возникновения у кредитной организации убытков из-за несоблюдения законодательства Российской Федерации, внутренних

документов кредитной организации, стандартов саморегулируемых организаций (если такие стандарты или правила являются обязательными для кредитной организации), а также в результате применения санкций и (или) иных мер воздействия со стороны надзорных органов. Этот риск также называют регуляторным риском.

Зарубежный подход к правовому регулированию финансово-кредитной сферы имеет в качестве особенности следующую — функция комплаенс обязательна к введению не только в банковских, но и в страховых компаниях. Соответственно, учитывая все более жесткий подход к регулированию финансового сектора в России, организацию системных мероприятий, нацеленных на стабилизацию и оздоровление банковской и страховой сфер, комплаенс в нашей стране начинает рассматриваться как важнейшая функция, определяющая стратегическое развитие финансовых организаций. Планомерно и последовательно профессиональным участникам рынка страхования доводится мысль о том, что комплаенс является обязательным и незаменимым элементом системы современного корпоративного менеджмента, и эффект от внедрения комплаенс-службы значительно превышает риски, связанные с его отсутствием.

Рассмотрим более подробно основные задачи и принципы комплаенса применительно к страховым компаниям. Комплаенс-служба является контрольным подразделением / лицом, к основным обязанностям которого рекомендуется отнести:

1) управление регуляторным риском, а именно: анализ внедряемых страховой организацией новых страховых продуктов, услуг и планируемых методов их реализации на предмет наличия регуляторного риска; направление в случае необходимости рекомендаций по управлению регуляторным риском руководителям структурных подразделений страховой организации и исполнительному органу, определенному внутренними документами страховой организации; координация и участие в разработке комплекса мер, направленных на снижение уровня регуляторного риска в страховой организации; мониторинг эффективности управления регуляторным риском; участие в разработке внутренних документов по управлению регуляторным риском; информирование служащих страховой организации по вопросам, связанным с управлением регуляторным риском;

2) организация процесса разработки внутренней документации по противодействию коммерческому подкупу и коррупции;

3) координация процедур по разработке внутренних документов и организации мероприятий, направленных на соблюдение правил корпоративного поведения, норм профессиональной этики;

4) выявление конфликтов интересов в деятельности страховой организации и ее сотрудников, участие в разработке внутренних документов, направленных на его минимизацию;

5) анализ показателей динамики жалоб (обращений, заявлений) клиентов и анализ соблюдения страховой организацией прав клиентов;

6) участие в подготовке внутреннего отчета по рискам, предоставляемого совету директоров (наблюдательному совету), в части регуляторного риска;

7) иные функции, предусмотренные внутренними документами страховой организации.

Рассмотрим каждую задачу. Существует необходимость управления регуляторным риском в страховых организациях, и, как показывает практика, в большинстве компаний этот процесс носит децентрализованный характер, т. е. частично выполняется юридическим департаментом, бухгалтерией, службой внутреннего аудита, уполномоченным по корпоративной этике, т. е. единого координационного центра, как правило, нет. Комплексный подход к оценке регуляторного риска страховой организации должен включать в себя централизацию функции управления рисками, включение нестраховых рисков в процесс оценки рисков страховой организации и внутренний отчет о рисках, подготавливаемый функцией управления рисками при участии актуарной и комплаенс-функции. Рекомендуются, чтобы процесс управления регуляторными рисками в страховой организации соответствовал следующим характеристикам:

- представлял собой непрерывный процесс, охватывающий всю деятельность страховой организации;
- осуществлялся сотрудниками на каждом уровне и в каждом подразделении страховой организации;
- использовался при разработке и формировании бизнес-стратегии страховой организации;
- был связан с достижением целей деятельности страховой организации.

Организация процесса разработки внутренней документации по противодействию коммерческому подкупу и коррупции является второй важной задачей комплаенс-службы. Антикоррупционная политика должна отражать приверженность страховой компании и ее руководства высоким этическим стандартам и принципам открытого и честного исполнения своих должностных обязанностей, а также стремление к усовершенствованию корпоративной культуры, следованию лучшим практикам корпоративного управления и поддержанию деловой репутации на должном уровне. Должны быть поставлены цели минимизировать риск вовлечения руководства и работников страховой организации в коррупционную деятельность, формирования у сотрудников и иных лиц единообразного понимания политики компании о неприятии коррупции в любых формах и проявлениях, обобщить и разъяснить основные требования антикоррупционного законодательства Российской Федерации, которые могут применяться к компании и сотрудникам.

Одной из функций комплаенс является разработка и контроль исполнения Кодекса поведения для сотрудников компании, где закрепляются основные принципы поведения для сотрудников, например, вопросы конфликта интересов, антикоррупционной деятельности, поддержание репутации компании, защита информации и другие ключевые принципы ведения бизнеса.

Кодекс поведения служит ориентиром, сочетающим в себе важнейшие основные принципы деятельности компании и поддерживающим сотрудников организации в освоении правовых и этических вопросов в их повседневной работе. Кодекс поведения помогает раскрывать основные принципы комплаенс, давая указания к их практическому применению сотрудниками организации.

Работа с жалобами клиентов, в том числе выявление причин их возникновения и разработка корректирующих мер, является направлением деятельности, требующим дополнительного контроля в страховых компаниях. Страховой организации рекомендуется разработать и внедрить процедуры рассмотрения жалоб клиентов (заявлений, обращений), поступающих в связи с неудовлетворенностью услугами, предоставляемыми страховой организацией.

В указанные процедуры страховой организации рекомендуется как минимум включить:

- 1) анализ причин подачи жалоб, их классификацию по видам жалоб для определения методов их корректировки;
- 2) анализ влияния причин возникновения жалоб клиентов на другие процессы страховой организации, а также размер регуляторного риска страховой организации;
- 3) анализ соблюдения страховой организацией прав клиентов;
- 4) разработку и внедрение корректирующих мер, устраняющих причины, вызвавшие подачу жалобы.

Информацию о результатах процедур рассмотрения жалоб клиентов рекомендуется на ежеквартальной основе предоставлять единоличному (коллективному) исполнительному органу страховой организации, который осуществляет контроль за исполнением корректирующих мер.

Участие в подготовке внутреннего отчета по рискам, предоставляемого совету директоров (наблюдательному совету), в части регуляторного риска предполагает, что служба управления рисками как координирующее звено консолидирует внутренний отчет по рискам, с учетом информации, предоставленной комплаенс-функцией. Предоставляться внутренний отчет о рисках может напрямую совету директоров с информированием единоличного исполнительного органа управления, либо единоличному исполнительному органу управления для последующего представления перед советом директоров.

Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что к **основным функциям службы внутреннего контроля относятся:**

- 1) идентификация и минимизация риска нарушения законов, норм и внутренних политик;
- 2) разработка документов в области комплаенс (включая Антикоррупционную политику и Кодекс поведения);
- 3) создание комплаенс-культуры внутри организации;
- 4) контроль и документация (включая проведение анализа причин возникновения жалоб клиентов для целей комплаенс);
- 5) отчетность по вопросам в области комплаенс.

При этом предполагается, что сотрудники комплаенс-службы:

1. Входят в штат страховой организации.
2. Соответствуют минимальным квалификационным требованиям.
3. Взаимодействуют со службой внутреннего аудита, службой управления рисками и актуарной функцией по вопросам комплаенс.
4. Могут совмещать свою деятельность с осуществлением иных функций в страховой организации, если это не создает для них конфликта интересов.
5. Руководитель службы внутреннего контроля может являться членом коллегиального исполнительного органа.

Можно сформулировать следующие принципы деятельности сотрудников комплаенс-службы:

- **Независимость:** должны быть независимыми с точки зрения статуса в организации и личной объективности в целях надлежащего выполнения своих обязанностей.
- **Объективность:** должны демонстрировать высокий уровень профессиональной объективности в ходе сбора, оценки и передачи информации о рассматриваемой деятельности либо процессе.
- **Доступ к информации:** должны иметь право по собственной инициативе взаимодействовать с сотрудниками функциональных подразделений.
- **Компетентность и ресурсы:** должны иметь глубокое понимание законов, норм и стандартов в области комплаенс и их особое влияние на деятельность страховой организации, обладать достаточными знаниями, навыками и опытом.
- **Управление риском:** должны на упреждающей основе определять и оценивать соответствующие риски, разрабатывать и внедрять новые способы оценки рисков.
- **Консультирование:** должны вносить предложения по улучшению деятельности участников системы внутреннего контроля.

Следует отметить, что, несмотря на представленный функционал, в целом организация системы комплаенс не является функцией исключительно Службы внутреннего контроля. Участие в данном процессе должны принимать все сотрудники организации с учетом их должностных обязанностей. Соответственно, очень важно понимать, что создание отдельного подразделения внутреннего контроля не снимает с остальных сотрудников обязанностей по реализации контрольных функций, а в первую очередь призвано повысить их эффективность. В связи с этим при создании соответствующей Службы важно правильно определить объем расходов на ее создание, так как затраты на организацию контроля не должны превышать эффекта от его реализации.

Соответственно в случае нормативного закрепления обязанности страховых организаций по созданию подразделений внутреннего контроля, желательно, чтобы регулятор предоставил страховым организациям право самостоятельно определить структуру и штат данного подразделения, в том числе — внутри уже существующих, с учетом указанных выше принципов.

Литература

1. Basel Committee on Banking Supervision: Compliance and Compliance Function in Banks. April. 2005.

2. *Бородин А.Г.* Комплаенс: проблема минимизации нефинансовых рисков в корпоративном управлении // Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. Вестник Университета. 2015. № 10. С. 157–162.

3. *Бородин А.Г.* Процесс внедрения системы комплаенс в корпоративное управление. // Сборник научных статей: в 3 ч. / Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. М., 2015. С. 44–49.

4. *Вавилина А.В.* Комплаенс в системе корпоративного управления // Сборник научных статей: в 3 ч. / Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. М., 2015. С. 75–81.

5. *Тузовский А.С.* Комплаенс-контроль в структуре GR-менеджмента компании: на пути к стратегическому мышлению // Вестник забайкальского государственного университета. 2015. № 8 (123) С. 82–87.

6. *Шарипов К.А., Лутфуллин Ю.Р.* Роль комплаенс в банковской деятельности // Современное бизнес-пространство: актуальные проблемы и перспективы. 2015. № 1 (4). С. 117–120.

7. *Попова Д.А., Гончаров А.С.* Использование комплаенс-контроля в деятельности коммерческих организаций // Наука XXI века: теория, практика и перспективы: материалы Междунар. научно-практ. конфер. 2015. С. 137–140.

Literatura

1. Basel Committee on Banking Supervision: Compliance and Compliance Function in Banks. April. 2005.

2. *Borodin A.G.* Komplaens: problema minimizacii nefinansovy'x riskov v korporativnom upravlenii // Finansovy'j universitet pri Pravitel'stve Rossijskoj Federacii. Vestnik Universiteta. 2015. № 10. S. 157–162.

3. *Borodin A.G.* Process vnedreniya sistemy' komplaens v korporativnoe upravlenie // Sbornik nauchny'x statej : v 3 ch. / Fin. un-t pri Pravitel'stve Ros. Federacii. M., 2015. S. 44–49.

4. *Vavilina A.V.* Komplaens v sisteme korporativnogo upravleniya // Sbornik nauchny'x statej : v 3 ch. / Fin. un-t pri Pravitel'stve Ros. Federacii. M., 2015. S. 75–81.

5. *Tuzovskij A.S.* Komplaens-kontrol' v strukture GR-menedzhmenta kompanii: na puti k strategicheskomu my'shleniyu // Vestnik zabajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta. 2015. № 8 (123) S. 82–87.

6. *Sharipov K.A., Lutfullin Yu.R.* Rol' komplaens v bankovskoj deyatel'nosti // Sovremennoe biznes-prostranstvo: aktual'ny'e problemy' i perspektivy'. 2015. № 1 (4). S. 117–120.

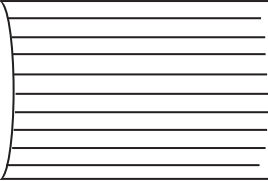
7. *Popova D.A., Goncharov A.S.* Ispol'zovanie komplaens-kontrolya v deyatel'nosti kommercheskix organizacij // Nauka XXI veka: teoriya, praktika i perspektivy': materialy' Mezhdunar. nauchno-prakt. konfer. 2015. S. 137–140.

I.A. Koltakova

**Main Objectives and Questions of Need of the Compliance Function
in Insurance Companies**

In the article the author analysed the need of introduction of compliance function in insurance companies from the point of view of increasing of efficiency of internal control in the organization at all levels, and also opportunity to promote the analysis and improvement of business processes for increase of efficiency of internal control.

Keywords: insurance; internal control; compliance; compliance-risk; compliance service; regulatory risk.



ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ: УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

УДК 378.046

**М.Л. Левицкий,
К.В. Хлебников,
О.Ю. Черкашин**

Методологические предпосылки исследований эффективности образования

В статье представлен анализ эффективности и результативности образования с позиций человека, работодателей, государства, образовательного учреждения, государственных органов управления. Дана оценка и критика наиболее значимых подходов к анализу эффективности образования российских и зарубежных экономистов применительно к современным условиям хозяйствования. Предложена методика оценки эффективности образования в концепции «сложного труда».

Ключевые слова: эффективность образования; результативность образования; профессиональная самореализация; профессиональная компетенция; образовательная услуга; производительная функция; внешние эффекты; качество жизни; интеллектуальный капитал.

Образование является необходимым условием качественного развития экономики, поэтому анализ эффективности образования продолжает оставаться актуальной проблемой экономической науки.

В частности, вызывают сомнения некоторые экономические суждения, например, о том, что работники, имеющие высшее образование, создают больше ВВП, чем люди, не имеющие его, или попытки оценки эффективности образования на основе оценки роста оплаты труда.

Мы полагаем, что качественный рост рабочей силы, прежде всего, зависит от качественного роста основного капитала, а также производственных и управленческих технологий. В свою очередь, такая тенденция должна приводить к росту макроэкономических показателей страны (без учета иных факторов на них влияющих).

Дабы избежать дальнейшей двусмысленности определимся с терминологией. Термин эффективность происходит от латинского *effectus*, т. е. исполнение, действие. Экономическая эффективность — степень соизмерения

результатов с затратами. Экономическая эффективность образования — термин, отражающий соотношение затрат на образование к какому-либо экономическому эффекту в стоимостном выражении.

Однако из-за разнородности, многокомпонентности и многомерности факторов, влияющих на результаты и затраты, наличие не только количественных, но и качественных эффектов, сложность идентификации образовательных эффектов, отделения их от эффектов, вызванных иными факторами, в большинстве случаев нельзя получить какого-либо точного стоимостного соотношения результата с затратами.

Результативность образования — оценочная категория, характеризующая результаты образовательной деятельности по критерию соответствия поставленным целям. Термин «результативность» используется тогда, когда нет возможности соотнести результаты и затраты в стоимостной оценке. Кроме того, не следует забывать о внешних эффектах (экстерналиях), то есть о тех результатах, которые возникают помимо поставленных целей. Эти цели могут, например, носить социальный характер, но вместе с тем иметь опосредованное экономическое выражение.

Таким образом, результативность деятельности организации — это степень достижения целей деятельности, (установленных, в частности, Уставом или Положением) за определенный период времени, с учетом положительных и отрицательных внешних эффектов.

Образование — «...совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов» [10].

В целях определения результативности образования, классическое образование нельзя отделить от самообразования, наставничества, опыта практической деятельности. Можно полагать, что классическое образование в определенных случаях менее естественно и эффективно, чем образование в реальной социальной среде. Поскольку в реальной социальной среде реализуются индивидуальные образовательные потребности человека, а в классическом — коллективные, не всегда совпадающие с индивидуальными.

Профессиональная компетенция — способность к решению профессиональных задач на основе практического опыта, знаний, умений и навыков.

Профессиональная самореализация (уровень профессиональной самореализации) — соотношение компетенций, фактически реализуемых в профессиональной деятельности и общего наличия компетенций индивидуума.

Услуги согласно ст. 779 ГК РФ есть осуществление определенных действий исполнителем, с целью получения выгод или удовлетворения потребностей заказчика. Таким образом, услуга представляет собой полезную деятельность нематериального характера. Образовательная услуга есть организация и проведение образовательного процесса с целью формирования компетенций обучающихся.

Эффективность образовательной деятельности можно оценивать с позиций человека, работодателей, государства, образовательного учреждения, государственных органов управления. При этом в первых трех случаях такая оценка осуществляется с позиции потребителей образовательной услуги, в оставшихся двух — производителей. В данной статье предпринята попытка проанализировать существующие подходы к оценке эффективности и результативности образования в рассмотренных ситуациях и определить перспективные направления исследований.

1. Эффективность образовательной деятельности с позиции человека

Наиболее распространенным подходом к оценке эффективности образования с точки зрения человека является теория «человеческого капитала». Т. Шульц, Г. Беккер и др. предположили, что знания и умения в современных условиях становятся капиталом, приносящим доход, напрямую зависящий от инвестиций в их получение.

В настоящее время теоретический посыл Беккера о том, что чем человек больше учится, тем больше зарабатывает, воспринимается как аксиома, хотя теоретических доказательств этому нет. В лучшем случае приводятся некие статистические выкладки, однако откуда берется эта статистика и как рассчитывается, остается зачастую сакральным знанием.

Теория Беккера опровергается «теорией равновесной цены» (крест Маршала). Цена на товар на рынке труда определяется под влиянием спроса и предложения. Наиболее существенным фактором здесь является редкость. Рынок труда является сложным механизмом с периодически возникающим избытком или дефицитом рабочей силы разных специальностей и квалификаций в разных регионах и попытками его регулирования со стороны государства. В соответствии с возникающим дисбалансом и с учетом определенного временного лага формируется цена труда. Функция государства в регулировании рынка труда в первую очередь должна быть направлена на оптимизацию сочетания труда с другими факторами производства. Вместе с тем без ясной экономической политики и прогнозов экономического развития результат выполнения данной функции снижается.

Однако и «рыночного» объяснения формирования оплаты труда, на наш взгляд, не совсем достаточно. Поэтому прибегнем к более конкретному объяснению, которое условно назовем «Парадокс профессора и повара».

Высококвалифицированный повар и профессор вуза учились и учатся всю жизнь. Однако заработная плата повара ресторана оказалась существенно выше заработной платы профессора, хотя профессиональные и интеллектуальные качества последнего выглядят предпочтительнее. В чем проблема?

Проблема эта может носить двойственный характер. Во-первых, повар реализует индивидуальные потребности людей, готовых за это платить, а профессор — коллективные (в России в рамках государственного заказа и образовательного

стандарта). Реализация общественных потребностей (в данном случае посредством образовательных услуг) всегда менее эффективна, чем индивидуальных, поскольку общественные потребности лишь отчасти совпадают с индивидуальными.

Во-вторых, при качественно более низком уровне компетенций профессиональная самореализация повара точно ориентирована на удовлетворение индивидуальных потребностей человека и существенно выше профессиональной самореализации профессора, реализующего лишь часть своих компетенций. Отсюда и различия в заработной плате. Исходя из этого, заработная плата человека зависит не только от объема и качества приобретенных компетенций, а от уровня отдачи этих компетенций (уровня профессиональной самореализации) в реальной социальной среде. Такова специфика труда как товара.

Из данного посыла можно сделать еще один вывод, напрямую не относящийся к цели данной работы. С точки зрения потребительских свойств образовательные программы должны состоять из нескольких близких дисциплин (модулей), решающих общие задачи. Такой подход более эффективен для потребителя, поскольку более близок к его индивидуальным целям и оставляет за ним право выбора модулей в получении определенной специальности. Данные блоки могут быть как прикладными, так и теоретическими.

Таким образом, потребитель образовательных услуг должен совершить свой выбор на основе индивидуальных целей и личностных особенностей, с учетом рыночных рисков и временных лагов. Выбор потребителя осуществляется с учетом будущего социального статуса, предпочтений работодателя в трудоустройстве выпускника вуза, перспективе роста заработной платы (при прочих равных условиях) и, как следствие, лучшей социальной защищенности.

Несколько слов о внешних эффектах. Через развитие мышления, образование способствует раскрытию неких сфер бытия, которые раньше оставались за гранью понимания субъекта. Таким образом, образование формирует объемность мировосприятия и способствует более полноценной и насыщенной жизни человека (качеству жизни) [6].

2. Эффективность образовательной деятельности с позиции организации-работодателя

В данном случае можно выделить 2 подхода. Как правило, в реальной экономике эти подходы используются совместно, поскольку обусловлены общим критерием качества трудовых ресурсов.

Подход первый

Экономическая эффективность высшего (в частности) образования для работодателя — это разница между предельным экономическим результатом, получаемым предприятием в результате найма соответствующего специалиста, а также затратами на его подготовку и оплату его труда. Это положение

верно для коммерческих структур, при условии возможности идентификации непосредственного вклада работника в результаты деятельности предприятия.

В большинстве случаев нельзя отделить результаты деятельности одного работника от усилий всей компании в получении положительных результатов. Однако в некоторых случаях это возможно.

Вариант первый, исходя из повышения производительности труда. При производстве простого продукта и прямой сдельной оплате труда, с ростом образовательного уровня рабочего наблюдается рост производительности труда и, соответственно, рост заработной платы.

Здесь следует углубиться в исторический экскурс. В текущем столетии рост общеобразовательного и профессионально-квалификационного уровня занятого населения стал важным фактором повышения эффективности общественного производства. Поэтому назрела задача теоретического и практического решения проблемы экономической эффективности образования. Начало исследованию такого подхода к этому вопросу — методики оценки отдачи затрат на просвещение — было положено академиком С.Г. Струмилиным в 20-е годы прошлого века [9].

Теоретические и практические проблемы оценки народно-хозяйственной эффективности образования, заложенные С.Г. Струмилиным и теоретиками человеческого капитала, по-особому были развиты в работах российских экономистов: В.А. Жамина, Е.Н. Жильцова, В.Е. Комарова, С.Л. Костянина и других исследователей [5].

Если в 1960 г. 25,4 % общего объема национального дохода было получено за счет образования и квалификации, то в 1979 г. — 35,9 %. Из всего прироста национального дохода (за счет различных факторов) в 158 млрд руб. почти 70 млрд, или свыше 46 %, приходится на фактор повышения образования и квалификации работников. Отдача вложений средств на развитие образования в виде дополнительного национального дохода возросла с 4,5 руб. на один рубль расходов в 1970 г. до 5,2 руб. в 1979 г., то есть на 20 %.

Изложенный в общих чертах опыт определения народно-хозяйственной эффективности образования нашей страны сыграл существенную роль в становлении и повышении престижа экономики образования как важной отраслевой экономической науки. Однако прежнее решение проблемы экономической эффективности просвещения не было достаточно цельным и последовательным, поскольку основывалось на концепции простого труда.

Во-первых, в Советском Союзе заработная плата инженера или специалиста с высшим образованием зачастую была ниже заработной платы рабочего, что существенно подрывало стройность данной концепции.

Во-вторых, при производстве простого (традиционного) конечного продукта на одинаковом оборудовании более квалифицированный рабочий получает более высокую оплату. Уровень высокой оплаты достигается более высокой производительностью труда, за счет его рационализации, а также за счет

экономии ресурсов. Это аксиома, и в данном случае легко соотнести результат с затратами.

Однако в рамках современной экономики более квалифицированный рабочий получает более высокую оплату не за более высокую норму выработки, а за другой, более сложный продукт. По этой причине возникает вопрос соотношений в оплатах за простой и сложный продукт, произведенный на более сложном оборудовании, что, в свою очередь, требует научного обоснования нормирования труда и установления межразрядных коэффициентов при сдельной системе оплаты, и взаимосвязи этих факторов с образовательным уровнем работника. Таким образом, мы можем определить и соотнести вклад образования, когда два рабочих производят качественно разный продукт на разном по сложности оборудовании только по размеру получаемой прибыли, когда есть возможность идентификации вклада отдельного работника в финансовый результат деятельности предприятия.

Вместе с тем на настоящий момент тарифный метод оплаты уходит на второй план и определяющим в оплате труда становится рынок с вышеизложенными особенностями труда как товара.

Концепцию простого труда можно заменить концепцией сложного труда или **производительной функции** (ПФ), что, на наш взгляд, больше соответствует современным экономическим реалиям. Заметим, что нижесказанное может относиться к расширенному воспроизводству при создании реальной добавленной стоимости.

Краткое формулирование данной концепции заключается в следующем. В создании продукта или услуги, труд как фактор производства неотделим от производственного капитала, что формирует производительную функцию, состоящую из нескольких видов затрат. С развитием экономики качество и цена основных средств растут в большей степени (повышается капиталоемкость), нежели количество и стоимость прикладываемого труда (снижается трудоемкость). При этом качество труда повышается, что требует повышения образовательного уровня. Таким образом, в производительной функции измерителем эффективности образования становится соотношение цены основных средств и интеллектуальной собственности к цене прикладываемого труда (данное соотношение назовем индексом эффективности образования в технологическом процессе (ИЭО)). Чем больше такое соотношение, тем выше эффективность образования.

Разумеется, фондо- и трудоемкость в разных отраслях различны, что в рамках общей концепции требует расчета базовых внутриотраслевых индексов и расчета дальнейших соотношений.

Заметим также, в работах К. Эрроу, В. Соллоу, Ч. Кобба, Р. Дугласа, В. Леонтьева [2] расчет **производственной функции**, то есть оптимального сочетания факторов производства — труда и производственного капитала, проводился с целью максимизации выпуска продукции. Мы же ставим другие задачи.

Производительная функция — это совокупность всех затрат в стоимостном выражении для производства стандартного объема продукта или услуг. Соответственно, необходим расчет ее себестоимости. И определение ИЭО как соотношение цены производственного капитала к цене прикладываемого труда при условии неизменного роста этого капитала, как определителя научно-технического прогресса. В свою очередь, это определяет качественный рост компетенций работника, производящего либо больше старой продукции, либо, чаще, более совершенный современный продукт. По этой причине вместо концепции «производственная функция» нами предложена концепция «производительная функция».

В создании продукта или услуги труд как фактор производства неотделим от производственного капитала. Однако в некоторых случаях представляется возможным выделить простой труд. Например, это может быть труд дворника или грузчика. Скажем, дворник с лопатой обслуживает один участок и зарабатывает 20 тыс. руб. в месяц. Дворник со снегоуборочной машиной ценой 1,2 млн руб. обслуживает 10 участков и зарабатывает 30 тыс. руб. Дворник со снегоуборочной машиной ценой 2,4 млн руб. обслуживает 20 участков и зарабатывает 40 тыс. руб. Требуется определить себестоимость производительной функции (СПФ) и индекс эффективности образования (ИЭО).

Для простоты не будем брать в расчет текущие затраты на ГСМ и обслуживание техники. Оставим два вида затрат: зарплату и амортизацию, исчисляемую линейным методом, исходя из срока в 5 лет.

В первом случае себестоимость производительной функции составляет 20 тыс. руб.; ИЭО — 0.

Во втором случае:

СПФ = (заработная плата + амортизация за месяц) / количество участков.

$$\text{СПФ} = \frac{30 + 20}{10} = 5 \text{ тыс. руб.}$$

ИЭО = стоимость основных средств (млн руб.) / заработная плата (тыс. руб.)

$$\text{ИЭО} = \frac{1,2}{30} = 40 \text{ ед.}$$

В третьем случае:

$$\text{СПФ} = \frac{40 + 40}{20} = 4 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{ИЭО} = \frac{2,4}{40} = 60 \text{ ед.}$$

Разумеется, в данном случае как пример использован наиболее простой труд, который, возможно, во всех случаях требует минимум образовательного уровня и компетенций. Однако данный пример можно проецировать на более сложный труд. Вместе с тем заметим: при использовании более сложных основных средств должна снижаться себестоимость ПФ. Однако, по нашему мнению, это снижение нельзя использовать в оценке вклада образования,

поскольку она зависит от множества причин. Отмеченный эффект можно рассматривать лишь как контрольный показатель повышения эффективности производства при изменении сочетания факторов производства.

Таким образом, в концепцию сложного труда или производительной функции заложен принцип соответствия: чем сложнее и современнее основные фонды, тем сложнее прилагаемый к ним труд. Соответственно, выше образовательный уровень и компетенции работника. Естественно, в данном подходе качество основных фондов мы вынуждены измерять в стоимостном выражении, но будем полагаться на объективность функции рынка.

Можно предположить вытекающий из данных суждений эффект. С моральным устареванием оборудования снижается ценность труда работника (коэффициент профессиональной самореализации), на нем работающего. Соответственно, снижается ценность образования. Данный эффект важен как для конкретного предприятия, так и для экономики страны в целом. Таким образом, эффективность образования определяется не только количеством и качеством приобретенных компетенций, но и рациональностью их использования в реальной среде. Соответственно, задача государства как заказчика образовательных услуг обеспечить наиболее эффективное размещение трудовых ресурсов на основе критерия соответствия качества трудовых ресурсов качеству основных фондов. К этому вопросу мы еще вернемся.

Вариант второй — влияние образовательного уровня непосредственно на прибыль компании. В отношении нерабочих специальностей, чей трудовой вклад возможно идентифицировать, можно привести пример трудового вклада, скажем, специалистов по продажам или риелторов. Достаточно просто рассчитать размер приносимой прибыли специалистами с разным образовательным уровнем, проведя простую выборку.

Оценка труда инженера представляет существенно более сложную процедуру. Труд инженера носит сложный опосредованный характер и напрямую не может быть соотнесен с результатами деятельности компании. По этой причине может быть применим только метод оценки его функций. Причем каждая функция может быть оценена разным способом.

Труд инженера крупной производственной компании, как правило, складывается из трех различных, но зависимых функций: технологической, управленческой, исследовательской. Каждая из этих функций вносит свой особый вклад в создание добавленной стоимости. Таким образом, следует дать оценку вклада образования в каждую из этих функций путем оценки их квалификационного уровня. В рамках данной работы мы не будем рассматривать эту процедуру далее.

Подход второй

Второй подход заключается в определении работодателем набора требуемых компетенций при подборе и найме работников. В данном подходе работодатель руководствуется своим представлением о наборе и приоритетности компетенций кандидата. В применении данного подхода также существуют

свои проблемы. Эти проблемы связаны с эффективностью самого работодателя и в первую очередь относятся к некоммерческим бюджетным организациям.

Известно, что с 1 января 2016 г. разрабатываемые в Роструде профессиональные стандарты станут обязательными для государственных организаций, а с 2020 г. обязанность применять профстандарты коснется частных компаний. Сейчас утверждены стандарты для 200 профессий. В Роструде планируют, что к концу 2015 г. их число вырастет до 900. Определение профессионального стандарта дано в статье 195.1. Трудового кодекса РФ: «Профессиональный стандарт — характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности».

В каких сферах работодателям надо применять профессиональные стандарты, определено Постановлением Правительства РФ от 22.01.2013 № 23 (ред. от 23.09.2014). Работодатели применяют профстандарты при формировании кадровой политики и в управлении персоналом, при организации обучения и аттестации работников, разработке должностных инструкций, тарификации работ, присвоении тарифных разрядов работникам и установлении систем оплаты труда с учетом особенностей организации производства, труда и управления.

Однако не снимается вопрос, чем должен руководствоваться работодатель при подборе и найме работников, уже имеющих диплом о высшем образовании соответствующей квалификации. Можно с уверенностью предполагать, что работодатель руководствуется своим представлением о наборе и приоритетности, качестве компетенций кандидата с точки зрения их востребованности в конкретной организации. Например, в Институте менеджмента МГПУ проводилось исследование об уровне востребованности компетенций студентов, обучающихся по специальности «Государственное и муниципальное управление» [4]. Исследование выявило, что наиболее востребованными компетенциями являются «использование современных информационных технологий и ведение деловой переписки и телефонных переговоров», а наименее востребованными — «прогнозирование социально-экономических процессов и применение экономико-статистических методов при обработке учетно-экономической информации для различных целей». Таким образом, в управках и префектурах приоритет отдается «простым» компетенциям, что свидетельствует о низком уровне профессиональной самореализации выпускников.

3. Эффективность и результативность образовательной деятельности с позиций образовательного учреждения

Эффективность и результативность образования с позиции образовательного учреждения можно рассматривать в трех контекстах. Во-первых, как достижение целей уставной деятельности. Во-вторых, в контексте показателей хозяйственной деятельности. В-третьих, с позиций их конкурентоспособности. Эта тема слишком обширна. По этой причине в рамках данной статьи мы ограничимся общими концептуальными подходами.

Получение прибыли для некоммерческой организации целью деятельности не является. Поэтому в данном случае целесообразно использовать термин результативность как соотношение целей и результатов деятельности, так как для любой некоммерческой организации, субсидируемой государством, критерий достижения в данном случае уставных целей является основополагающим. Далее следует качественная и количественная формальная и неформальная оценка достижения целей со стороны заинтересованных потребителей образовательных услуг — частных лиц, работодателей, государства.

В современных условиях хозяйствования показателями, определяющими экономическую эффективность образовательного учреждения являются объем бюджетного и внебюджетного дохода, объем затрат, структура расходов, раскрывающая его реальные возможности и конкурентоспособность, прибыль.

Себестоимость образовательных услуг представляет собой денежное выражение всех затрат на их создание: стоимость амортизации зданий, оборудования, оборотные средства, в которые включаются все текущие расходы (зарплата, стипендии, плата за коммунальные услуги и т. д.).

Помимо себестоимости, возмещающей израсходованные на обучение студентов средства, вуз должен получить прибыль, без которой невозможно его дальнейшее развитие.

В конечном итоге конкуренция выражается в борьбе за расположение потребителя. Поскольку потребителей образовательных услуг 3, то в этом состоит специфика образовательных учреждений. Для точности мы можем определить это полями конкуренции: «вуз – абитуриент», «вуз – работодатель», «вуз – государство». Если в первых двух случаях конкуренция осуществляется достаточно демократично, то в третьем случае государство в лице управляющих и контролирующих органов может влиять на этот процесс и административными методами.

Следует также обратить внимание, что рынок образовательных услуг не един. Вузы работают в различных его сегментах. Образовательный рынок по своим характеристикам условно может быть структурирован на рынок олигополистической и рынок несовершенной (монополистической) конкуренции. Большинство вузов конкурируют на региональных рынках несовершенной конкуренции, предлагая услуги с определенными специфическими свойствами. Однако элитарные вузы конкурируют на рынке олигополистической конкуренции.

Выделим два типа конкуренции вузов: конкуренцию внутреннюю, когда вузы одинаковых направлений конкурируют между собой, и конкуренцию внешнюю, имеющую два подвида: внешнюю межотраслевую и внешнюю международную.

Внутренняя конкурентоспособность университетов

Конкурентные преимущества — это факторы внутренней и внешней среды, положительно влияющие на конкурентоспособность организации. Однако на региональных рынках факторы внешней среды, как правило, нивелируются.

Конкурентоспособность вуза, как было сказано, является способностью выдерживать конкуренцию и развиваться. На наш взгляд, внутренняя конкурентоспособность университета определяется следующими факторами (см. рис. 1).



Составлено авторами.

Рис. 1. Детерминанты конкурентоспособности университета в рыночной среде

Внешняя конкуренция

Внешняя межотраслевая конкуренция осуществляется на основе альтернативного выбора и ограниченности ресурсов потребителя. Здесь конкурируют все со всеми: например, продавцы пирожков с общественным транспортом, продавцы книг с продавцами продуктов, университеты и строители дачных домиков. Основные экономические категории: цена, альтернативный выбор и полезность. Следует заметить, что в условиях снижающихся реальных доходов населения, человек начинает осуществлять выбор в пользу наиболее жизненно необходимых товаров и услуг. Отсюда можно предположить, что спрос на платные образовательные услуги снижается в большей степени, чем на другие товары и услуги.

Международную конкурентоспособность российских университетов нужно рассматривать в контексте экспорта образовательных услуг, то есть цены, качества и целей для иностранных потребителей образовательных услуг в соотношении с образовательными услугами в других странах. В данном случае следует

обратить внимание на специфические особенности предлагаемого ассортимента образовательных услуг. Например, услуги российских экономических вузов менее востребованы среди иностранцев, чем услуги, скажем, медицинских или технических вузов по объективным внешним причинам. Таким образом, представителям контролирующих органов, на наш взгляд, не следует предъявлять единые требования к вузам, в частности по данному критерию.

4. Эффективность образовательной деятельности с позиций государственных органов управления

В данном случае эффективность образования принято рассматривать как производную от двух взаимосвязанных частей. Первая состоит из оценки внутреннего состояния услуги, что включает в себя педагогический персонал, программы, учащихся, инфраструктуру, внутреннюю и внешнюю среды.

Вторая связана с уровнем интенсивности и характером спроса на образовательные услуги (оценкой качества образовательной услуги, способностью выпускников трудоустроиться и показателем «польза для общества») внутри отдельного региона.

В 2014 г. оценка эффективности вузов проводилась по 9 критериям: образовательная деятельность, научно-исследовательская деятельность, международная деятельность, финансово-экономическая деятельность, инфраструктура, трудоустройство выпускников, контингент студентов, дополнительные показатели образовательных организаций и, наконец, кадровый состав. Чтобы вуз признали эффективным, ему необходимо было добиться установленных показателей минимум по четырем критериям. В итоге 1006 высших учебных заведений не смогли этого сделать [1].

Мы не будем подробно рассматривать представленные критерии. Обратим внимание на эффекты деятельности по оценке эффективности вузов.

Эффективность, например, экономических вузов, экономических факультетов вузов сектора монополистической конкуренции, возможно, ниже, чем в аналогичных вузах (факультетах) олигополистического сегмента (например, МГУ, НИУ ВШЭ и т. п.). Нужно ли тогда «оптимизировать» сеть вузов из первого списка или следует выбрать иной путь?

Ответ на данный вопрос необходимо дать по нескольким причинам. Во-первых, проведя институциональный анализ образования — анализ взаимодействия образования с другими институтами, легко доказывается, что любое образование более полезно, чем никакое. Это связано как с созданием дополнительной добавленной стоимости, так и с дополнительными положительными внешними эффектами. Органам контроля следует учитывать, чего лишается экономика страны или региона при закрытии любого вуза.

Во-вторых, нельзя отказывать в услуге, если люди хотят ее получить и за нее готовы платить. Задача государства, в частности в образовании, устанавливать такие нормы (институты), которые удовлетворяют большинство людей. Это важно, так как внешний механизм принуждения к исполнению

этих норм становится минимально затратным, поскольку большинство людей готовы эти нормы исполнять, вместе с тем минимизируется и коррупционная составляющая. Таков, на наш взгляд, основной принцип демократического государства.

В-третьих, для более эффективного функционирования хозяйства в рамках того или иного района вряд ли повсеместно нужна международная конвертируемость диплома.

В-четвертых, большое количество вузов на рынке образовательных услуг формируют конкурентную среду, что должно способствовать повышению качества образовательных услуг и снижению их цены.

Таким образом, функция контролирующих органов в этой области в большей степени должна заключаться, на наш взгляд, в определении множественности квалификационных признаков уровней подготовки кадров и критериев оценки качества предоставления образовательной услуги при окончательной аттестации выпускников.

Многие же из применяемых критериев эффективности деятельности вузов оценивают это качество весьма опосредовано. Рассмотрим, например, критерий эффективности «трудоустройство выпускников». Государство в рамках планируемого им госзадания является заказчиком образовательных услуг. Соответственно, заказчик должен планировать потребность в рабочей силе по разным направлениям подготовки для различных отраслей экономики. Однако эта ответственность данным критерием фактически перекладывается на вузы, что является парадоксом. Осуществляется подмена и дублирование функций территориальных органов трудоустройства, не всегда справляющихся со своими функциями, отделами трудоустройства вузов. Кроме того, сам критерий стопроцентного трудоустройства не стимулирует расширенное воспроизводство.

5. Эффективность образовательной деятельности с позиций государства

Эффективность образовательной деятельности можно рассматривать с точки зрения социально-экономических задач государства. В данном контексте стратегические цели высшего учебного заведения обычно локализуются в направлении выполнения государственных заданий на подготовку кадров и результативности их деятельности в части количественного и качественного соответствия выпуска специалистов потребностям региональных рынков труда.

Однако общепринятой концепцией эффективности образования с позиции государства и в тоже время «видимой верхушкой айсберга» является соотношение общих инвестиций в образование к экономическим показателям результата данных инвестиций. Это могут быть показатели из системы национальных счетов или совокупный рост оплаты труда.

Уйдем в исторический экскурс:

Многие теоретики человеческого капитала усматривали эффект образования и в абсолютных размерах, и в быстром приросте человеческого капитала, и в увеличении валового национального продукта (ВНП) от инвестиций на образование.

Одним из первых размеры человеческого капитала в США рассчитал в начале 60-х гг. XX в. Т. Шульц [3]. Он воспользовался следующим способом: стоимость одного года обучения каждого уровня (с учетом потерянных заработков) умножалась на число человеколет образования, накопленных населением к тому или иному моменту времени. По его расчетам, образовательный капитал, воплощенный в населении, в 1969 г. составлял 1307 млрд долл.; образовательный капитал, воплощенный в рабочей силе, — 873 млрд долл., а воспроизводимое материальное богатство — 1617 млрд долл.

Подобные расчеты, но по иной методике и с других позиций, осуществил известный российский специалист по экономическим проблемам образования В.И. Марцинкевич [7]. По его расчетам, фонд образования рабочей силы США в 1983 г. достиг 2104 млрд долл.; фонд образования населения — 2721 млрд долл., а вещественное национальное богатство — 3941 млрд долл. С 1952 по 1983 гг. в США фонд образования в расчете на одного занятого вырос в 3,8 раза, а капиталовооруженность — в 2,3 раза. Уровень вооруженности рабочей силы фондом образования (по издержкам на него) в 1983 г. составил 21,5 тыс. долл., тогда как вооруженность работников вещественным капиталом — 15,3 тыс. долл., то есть почти на треть ниже.

Денежная оценка абсолютных размеров той части человеческого капитала, которую лучше называть образовательным капиталом или фондом, позволяет рассчитать ряд важных показателей, характеризующих эффективность образования. К числу таких показателей следует, прежде всего, отнести макроэкономический показатель под названием «народно-хозяйственная отдача фонда образования». Это количество произведенного ВВП на единицу образовательного фонда страны в денежном выражении. Рассчитать этот показатель можно как соотношение ВВП к образовательному капиталу страны.

Если исходить из расчетных данных Т. Шульца, то здесь тот же показатель возможен в двух вариантах: на единицу образовательного фонда всего населения и работающей его части. В первом случае объем воспроизведенного богатства страны делится на образовательный капитал (фонд), воплощенный во всем населении, а во втором — в рабочей силе.

Поскольку размеры фонда образования рабочей силы меньше фонда образования всего населения, во втором случае результат оказывается более весомым. По мере опережающего роста ВВП по отношению к фонду образования в расчете на единицу последнего происходит увеличение размеров ВВП, что и означает повышение народно-хозяйственной эффективности образования.

Другим показателем, как бы обратным первому, может служить показатель интеллектуалоемкости производства, который говорит о том, сколько денежных единиц, аккумулированных в образовательном фонде, приходится на каждую единицу произведенного продукта. Показатель интеллектуалоемкости рассчитывается как отношение фонда образования к валовому национальному продукту.

Для установления уровня интеллектуалоемкости производства США в 60-е гг. воспользуемся теми же фактическими данными Т. Шульца. Разделим фонд

образования населения страны — 1307 млрд долл. — на общий объем продукции в сумме 1617 млрд долл. и получим 0,81 долл. Это означает, что в конце 1960-х гг. в США на каждый доллар созданного продукта приходилось немногим менее 1 доллара фонда образования населения.

Таким образом, с позиций государства вложение бюджетных средств в образование имеет более высокую отдачу, чем от вложений в другие сферы экономики при условии снижения потерь от государственного перераспределения средств бюджета в пользу образования (транзакционных издержек). Экономический эффект образования в масштабах национальной экономики определяется изменением качества трудового и научного потенциала, ростом производительности труда и, в конечном счете, ростом ВВП.

С положением о том, что более качественный труд как фактор производства дает более существенную экономическую отдачу, нельзя не согласиться. Однако, по нашему мнению, нельзя впрямую связывать общие инвестиции в образование и макроэкономические показатели. Проблема вышеизложенных расчетов и суждений заключается, во-первых, в отсутствии инструмента идентификации вклада образования в изменения макроэкономических показателей страны по отношению к другим положительным и отрицательным факторам, влияющим на эти показатели. Во-вторых, в отсутствии полноценной методики расчета суммы образовательного капитала. Образование как услуга (особенно прикладного характера) имеет короткий срок жизни и подвержена «моральному износу». Кроме классического образования в повышении компетенций следует учитывать такие формы, как самообразование, опыт, наставничество. В-третьих, помимо государственного финансирования (субсидирования) образования существуют часто не поддающиеся учету корпоративные и частные инвестиции в различные виды образовательных услуг. Также следует вспомнить об образовании за границей, получаемом гражданами страны. В-четвертых, когда мы соотносим образовательный капитал с каким-либо макроэкономическим показателем, то помимо стоимостной оценки инвестиций в образование нужно учитывать качество образовательного капитала. На наш взгляд, стоимостная оценка образовательного капитала и рыночная цена труда, определяющая прирост макроэкономических показателей — категории разные. В-пятых, не учитывается менеджмент как инструмент оптимального сочетания факторов производства, а также инструменты профессиональной адаптации. Таким образом, при одинаковой стоимости образовательного капитала мы можем получить очень разные результаты, выражаемые в макроэкономических показателях.

Следует заметить, что из-за разнородности, многокомпонентности и многомерности факторов, влияющих на результаты экономической деятельности государства в глобальной экономике, наличие не только количественных, но и качественных эффектов, даже англосаксонские представители экономической мысли, чьи взгляды об экономических процессах всегда находили математическое

выражение, отказываются от таких методов исследования. Например, образовательный капитал России за последние 2 года вряд ли мог значительно измениться, однако произошло существенное изменение макроэкономических показателей. Поэтому вместо простого соотношения «образовательный капитал – ВВП», мы получаем очень сложную многофакторную модель.

Для оценки изменения макроэкономических показателей в результате образовательной деятельности существуют и другие методы. Например, экспертный метод, с применением качественных или рейтинговых оценок. Так, Е.Н. Синдяшкина предлагает следующую методику оценки [8]. Каждый вид эффекта по образовательной программе оценивается по 3 критериям: направление действия (положительный — отрицательный), степень выраженности эффекта (слабый, умеренный, значительный) и масштабы охвата населения; вводится балльная шкала оценки, например, слабый эффект, охватывающий незначительную часть населения, оценивается в 1 балл, значительный эффект, охватывающий большинство населения, — в 5 баллов (с соответствующим знаком); суммируются оценки по разным видам эффекта, и выводится интегральная оценка социального эффекта. В ситуациях, когда формализованные методы не могут быть применены, для сопоставления различных видов эффекта следует использовать качественные оценки. Инструментами измерения качественных эффектов могут выступать анкетирование, опросы.

Другой подход заключается в том, что рост индивидуальных доходов обуславливается уровнем повышения образования и расценивается как следствие увеличения производительных возможностей экономики. Таким образом, измерителем экономического эффекта высшего образования выступает сумма прироста индивидуальных заработков тех, кто получил такое образование. Разумеется, при подобном подходе можно избежать таких «опасных моментов», как «сумма накопленного образовательного капитала» «народно-хозяйственная отдача фонда образования», и т. п. Однако проблемность данного подхода заключается в том, что он слишком напоминает уже рассмотренный выше теоретический посыл Беккера о «человеческом капитале», который еще следует доказать.

Другими словами, проблема данного подхода заключена, во-первых, в отсутствии инструментов оценки и идентификации вклада образования в изменения в оплате труда. Во-вторых, в противоречии рыночной концепции труда как товара. В-третьих, в неучете концепции самореализации человека (почему два человека с одинаковыми компетенциями получают разную оплату труда). Доказательством же данного подхода служат статистические выкладки и результаты опросов.

Вместе с тем можно принять концепцию, согласно которой в реальном секторе экономики рост образовательного уровня можно расценивать как причину увеличения ее производительных возможностей. Труд с приложением сравнительно более сложного и современного производственного капитала

(основных средств и нематериальных активов) предполагает либо создание более современного и рентабельного промежуточного или конечного продукта, либо увеличение норм выработки старого или традиционного продукта за счет увеличения производительности труда. В свою очередь, использование более сложного производственного капитала предполагает более высокий образовательный уровень работников, его использующих (и не только непосредственно, но и, например, инженеров).

Отсюда мы делаем достаточно простой вывод о том, что совокупность более совершенных факторов производства (труда и производственного капитала, которые можно объединить в производительную функцию) при безусловном совершенствовании производственных и управленческих технологий должна обеспечивать ускоренный рост макроэкономических показателей страны (например, ВВП как концепции добавленной стоимости в системе национальных счетов).

Необходимым условием совершенствования труда как фактора производства является образование. Объективной также является большая степень прироста основного капитала к цене прикладываемого труда. В масштабах макроэкономики в долгосрочном периоде именно этот фактор обеспечивает расширенное воспроизводство за счет более производительной отдачи рабочей силы и ее частичного высвобождения. Измерителем роста эффективности образования с позиции государства нужно принять соотношение прироста стоимости основного капитала, включая интеллектуальный капитал к приросту цены труда. Соответственно, в нормально развивающейся экономике это соотношение должно расти.

Данное положение верно для сфер реальной экономики: производства, строительства, сельского хозяйства, транспорта. Разумеется, в данной концепции мы должны полагаться на функцию рынка, предполагающую, что стоимость более сложных современных и эффективных производственных фондов выше, чем устаревших. Что же касается финансовой сферы или сферы обслуживания, то здесь стимулирующим фактором роста качества рабочей силы в большей степени является качественный рост производственных и управленческих технологий, достаточно сложных в их оценке.

Заработная плата в обозначенных условиях в нормально развивающейся экономике должна расти не только как стимулирующий фактор повышения качества рабочей силы, но и как фактор социальной справедливости. Однако в этот процесс вмешивается рынок труда «со своим спросом и предложением».

Можно заметить, что вышеизложенные положения очень близки к вышеизложенной оценке эффективности образования с позиции отдельной организации. Однако в масштабах государства основной капитал должен иметь более широкую трактовку — сети, коммуникации, энергетические возможности и др., то есть то, что для предприятия являлось факторами внешней среды и не включалось в актив баланса.

Концепция качественного роста производственного капитала и приложения к нему более качественного труда как фактора производства в производительной функции предполагает необходимость рассмотрения еще одного фактора производства — менеджмента. Используя термины «земля», «труд», «капитал» и «предпринимательская идея», следует полагать, что ускоренный рост расширенного воспроизводства должен быть реализован через управленческую функцию, которая выражается в наиболее эффективном сочетании факторов производства. Так, в принципе, можно посчитать цену каждого фактора в масштабе государства, соотнести их с ценами факторов в других странах и увидеть, что при примерной схожести экономический результат будет различен.

Выше говорилось о профессиональной самореализации, которая определяется в соотношении реализуемых компетенций и компетенций, имеющихся у человека. С этой точки зрения государство не только как потребитель, но и как покупатель образовательных услуг, должно вести себя как разумный хозяин, выстраивая наиболее эффективную систему использования трудового потенциала. Таким образом, еще одним критерием эффективности образования со стороны государства является коэффициент профессиональной самореализации, который определяется соотношением реализуемых компетенций и компетенций, имеющихся у человека. Многие студенты не посещают занятия, потому что знают, что уровень компетенций, заложенных в образовательных стандартах выше, либо вообще не соответствует требованиям, предъявляемым работодателем.

Заключение

Проявление эффекта образования можно рассматривать в трех независимых категориях (направлениях результативности). Во-первых, как формирование качественных трудовых ресурсов. Во-вторых, как экстерналий при реализации образовательных функций. В-третьих, как категорию, раскрывающую через мышление различные аспекты сфер бытия и формирующую личность, более многогранно воспринимающую действительность (формирование нового образа человека с иным качеством жизни).

С точки зрения государства экономическую эффективность высшего образования можно рассматривать как причину увеличения производительных возможностей экономики, которая проявляется в различных показателях качества трудового и научного потенциала, ростом производительности труда и, в конечном счете, ростом макроэкономических показателей. Однако в целях анализа эффективности образования по ряду причин крайне сложно соотнести накопленный образовательный капитал с макроэкономическими показателями.

В статье предлагается концепция сложного труда или производительной функции, в которую заложен принцип соответствия: чем сложнее и современнее основные фонды, тем сложнее прилагаемый к ним труд. Соответственно,

выше образовательный уровень и компетенции работника. Таким образом, в производительной функции измерителем эффективности образования становится соотношение цены основных средств и интеллектуальной собственности к цене прикладываемого труда. Чем больше такое соотношение, тем выше эффективность образования.

Вместе с тем эффективность образования определяется не только количеством и качеством приобретенных компетенций, но и рациональностью их использования в реальной среде, что является функцией государства и менеджмента организации.

Социальная эффективность высшего образования на государственном уровне проявляется в социальной стабилизации общества и в общем повышении уровня жизни населения. Кроме этого, следует учитывать экономию бюджетных средств в правоохранительной области и обороне. Первое связано с общим повышением поведенческой культуры людей, окончивших, в частности, учреждения высшего образования и, как следствие, совершающих меньшее количество правонарушений. Второе — с базовой подготовкой и лучшей восприимчивостью к новым знаниям в случае призыва выпускника на действительную воинскую службу.

На рынке образовательных услуг проявляется эффективность управления и функционирования высшего учебного заведения в форме его конкурентоспособности и общего положения на рынке. В данном случае уместнее говорить об экономической эффективности, хотя и не в полной мере коммерческого понимания данного термина, поскольку получение прибыли для вуза не является самоцелью. Определяющими экономическую эффективность показателями в данном случае являются объем совокупного (бюджетного и внебюджетного) дохода, уровень затрат, а также структура расходов вуза, раскрывающая его реальные возможности и конкурентную устойчивость.

С позиций регионального рынка труда можно говорить о социальной эффективности высшего и профессионального образования при наличии положительной динамики показателей занятости и безработицы, в том числе молодых специалистов.

Экономическая эффективность высшего и профессионального образования для работодателя — это разница между предельным доходом, получаемым предприятием в результате найма соответствующего специалиста и затратами на его подготовку и оплату труда, а также в определении набора требуемых компетенций, когда труд отдельного работника невозможно идентифицировать в экономических показателях деятельности организации.

В отношении индивидуума об эффективности высшего и профессионального образования можно говорить в двух направлениях: экономической эффективности вложений в образование с учетом так называемых издержек упущенных возможностей и социальной эффективности в форме повышения образовательного, профессионального уровня и, как следствие, повышения

оплаты труда и статусного положения в обществе. Однако заработная плата зависит не только от объема и качества приобретенных компетенций, а еще и от уровня отдачи этих компетенций (уровня профессиональной самореализации) в реальной социальной среде. Также следует обратить внимание на то, что в результате образовательного процесса у личности раскрываются новые стороны бытия, которые раньше оставались за гранью понимания субъекта. Мировосприятие становится богаче, и, как следствие, повышается качество жизни.

Рассматривая в целом результат влияния образования на социум, следует обратить внимание на категорию «качество жизни населения». С позиций социальной эффективности — это формирование более совершенной культурной среды, то есть повышение уровня поведенческой, материальной и оценочной культуры. Таким образом, эффективность образования — многосторонняя категория, которая включает как экономическую, так и социальную составляющие.

Литература

1. Университет ИТМО. Ifmo.ru. URL: http://www.ifmo.ru/ru/viewnews/4493/izmeneny_kriterii_ocenki_effektivnosti_rossiyskih_vuzov.htm#ixzz3sLtCNXa1
2. *Leontief W.* Input — output economics. Oxford: Oxford University Press, 1986.
3. *Schultz T.W.* Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research. New York: Free Press. 1971.
4. *Бойко М., Болотник М.* Результаты мониторинга профессиональных компетенций выпускников как показатель качества образовательного процесса // Экономические проблемы современности: сб. статей. 2012.
5. *Кугаенко А.А., Левицкий М.Л.* Методы и модели определения эффективности народного образования. Прометей, 1990.
6. *Левицкий М.Л., Хлебников К.В., Черкашин О.Ю.* Гипотезы перехода к экономике качества жизни // Научное мнение. 2015. № 11.
7. *Марцинкевич В.И.* Инвестиции в человека: экономическая наука и российская экономика // Мировая экономика и международные отношения. 2005. № 9.
8. *Синдяшкина Е.Н.* Вопросы оценки видов социального эффекта при реализации инвестиционных проектов // Проблемы прогнозирования. 2010. № 1.
9. *Струмилин С.Г.* Хозяйственное значение народного образования. М.: Экономическая жизнь, 1924.
10. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «Об образовании в Российской Федерации». Гл. 1, ст. 2.

Literatura

1. Universitet ITMO. Ifmo.ru. URL: http://www.ifmo.ru/ru/viewnews/4493/izmeneny_kriterii_ocenki_effektivnosti_rossiyskih_vuzov.htm#ixzz3sLtCNXa1
2. *Leontief W.* Input — output economics. Oxford: Oxford University Press. 1986.
3. *Schultz T.W.* Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research, New York: Free Press. 1971.
4. *Bojko M., Bolotnik M.* Rezul'taty' monitoringa professional'ny'x kompetencij vy'pusnikov kak pokazatel' kachestva obrazovatel'nogo processa // E'konomicheskie problemy' sovremennosti: sb. statej. 2012.

5. *Kugaenko A.A., Leviczkiy M.L.* Metody' i modeli opredeleniya e'ffektivnosti narodnogo obrazovaniya. Prometej, 1990.
6. *Leviczkiy M.L., Xlebnikov K.V., Cherkashin O.Yu.* Gipotezy' perexoda k e'konomike kachestva zhizni // Nauchnoe mnenie. 2015. № 11.
7. *Marcinkevich V.I.* Investicii v cheloveka: e'konomicheskaya nauka i rossijskaya e'konomika // Mirovaya e'konomika i mezhdunarodny'e otnosheniya. 2005. № 9.
8. *Sindyashkina E.N.* Voprosy' ocenki vidov social'nogo e'ffekta pri realizacii investicionny'x proektov // Problemy' prognozirovaniya. 2010. № 1.
9. *Strumilin S.G.* Hozyajstvennoe znachenie narodnogo obrazovaniya. M.: E'konomicheskaya zhizn', 1924.
10. Federal'ny'j zakon ot 29.12.2012 № 273-FZ (red. ot 30.12.2015) «Ob obrazovanii v Rossijskoj Federacii». Gl. 1, st. 2.

*M.L. Levitskiy,
K.V. Xlebnikov,
O.Y. Cherkashin*

Methodological Prerequisites of the Studies of Efficiency of Education

The article presents the analysis of efficiency and effectiveness of education from a perspective of an individual, employers, state, educational institution, government authorities. The authors give an assessment and critics of the most significant approaches to the analysis of the efficiency of education of Russian and foreign economists in respect of the modern conditions of managing. They suggests methods of evaluation of efficiency of education within a concept of “complex labour”.

Keywords: efficiency of education; effectiveness of education; professional self-realization; professional competency; educational service; productive function; external effects; quality of life; intellectual capital.

**Е.В. Манакова,
Я.Г. Прима**

Исследование факторов, определяющих конкурентоспособность образовательных учреждений среднего профессионального образования

В статье рассматриваются актуальные вопросы состояния сферы образовательных услуг и управления конкурентоспособностью образовательных организаций, входящих в систему среднего профессионального образования (СПО). Также исследуются подходы разных авторов к трактовке понятий «конкурентоспособность», «конкурентная борьба» с учетом специфики рынка образовательных услуг. На основе проведенного опроса руководителей учреждений СПО города Москвы выделяются детерминантные факторы, определяющие конкурентоспособность отдельных учреждений СПО, и предлагается подход к формированию комплексного показателя оценки их конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность; рынок образования; рынок труда; факторы среды; среднее профессиональное образование; образовательная услуга.

По мере внедрения принципов рыночной экономики в систему российского образования и в условиях обострения конкурентной борьбы за привлечение потенциальных абитуриентов все более актуальным становится использование маркетинговых инструментов в управлении образовательными учреждениями. Нестабильность и зачастую непредсказуемость внешней среды деятельности организаций обуславливают необходимость принятия всех управленческих решений на основе знания текущей конъюнктуры как рынка образования, так и рынка труда применительно к региону, в котором функционирует образовательное учреждение. Особое место здесь занимают вопросы прогнозирования потребности в кадрах рабочих и специалистов, которая должна увязываться с развитием системы профессионального образования, а точнее — служить ориентиром при определении не только необходимых масштабов и направлений подготовки рабочей силы, но и ее структуры в профессионально-квалификационном разрезе [8–10].

Конкуренция как главная движущая сила любого рынка вынуждает образовательные организации постоянно генерировать новые идеи оказания образовательных услуг и искать перспективные направления их развития, а также формировать источники повышения своей конкурентоспособности. Учитывая незначительный опыт функционирования большинства образовательных организаций в рыночной среде, можно сказать, что система принципов и методов

исследования конкурентоспособности образовательного учреждения еще находится в стадии формирования. Это обуславливает необходимость обоснования научных подходов к изучению конкурентоспособности как интегрированной экономической категории [1], а также к определению специфических инструментов управления конкурентоспособностью организаций в сфере образования.

Понятие «конкурентоспособность образовательной организации» является достаточно слабо проработанным в российской экономической науке, поэтому с точки зрения определения его сущности и необходимости обозначения свойственных ему черт необходимо прежде всего уточнить сам термин «конкурентоспособность», адаптируя его к сфере образовательных услуг. Анализ различных публикаций, посвященных вопросам исследования конкурентоспособности, показывает сложность и неоднозначность в толковании данного понятия. Чаще всего термин «конкурентоспособность» применяется в контексте способности объектов конкурировать, бороться или противостоять чему-либо.

Обобщение результатов проведенного исследования существующих трактовок понятия «конкурентоспособность» позволяет сделать следующие выводы:

- конкурентоспособность организации является интегральным показателем и отражает системность и эффективность использования всех ее ресурсов;
- конкурентоспособность организации является динамическим показателем, измерение которого может быть затруднено наличием огромного количества одновременно воздействующих на нее как внутренних, так и внешних факторов;

- конкурентоспособность является показателем относительным; она определяется всегда в процессе сравнения с другой действующей в аналогичной сфере организацией или с неким эталоном, принятым за бенчмарк (сопоставительный анализ на основе эталонных показателей);

- большинство исследователей рынка образовательных услуг не используют для определения конкурентоспособности образовательного учреждения такой традиционный в маркетинге показатель, как занимаемая организацией доля рынка, поскольку ее объективное определение в данной сфере деятельности является само по себе большой проблемой;

- конкурентоспособность организации и ее услуг являются взаимосвязанными и взаимовлияющими понятиями, однако конкурентоспособность организации определяется одним набором свойств и характеристик, а конкурентоспособность услуг — чаще всего совсем иным.

В общем виде можно утверждать, что быть конкурентоспособным образовательным учреждением — это значит иметь на сегодняшний день набор наилучших социально-экономических показателей, значимых для потенциальных потребителей образовательных услуг, которые позволят ему выделиться среди других образовательных учреждений. Соответственно, конкурентная борьба между образовательными организациями по своему содержанию может быть определена как совокупность действий, направленных на формирование конкурентного

превосходства, обеспечивающего отстройку (отличие) образовательного учреждения от ближайших конкурентов и завоевание устойчивых позиций на рынке образовательных услуг.

Если говорить о текущей ситуации на рынке образовательных услуг, то сегодня на нем конкурируют не только и не столько отдельные образовательные учреждения, сколько целые образовательные системы. Можно констатировать заметное обострение конкуренции между системами высшего и среднего профессионального образования, причем расклад сил пока явно не на стороне последнего. Хотя взятый правительством тренд на укрупнение вузов и резкое сокращение числа бюджетных мест по наиболее популярным направлениям подготовки в системе высшего образования (ВО) сделал свое дело и несколько сократил приток абитуриентов в высшие учебные заведения. Так, в 2015 г. отношение количества бюджетных мест в вузах к количеству выпускников школ составляло примерно 57 на 100 человек, то есть только каждый второй выпускник имел возможность получить высшее образование бесплатно. Всего, по данным сайта Учеба.ру, в 2015 г. было выделено 576 тысяч бюджетных мест в вузах, притом что было на 41 % увеличено количество бюджетных мест в колледжах (т. е. почти на 200 тысяч по сравнению с 2014 г.). Это, как объяснил Министр образования РФ Д. Ливанов, связано с «ростом интереса выпускников девятых классов школ к продолжению обучения по программам среднего профессионального образования» [12].

Однако сама среда, в которой функционируют сегодня учреждения высшего (ВО) и среднего профессионального образования (СПО), находится в стадии реформирования, что чрезвычайно усложняет задачу образовательным организациям оперативно адаптироваться под эти изменения. Министерство образования и науки РФ в своих целях и задачах на 2015 г. особое внимание уделяло вопросам повышения качества и конкурентоспособности российского образования [11]. Среди приоритетных задач были обозначены: повышение зарплаты педагогов и научных сотрудников и обеспечение 100 %-ной доступности к 2016 г. дошкольного образования для детей в возрасте от трех до семи лет. Кроме того, особо была подчеркнута необходимость: «обеспечение соответствия качества подготовки профессиональных кадров потребностям российской экономики», а наибольший дисбаланс на рынке труда как раз и наблюдается в спросе и предложении высококвалифицированных рабочих кадров, которых призвана готовить система СПО. Еще более усложняет ситуацию на рынке образовательных услуг тот факт, что Министерство образования и науки РФ сняло с себя ответственность за две образовательные системы (начальное профессиональное образование (НПО) и СПО), передав их в ведение субъектов Федерации. Хотя есть ряд проблем, связанных с необходимостью изменения имиджа СПО, повышения привлекательности рабочих профессий, которые можно решить только на уровне государства в целом. А на региональном уровне необходимо добиться, прежде всего, сбалансированности спроса

и предложения рабочей силы в профессионально-квалификационном разрезе. При этом обеспеченность соответствующих регионов квалифицированными кадрами будет напрямую зависеть от того, насколько эффективно функционирует их система СПО, кого и в каком количестве она выпускает.

Какие же факторы определяют сегодня конкурентоспособность образовательной организации? Какими показателями можно ее охарактеризовать? Каждое образовательное учреждение сегодня действует в рыночной среде и находится под влиянием всех компонентов этой среды. С позиций менеджмента вся совокупность факторов, влияющих / определяющих конкурентоспособность образовательных учреждений (ОУ), может быть разделена на 3 большие группы:

- внешние факторы, которые генерируются макросредой и на действие которых образовательная организация не может повлиять, а только вынуждена их мониторить и соответствующим образом реагировать на происходящие изменения;
- факторы непосредственного окружения — предпочтения потребителей, поведение конкурентов, партнеров и др. Следует отметить, что в условиях нестабильности и кризиса способности организации эффективно управлять отношениями со всеми контрагентами (в том числе и представителями рынка труда) придается первостепенное значение;
- внутренние факторы, полностью подвластные управленческому воздействию со стороны менеджмента ОУ.

В.Ю. Калачевым [2] предложен инструмент стратегического анализа, позволяющий определить степень воздействия сил внешней среды на конкретное образовательное учреждение (ОУ). Рассмотрев модель М. Портера применительно к рынку образовательных услуг, автор выделил ведущие силы конкуренции на этом рынке и сформулировал показатели, определяющие величину каждой силы и направление ее воздействия.

Автор не только обозначил наиболее значимые факторы, воздействующие на конкурентоспособность организации, но и сформировал на их основе алгоритм выбора организацией конкурентной стратегии, наиболее адекватной сложившейся рыночной ситуации. Так, в текущий период времени в качестве основных конкурентных стратегий для образовательных учреждений СПО автором предложены: лидерство по цене на широком рынке и лидерство по цене в рыночной нише. Первая стратегия реализуется сегодня в основном крупными самостоятельными отраслевыми техникумами и колледжами, осуществляющими подготовку специалистов по широкому спектру специальностей. Лидерство по цене в рыночной нише — стратегия, применяемая, как правило, техникумами и колледжами, которые функционируют как структурное подразделение вузов.

С целью идентификации факторов, определяющих конкурентоспособность образовательных учреждений системы СПО города Москвы, сотрудниками Института делового администрирования МГПУ в сентябре 2013 г. был проведен

экспертный опрос руководителей образовательных организаций, находящихся в подчинении Департамента образования города Москвы. Всего было разослано по электронной почте 85 анкет, из которых были заполнены 38. На вопрос о том, какой уровень конкурентной борьбы является наиболее актуальным для учреждений СПО (конкуренция между СПО и вузами, конкуренция между СПО разных профилей или конкуренция между СПО одного профиля), были получены следующие ответы.

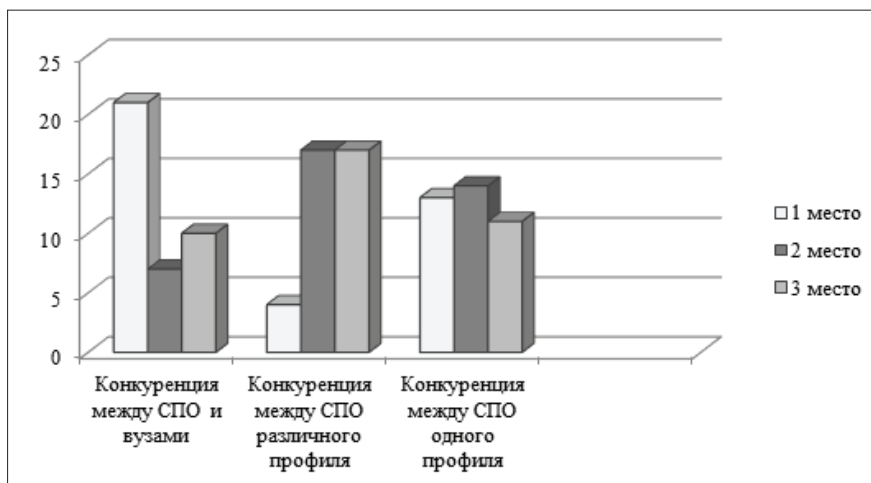


Рис. 1. Степень значимости конкуренции между различными уровнями подготовки и внутри одного уровня (по мнению руководителей образовательных учреждений СПО г. Москвы)

Как видно из рисунка 1, руководители организаций наиболее важной в настоящее время считают вертикальную конкуренцию — между вузами и учреждениями СПО, затем — конкуренцию между СПО одного профиля и только на третье место по значимости ставят конкуренцию между учреждениями СПО разных профилей. То есть, как считают руководители ОУ, в первую очередь абитуриенты задумываются о выборе профессии, а уже затем подбирают подходящее учебное заведение. Причем, как показал ранее проведенный опрос молодежи [7], большая часть выпускников изначально планирует поступление в вуз и только в случае невозможности реализации этих намерений делает выбор в пользу учреждения СПО (при этом близкого к изначально выбранному профилю).

В ходе экспертного опроса, проведенного исследовательской группой ИДА, руководителям образовательных учреждений задавался вопрос: «Какие факторы, по Вашему мнению, формируют параметры конкурентоспособности организации в сфере СПО?». Полученные ответы представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Факторы, определяющие конкурентоспособность учреждения СПО
(относящиеся к внутренней среде и контролируемые менеджментом организации)**

№	Внутренние (управляемые факторы) / показатели конкурентоспособности учреждений СПО	Кол-во / %, вес
1	<p>Качество образовательных услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Высокий уровень качества предоставляемых образовательных услуг (образовательные результаты) (9). • Ориентированность процессов обучения на практическую составляющую, большое количество часов на производственное обучение (3). • Наличие реальной профессиональной практики на действующих высококласных предприятиях (2). • Применение эффективных технологий обучения, обеспечивающих фундаментальные знания, формирующих практические умения и навыки (2). • Современная информационная образовательная среда, позволяющая выстраивать индивидуальные образовательные траектории, наличие и использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) (2). • Ориентация содержания основных профессиональных образовательных программ СПО на интеграцию компонентов общеобразовательного и специального обучения, его регулярное обновление (3). • Наличие современной учебно-методической базы, количество грифованных авторских программ, учебных, методических пособий, электронных образовательных ресурсов — разработанных педагогами образовательного учреждения (4). • Научно-методическая и инновационная деятельность коллектива. • Определение структуры основных образовательных программ, реализуемых в образовательных учреждениях, на основе учета внешних (социально-экономических, нормативно-правовых, культурных) и внутренних (организационно-педагогических и содержательно-технологических) факторов. • Расширение пространства возможностей (использование современных технологий в учебном процессе, новое оснащение, большой спектр дополнительных профессиональных образовательных услуг и др.). • Реализация инновационных форм и методов обучения (2). • Использование в учебном процессе современных информационно-коммуникационных технологий (2). • Реализация проекта долгосрочных (не менее трех месяцев) международных стажировок для студентов. • Участие и количество побед образовательного учреждения в мероприятиях городского, межрегионального, международного уровней (2). 	<p align="center">35 / 92 %</p> <p align="center">Весомость данной группы факторов 0,20</p>

№	Внутренние (управляемые факторы) / показатели конкурентоспособности учреждений СПО	Кол-во / %, вес
2	<p>Взаимодействие с работодателями, социальное партнерство и поддержка трудоустройства выпускников:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Поддержка трудоустройства выпускников (наличие договоров с предприятиями на гарантированное трудоустройство выпускников колледжа) (9). • Развитие социального партнерства с работодателями (8). • Формирование и развитие системы механизмов взаимодействия учебных заведений с предприятиями и частным бизнесом разного уровня (5). • Системное взаимодействие между крупными предприятиями / организациями федерального подчинения, обладающими современными технологиями в машиностроении (автомобилестроении, авиастроении, ракетостроении и пр.), радиоэлектронике и других высокотехнологичных направлениях) и учреждениями СПО <u>городского</u> подчинения. • Международное признание и членство в признанных международных организациях, например WACS (Всемирная ассоциация кулинаров), EURHODIP (Ассоциация, объединяющая передовые гостиничные школы Европы) (2). • Межрегиональное и международное сотрудничество. • Социальная активность образовательного учреждения для региона и социума. 	<p>28 / 74 %</p> <p>Весомость 0,16</p>
3	<p>Качество выпускников:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Востребованность, конкурентоспособность выпускников на рынке труда, % трудоустройства по специальности (11). • Отзывы работодателей, отсутствие рекламаций на качество подготовки выпускников (4). • Закрепление выпускников на рабочих местах и достаточно быстрое карьерное продвижение (3). • Качество профессиональной подготовки для осуществления профессиональной деятельности (2). • Освоение не только общих, профессиональных, но и дополнительных компетенций, дающих возможность выпускнику стать мобильным на рынке труда. • Качество личности, формирование профессионального мышления для реализации профессиональных компетенций. • Уровень творческого потенциала студентов, их общественная активность. • Количество дипломов с отличием. • Непрерывный мониторинг карьерной лестницы выпускников ОУ СПО 	<p>25 / 66 %</p> <p>Весомость 0,15</p>

№	Внутренние (управляемые факторы) / показатели конкурентоспособности учреждений СПО	Кол-во / %, вес
4	<p>Профиль / ассортимент образовательных услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Многопрофильность образовательных программ, количество предлагаемых образовательных услуг для обучающихся, а также для различных категорий взрослого населения, в том числе для лиц с ограниченными возможностями здоровья (6). • Открытие новых специальностей и их востребованность на рынке труда (6). • Развитие системы дополнительного профессионального образования (5). • Соответствие набора образовательных программ постоянно меняющимся условиям жизни общества (2). • Разнообразии форм обучения и их широкий выбор, наличие дистанционного образования (2). • Конкурентоспособные специальности ОУ, ориентированные на долгосрочные потребности рынка труда. • Дополнительные образовательные возможности, предоставляемые обучающимся (кружки, спортивные секции, факультативы, народные промыслы и т. д.) (2). 	<p>24 / 65 %</p> <p>Весомость 0,13</p>
5	<p>Материально-техническая база:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Наличие современной материально-технической базы образовательного учреждения и ее развитие (12). • Оснащенность учебно-материальной базы современной техникой, оборудованием, унифицированные учебно-производственные лаборатории, ориентированные на подготовку специалистов по различным специальностям (3). • Материально-техническая обеспеченность учебно-лабораторной и инструментальной базы, библиотечными фондами. • Наличие собственного производства и возможности реализации продукции • Наличие благоустроенных общежитий у ОУ (2). • Финансовое состояние (достаточное финансирование из бюджетных источников и наличие собственных внебюджетных средств). • Возможность эффективного использования ресурсов для организации профессионального обучения 	<p>21 / 55 %</p> <p>Весомость 0,12</p>
6	<p>Имидж образовательного учреждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Имидж образовательного учреждения (5). • Имидж (репутация) учреждения и каждого члена коллектива. • Отзывы (мнения) выпускников и их родителей о колледже (3). • Рейтинг учреждения среди колледжей (2). • Известность (многолетняя работа) на рынке услуг, труда (2). • Популярность учебного заведения. • Выполнение плана приема с конкурсом. • Востребованность образовательных услуг колледжа (привлечение взрослого населения). 	<p>15 / 39 %</p> <p>Весомость 0,9</p>

№	Внутренние (управляемые факторы) / показатели конкурентоспособности учреждений СПО	Кол-во / %, вес
7	<p>Связь с профильными вузами и возможности дальнейшего обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Связь с профильными вузами (возможность обучения по сокращенным срокам после окончания колледжа) (6). • Сетевое взаимодействие с организациями (вузы; организации, осуществляющие научно-методическое руководство образовательным процессом) (2). • Возможность получения более высокого уровня профессионального образования. 	<p>9 / 24 %</p> <p>Весомость 0,05</p>
8	<p>Маркетинг / Позиционирование:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рекламная политика образовательного учреждения и ее эффективность (3). • Наличие действующего сайта учреждения и его информативность (2). • Анализ потенциального спроса на образованную рабочую силу различного уровня квалификации, прогнозирование спроса с учетом среднего периода обучения рабочей силы. • Наличие позитивной информации об ОУ в СМИ и на интернет-порталах. • Грамотный маркетинг предлагаемых услуг. 	<p>8 / 21 %</p> <p>Весомость 0,04</p>
9	<p>Учебно-воспитательная работа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Привлекательность сложившейся в колледже системы личностного развития подростков. • Образовательный процесс в СПО соответствует современной образовательной парадигме, которая предполагает личностную направленность профессионального обучения студентов (2). • Качество внеучебной воспитательной работы и активная внеурочная жизнь (2). • Эффективная работа с родителями обучающихся. 	<p>6 / 16 %</p> <p>Весомость 0,03</p>
10	<p>Месторасположение ОУ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Место расположения образовательного учреждения (транспортная доступность, близость метро) (4). 	<p>4 / 11 %</p> <p>Весомость 0,02</p>

Как следует из представленных данных, подавляющее большинство руководителей в первую очередь отмечают факторы, касающиеся состояния внутренней среды и поддающиеся управленческим воздействиям со стороны менеджмента образовательной организации (за исключением месторасположения, которое в условиях мегаполиса практически не подвергается корректировке). И только незначительная часть руководителей выделила факторы внешнего окружения, коррекция влияния которых на ОУ должна осуществляться на государственном и/или региональном уровнях управления (см. табл. 2).

Таблица 2

**Факторы, определяющие конкурентоспособность учреждения СПО
(неподвластные управленческим воздействиям со стороны менеджмента
отдельной образовательной организации)**

№	Факторы внешней среды	Кол-во / %
1	Отношение в обществе к системе СПО и соответствующим профессиям: <ul style="list-style-type: none"> • Социальная значимость профессии, ее престиж (6). • Пропаганда в СМИ значимости профессии. • Устойчивые стереотипы «второсортности» системы среднего профессионального образования по сравнению с высшим профессиональным образованием. • Востребованность соответствующих профессий и специальностей выпускниками школ города Москвы. • Мода, предпочтения абитуриентов и их родителей. • Непривлекательность высокотехнологичных специальностей (металлообработка, машиностроение, химическое и полимерное производство, ЖКХ и пр.). 	10 / 26 %
2	Состояние рынка труда и спрос на соответствующих специалистов: <ul style="list-style-type: none"> • Востребованность на рынке труда специальностей или профессий выпускников учреждений СПО (6). • Развитие соответствующей отрасли. • Состояние регионального рынка труда. 	8 / 19 %
3	Конкурентная среда <ul style="list-style-type: none"> • Резкий рост количества вузов в городе Москве (2). • Чрезмерная доступность системы высшего профессионального образования, наличие вузов-«пылесосов». 	3 / 8 %
4	Наличие системы льгот для выпускников СПО при поступлении в вузы по профилю полученной специальности	1 / 3 %
5	Наличие / отсутствие отсрочки от службы в ВС РФ для выпускников 11 классов	1 / 3 %
6	Продолжающийся демографический спад	1 / 3 %
7	Системная организация целевой подготовки рабочих и специалистов для высокотехнологичных производств	1 / 3 %
8	Наличие общественно-профессиональной аккредитации образовательных организаций в сфере СПО	1 / 3 %

Таким образом, по мнению руководителей образовательных учреждений системы СПО города Москвы, на конкурентоспособность организации на современном этапе развития рынка образовательных услуг воздействует целый комплекс взаимосвязанных и взаимовлияющих факторов, отражающих состояние и динамику внешней социально-экономической среды, и позицию конкретного образовательного учреждения. Конкурентоспособность, соответственно, может быть определена как интегральная характеристика организации, которая включает следующие составляющие: экономические, маркетинговые, материально-

технические, кадровые, научные, образовательные, технологические, инфраструктурные, а также выступает неким гарантом конкурентоспособности студентов и выпускников ОУ на рынке труда. То есть ее формирование происходит на основе учета и рационального сочетания требований представителей рынка труда к качеству и количеству рабочей силы, с одной стороны, и запросов потребителей рынка образовательных услуг к содержательной стороне обучения, уровню квалификации преподавателей, к состоянию материально-технической базы, организационно-методическому обеспечению учебного процесса — с другой стороны.

Что касается набора показателей по каждому элементу конкурентоспособности, то они могут быть сформулированы и количественно измерены (в том числе и на основе экспертных оценок, в баллах) дифференцированно для соответствующего профиля учебных учреждений. Некоторые показатели могут быть универсальными и применимыми для оценки конкурентоспособности ОУ любого профиля. Это, например:

- поддержка в трудоустройстве — определяется по наличию договоров о социальном партнерстве с предприятиями (% предложенных вакансий к общему числу выпускников);
- качество выпускников как основной индикатор конкурентоспособности ОУ — по их трудоустройству (% подтверждений работодателей к общему количеству выпускников, направленных на работу);
- удовлетворенность потребителей: работодателей, студентов, родителей (% удовлетворенности по результатам проведенных опросов);
- маркетинговая составляющая — оценивается по качеству сайта организации и количеству его посещений, динамике воспринимаемого имиджа организации (изменение средних оценок в баллах).

Другие показатели целесообразно применять только в образовательных учреждениях определенного профиля подготовки. Данные показатели должны быть разработаны с учетом специфики будущей профессиональной деятельности выпускников СПО и одобрены (приняты) представителями как образовательных учреждений СПО, так и работодателями (с точки зрения адекватности этих показателей уровню конкурентоспособности ОУ и соответствию его выпускников запросам рынка труда).

Кадровая составляющая оценки конкурентоспособности учреждения СПО должна содержать такие показатели, как:

- наличие современных учебно-методических комплексов (УМК) по всем читаемым дисциплинам (в том числе и в электронном виде);
- количество (удельный вес) учебно-методических разработок преподавателей ОУ, прошедших региональную (федеральную) экспертизу;
- количество (удельный вес) научных статей, тезисов докладов, опубликованных в федеральных (региональных) изданиях;
- удельный вес преподавателей, повысивших квалификацию за исследуемый период, в том числе во внешних по отношению к данному ОУ организациях.

Кроме того, критериями и показателями комплексной оценки профессионально-педагогической деятельности могут быть: уровень использования педагогом инновационных методов преподавания, его усилия по развитию творческой активности учащихся, уровень владения современными педагогическими и интерактивными технологиями, его стремление к профессиональному росту и саморазвитию, уровень культуры общения со студентами и участие в воспитательном процессе. Регулярное измерение данных показателей на основе проведения внутренних анонимных опросов позволяет фиксировать динамику развития профессиональной компетентности педагогов и управлять этим процессом.

Помимо маркетинговой и кадровой составляющей аналогично определяются индикаторы для остальных параметров конкурентоспособности образовательного учреждения, устанавливается коэффициент эффективности каждого элемента, а затем рассчитывается коэффициент конкурентоспособности образовательного учреждения в целом, как их среднее арифметическое взвешенное. Весомость каждого блока факторов / показателей конкурентоспособности вычисляется на основе подсчета удельного веса экспертов, отметивших данный блок показателей по отношению к их общему числу (в соответствии с табл. 1).

В конце каждого учебного года данный анализ может дополняться традиционными показателями системы менеджмента качества образовательных учреждений (СМК), и формируется заключение о динамике уровня конкурентоспособности ОУ за исследуемый период, на основе которого формулируются цели и задачи на новый учебный год.

Основой построения системы управления конкурентоспособностью учреждений СПО так или иначе является первоначальная разработка системы показателей, определение их значений в текущий момент времени, разработка стратегий развития ОУ, мониторинг изменений и достижение в установленные сроки целевых комплексных показателей конкурентоспособности для обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности учреждения по сравнению с конкурентами.

Процесс управления конкурентоспособностью должен выстраиваться на базе непрерывного совершенствования качества образовательных услуг («петли качества»), т. е. на основе анализа внешней среды ежегодно производится пересмотр целевых показателей и конкурентных преимуществ образовательного учреждения с последующим совершенствованием деятельности и возвратом к первой фазе. Управление конкурентоспособностью организации в условиях реформирования российской системы образования с учетом общей социально-экономической нестабильности — это, по сути, управление процессом перемен, происходящих не только на организационном, но и на государственном уровнях. Для более успешного, конкурентоспособного развития образовательного учреждения его руководителям необходимо эффективно взаимодействовать со всеми субъектами как рынка труда, так и рынка образовательных услуг. Механизмы такого взаимодействия, применяемые сегодня рядом учреждений СПО разнообразны:

это и различные виды социального партнерства, и интеграция в систему многоуровневого образования, а также различные направления инновационной и маркетинговой деятельности [3–6]. Особо важным является и изучение человека (потенциального абитуриента и его родителей), его психологические особенности и возможности.

Литература

1. *Игрунова О.М., Грачева Е.Н.* Исследование подходов к определению понятия конкурентоспособности // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: «Экономика». 2012. № 2. С. 123–128.
2. *Калачев В.Ю.* Управление инновационной деятельностью образовательного учреждения как фактор повышения конкурентоспособности среднего профессионального образования: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. Ростов н/Д, 2009.
3. *Манакова Е.В.* Маркетинговые подходы к исследованию конъюнктуры рынка образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: «Экономика». 2012. № 6 (18). С. 5–14.
4. *Манакова Е.В.* Требования работодателей к выпускникам вузов: компетентностный подход // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: «Экономика». 2014. № 1 (25). С. 15–25.
5. *Манакова Е.В., Прима Я.Г.* Конверсионный маркетинг как основа повышения конкурентоспособности образовательной услуги в среднем профессиональном образовании // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: «Экономика». 2015. № 1. С. 79–88.
6. *Манакова Е.В., Прима Я.Г.* Механизмы повышения конкурентоспособности учреждений среднего профессионального образования // Перспективные направления социально-экономического развития России: сб. мат-лов Междунар. научно-практ. конфер. 2015. С. 69–77.
7. *Манакова Е.В., Мищенко С.Н., Морозовская Л.Л., Прима Я.Г., Чекрышова И.И.* Пути повышения конкурентоспособности учреждений СПО города Москвы. М.: МГПУ. 2015.
8. *Манакова Е.В., Мищенко С.Н., Морозовская Л.Л., Прима Я.Г.* Исследование конъюнктуры и уровня удовлетворенности потребителей рынка образовательных услуг. М.: ИЦ МГАДА, 2013.
9. *Мищенко С.Н.* Совершенствование взаимодействия вузов города Москвы с работодателями: маркетинговый подход // Социально-экономические и психологические проблемы управления: сб. науч. ст. по мат-лам I (IV) Междунар. научно-практ. конфер., проходившей в Московском городском психолого-педагогическом университете / под ред. М.Г. Ковтунович. М., 2013. С. 426–438.
10. *Морозовская Л.Л.* Востребованность выпускников СПО и ВПО на московском рынке труда // Социально-экономические и психологические проблемы управления: сб. науч. ст. по мат-лам I (IV) Междунар. научно-практ. конфер., проходившей в Московском городском психолого-педагогическом университете / под ред. М.Г. Ковтунович. М., 2013. С. 439–448.
11. Цели ясны: Минобрнауки опубликовало декларацию задач на 2015 год. URL: http://www.edu.ru/index.php?page_id=5&topic_id=22&date=&sid=33532&ntype=nuke

12. Ливанов: число бюджетных мест в колледжах России увеличено на 41 %. URL: <http://ria.ru/society/20150820/1197140253.html>

Literatura

1. *Igrunova O.M., Gracheva E.N.* Issledovanie podkhodov k opredeleniyu ponyatiya konkurentosposobnosti // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: «*Ekonomika*». 2012. № 2. S. 123–128.

2. *Kalachev V.Yu.* Upravlenie innovacionnoj deyatel'nost'yu obrazovatel'nogo uchrezhdeniya kak faktor povы'sheniya konkurentosposobnosti srednego professional'nogo obrazovaniya: avtoref. dis. ... kand. e'konom. nauk. Rostov n/D, 2009.

3. *Manakova E.V.* Marketingovy'e podhody' k issledovaniyu kon'yunktury' ry'nka obrazovatel'ny'x uslug v sfere vy'sshego professional'nogo obrazovaniya // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: «*E'konomika*». 2012. № 6 (18). S. 5–14.

4. *Manakova E.V.* Trebovaniya rabotodatelej k vy'pusknikam vuzov: kompetentnostny'j podhod // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: «*E'konomika*». 2014. № 1 (25). S. 15–25.

5. *Manakova E.V., Prima Ya.G.* Konversionny'j marketing kak osnova povы'sheniya konkurentosposobnosti obrazovatel'noj uslugi v srednem professional'nom obrazovanii // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: «*E'konomika*». 2015. № 1. S. 79–88.

6. *Manakova E.V., Prima Ya.G.* Mexanizmy' povы'sheniya konkurentosposobnosti uchrezhdenij srednego professional'nogo obrazovaniya // Perspektivny'e napravleniya social'no-e'konomicheskogo razvitiya Rossii: sb. mat-lov Mezhdunar. nauchno-prakt. konfer. 2015. S. 69–77.

7. *Manakova E.V., Mishhenko S.N., Morozovskaya L.L., Prima Ya.G., Chekry'shova I.I.* Puti povы'sheniya konkurentosposobnosti uchrezhdenij SPO goroda Moskvy'. M.: MGPU, 2015.

8. *Manakova E.V., Mishhenko S.N., Morozovskaya L.L., Prima Ya.G.* Issledovanie kon'yunktury' i urovnya udovletvorennosti potrebitelej ry'nka obrazovatel'ny'x uslug. M.: IC MGADA, 2013.

9. *Mishhenko S.N.* Sovershenstvovanie vzaimodejstviya vuzov goroda Moskvy' s rabotodatelyami: marketingovy'j podhod // Social'no-e'konomicheskie i psixologicheskie problemy' upravleniya: sb. nauch. st. po mat-lam I (IV) Mezhdunar. nauchno-prakt. konfer., proxodivshej v Moskovskom gorodskom psixologo-pedagogicheskom universitete / pod red. M.G. Kovtunovich. M., 2013. S. 426–438.

10. *Morozovskaya L.L.* Vostrebovannost' vy'pusknikov SPO i VPO na moskovskom ry'nke truda // Social'no-e'konomicheskie i psixologicheskie problemy' upravleniya: sb. nauch. st. po mat-lam I (IV) Mezhdunar. nauchno-prakt. konfer., proxodivshej v Moskovskom gorodskom psixologo-pedagogicheskom universitete / pod red. M.G. Kovtunovich. M., 2013. S. 439–448.

11. Celi yasny': Minobrnauki opublikovalo deklaraciyu zadach na 2015 god. URL: http://www.edu.ru/index.php?page_id=5&topic_id=22&date=&sid=33532&ntype=nuke

12. Ливанов: chislo budzhetny'x mest v kolledzhax Russii uvelicheno na 41 %. URL: <http://ria.ru/society/20150820/1197140253.html>

*E.V. Manakova,
Y.G. Prima*

**A Study of the Factors Determining the Competitiveness
of Educational Institutions of Secondary Professional Education**

The article considers current problems of condition of sphere of educational services condition and management of competitiveness of educational institutions, which are within the system of secondary professional education (SPE). Approaches of different authors to the interpretation of the concepts of “competitiveness”, “competition” taking into account the specifics of market of educational services are also examined. Based on conducted survey of directors of institutions of Moscow secondary professional education, the authors pointed out the determining factors that determine the competitiveness of some institutions of secondary professional education and suggested an approach to the formation of a complex index of assessment of their competitiveness.

Keywords: competitiveness; educational market; labour market; factors of milieu; secondary professional educational; educational service.

В.Г. Авраменко

Формирование эмоциональной культуры будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе

В статье анализируется роль эмоциональной культуры в управленческой деятельности, ее содержание и структура, а также пути формирования в процессе профессиональной подготовки в вузе.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект; эмоциональная культура; управленческая деятельность; организационный конфликт; структура эмоциональной культуры; развитие эмоциональной культуры.

Развитие современной управленческой науки и практики привело к необходимости всестороннего изучения психологических закономерностей управленческой деятельности. В связи с этим актуальным является вопрос управленческой культуры руководителя, ее структуры и условий формирования в процессе профессиональной подготовки.

В большинстве работ по организационной психологии под управленческой культурой понимают интегративное образование личности, включающее синтез деловых, профессиональных и личностных качеств руководителя, необходимых для успешной реализации функций управления. В структуре управленческой культуры традиционно выделяют такие компоненты, как аксиологический, технологический и личностно-творческий [1]. Важной составляющей личностно-творческого компонента управленческой культуры является эмоциональная компетентность и эмоциональная культура руководителя.

Актуальность исследования эмоциональной культуры в управлении связана с тем, что, во-первых, управленческая деятельность отличается высокой степенью эмоциональности и наличием стрессогенных факторов; во-вторых, в связи с ее высокой ответственностью, она предъявляет высокие требования к эмоционально-волевой регуляции поведения руководителя.

Важность эмоциональных факторов в управлении подчеркивается многими современными авторами. Так, в работах ряда авторов по проблеме психологии лидерства делается вывод, что эмоциональная компетентность руководителя и предпринимателя становится в современном бизнесе более значимым фактором, чем знания и умения в области традиционно понимаемого познавательного интеллекта [2]. Автор работ по эмоциональному интеллекту Д. Гоулман отмечал, что успех руководителя только на 15 % определяется его умственным развитием, а 85 % приходится на долю эмоционального интеллекта [3; 4].

Д. Гоулмен ввел понятие резонансного лидерства на основе настройки лидера и его коллектива на одну эмоциональную волну. В основе резонансного лидерства, согласно автору, лежат такие умения, как активность сознания, оптимизм и эмпатия. Известный теоретик менеджмента П. Друкер также отмечал, что умение строить взаимоотноудовлетворяющие отношения с подчиненными являются основой сильного руководства [5].

Работы зарубежных и отечественных авторов по проблеме эмоционального интеллекта привлекли внимание и к понятию эмоциональной культуры личности (Д. Гоулман, С. Стайн, Г. Бук и др.). Большинство зарубежных авторов отождествляют эмоциональный интеллект и эмоциональную культуру, анализируют ее структуру и роль в деятельности человека.

Однако эмоциональная культура — это не просто понимание эмоционального мира и владение техниками работы с эмоциями, важно, чтобы руководитель использовал свой эмоциональный интеллект с учетом организационных и культурных норм, ценностей и целей организации. Эмоциональная культура — это система умений по использованию возможностей своего эмоционального интеллекта с учетом социальных норм и ценностей.

Одним из первых проблему эмоциональной культуры личности изучал известный отечественный психолог П.М. Якобсон [6]. По мнению автора, эмоциональная культура включает в себя эмоциональную отзывчивость, способность понимать, уважать и ценить чувства других людей, умение «входить» в мир их переживаний, умение делиться своими переживаниями с окружающими.

В работах по изучению эмоциональной культуры описаны такие ее компоненты, как когнитивный (знание о природе, разнообразии и проявлениях эмоций), эмпатийный (умение сопереживать и понимать чувства других людей), рефлексивный (анализ и понимание собственных эмоций), мотивационный (потребность в переживании и самоорганизации своих эмоций и эмоций других), регулятивный (умение управлять своими эмоциями). Все структурные компоненты эмоциональной культуры проявляются в способности человека регулировать эмоциональную сферу общепринятыми нормами выражения эмоций и создавать адекватную эмоциональную ситуацию, обеспечивающую успешное достижение поставленных целей. Центральным компонентом эмоциональной культуры является эмоциональный интеллект, управляемый социальными нормами.

Выделяют такие показатели эмоциональной культуры, как опора на собственные принципы при выборе эмоций, соответствие эмоций «образу-я» и отношению к себе, соответствие эмоционального реагирования возрастным особенностям, адекватность эмоционального реагирования социокультурным нормам, а также осознанность эмоционального реагирования [7]. В ряде работ отечественных авторов указывается на такие показатели эмоциональной культуры, как богатство и разнообразие эмоций, отношение к эмоции как к ценности, эмоциональная гибкость и креативность, конструктивные копинг-стратегии в сложных ситуациях и др.

Универсальным механизмом, обеспечивающим развитие и использование в управленческой деятельности навыков управления эмоциональной сферой является, на наш взгляд, рефлексия эмоций, их контроль и оценка. Осознание того, что я чувствую и как я проявляю свои чувства, а также того, как это может повлиять на состояние других участников управленческого процесса, зависит от уровня развития личностной и коммуникативной рефлексии руководителя. Рефлексия эмоциональной сферы позволяет не только устанавливать конструктивные деловые отношения, но и побуждает самого руководителя к саморазвитию и к самовыражению в своей профессиональной деятельности, в том числе и в области собственной эмоциональной компетентности. В целом же рефлексия эмоционального взаимодействия позволяет руководителю определять адекватность своего эмоционального поведения, формировать направления его развития, а также обеспечивать адекватную эмоциональную установку на деловое общение. Поскольку речь идет об эмоциональной культуре как способности действовать в эмоциональном поле с помощью адекватно выбранных культурных средств, рефлексия является важным механизмом оценки применимости этих средств в конкретной управленческой ситуации. С учетом вышесказанного вряд ли можно говорить о высоком уровне эмоциональной культуры при условии неразвитых рефлексивных механизмов личности.

Еще одним важным компонентом эмоциональной культуры является, на наш взгляд, эмоциональная креативность руководителя, которая приводит к гибкости и вариативности эмоционального поведения. С одной стороны, для профессионала, работающего с людьми, важно, чтобы его эмоциональное поведение соответствовало требуемым нормам и было адекватно складывающейся ситуации. Однако руководителю приходится работать в эмоционально сложных и непредсказуемых ситуациях, учитывать индивидуально-психологические особенности деловых партнеров, соотносить их с собственным арсеналом умений, что требует гибкого использования как уже существующих моделей своего эмоционального поведения, так и создания новых.

Исследования Дж. Эйвриллы показали, что высокий уровень эмоциональной креативности усиливает глубину понимания собственного эмоционального опыта, стимулирует содержательный анализ чувств и поведения, усиливает толерантность к себе и другим, самоуважение, уверенность в себе. Человек с высоким уровнем эмоциональной креативности описывается как дружелюбный, открытый для опыта и поиска нового [8]. Эмоциональная креативность развивается на основе эмоционального интеллекта, однако, по мнению Н.И. Андреевой, эмоциональная креативность является более широким понятием по сравнению с эмоциональным интеллектом, она предполагает эмоциональную новизну и носит поисковый характер [9]. Проблема взаимосвязи эмоциональной креативности и рефлексии требует более глубоких исследований. На наш взгляд, эмоциональная креативность опирается на достаточно высокий уровень всех видов рефлексии — личностной, коммуникативной, ретроспективной и прогностической.

Несмотря на различия в понимании роли отдельных компонентов эмоциональной культуры личности и их взаимосвязи, важно определить факторы и пути ее формирования в процессе подготовки специалистов-управленцев в вузе. Актуальность этой задачи вытекает из того, что эмоциональная культура — это продукт социальных технологий, она развивается в течение всей жизни и зависит в том числе и от того опыта, который может быть специально организован в процессе профессиональной подготовки специалиста.

Исследование автора, направленное на изучение роли эмоциональной компетентности в управлении конфликтами (в исследовании принимали участие студенты 3–4 курсов, будущие менеджеры, выборка составила 40 человек в возрасте от 20 до 22 лет) показало, что в целом высокие показатели по шкалам эмоционального интеллекта коррелируют с выбором более конструктивных стратегий поведения в конфликте. Выбор последних обусловлен не только рациональным анализом, но и умением чувствовать состояние другого человека, прогнозировать его переживания и умением управлять эмоциональными состояниями участников конфликтного взаимодействия.

Таким образом, люди с высоким эмоциональным интеллектом более обоснованно принимают решения и выбирают более конструктивные стратегии поведения в конфликтных ситуациях. При этом результаты исследования показали, что у 55 % испытуемых уровень эмоционального интеллекта в целом оставляет желать лучшего. Испытуемые с низким уровнем эмоционального интеллекта в основном имеют низкие показатели по шкалам межличностного понимания и межличностного управления, тогда как по внутриличностным критериям результаты оказались более высокими. У испытуемых возникают трудности при распознавании и понимании эмоциональных состояний других, не проявляют должной эмпатии к их внутренним состояниям и, как следствие, не нацелены на контроль эмоций других людей, на создание условий для их изменения. Испытуемые с низким уровнем эмоционального интеллекта предпочитают использовать конфронтацию и избегание как наиболее приемлемые стратегии поведения в конфликте, тогда как студенты с высокими показателями по шкалам эмоционального интеллекта предпочитали сотрудничество и компромисс (более 50 % испытуемых данной группы).

В исследовании автора совместно с Д.В. Наумовой описана роль эмоциональных компонентов на различных этапах принятия решения о выборе стратегии разрешения конфликта [10]. Полученные результаты показали, что задача формирования эмоциональной компетентности и эмоциональной культуры является актуальной для будущих специалистов в сфере управления.

Формирование эмоциональной культуры в процессе профессиональной подготовки в вузе предполагает наличие определенных педагогических условий и поиск способов организации педагогического процесса.

Организация педагогического процесса предполагает эмоциональное и личное вовлечение студентов и преподавателей в учебное взаимодействие,

стимулирование потребности в анализе и поиске оптимальных форм эмоционального реагирования. Основными педагогическими принципами, способствующими развитию эмоциональной культуры студентов в вузе могут быть:

- отношение к эмоциональной сфере студента как к ценности и интерес к ней;
- проявление эмпатии в отношениях студентов и преподавателей;
- взаимная эмоциональная открытость участников образовательного процесса;
- активизация процессов самовыражения и самореализации студентов в учебно-профессиональной деятельности;
- диалогический характер обучения, развитие партнерских отношений в учебном взаимодействии;
- уважение и принятие личности студента, его переживаний;
- стимулирование поисковой активности студентов и признание их права на ошибку и на собственную позицию.

Создание эмоционально-творческой среды в обучении и личностно-развивающего педагогического общения преподавателя и студентов способствует не только проявлению эмоциональных реакций, но и их рефлексии. Чем глубже образовательный процесс затрагивает личность студента, тем выше эмоциональное принятие им самой ситуации общения, тем сильнее мотивация к познанию не только формальных знаний по предмету, но и личностных посылов преподавателя, самого студента и других участников образовательной среды. Таким образом, развитие эмоциональной культуры преподавателя и его гуманистическая ориентация в процессе обучения — одно из направлений развития эмоциональной культуры личности студента.

Еще одно направление деятельности — активное использование в обучении технологии коммуникативно-диалоговой деятельности, которая предполагает творческий подход преподавателя в организации учебного процесса, использование в учебном процессе приемов эвристической беседы (задавая вопросы, наводящие на решение проблемы), умение вести дискуссию с группой и умение создать условия для возникновения дискуссии между студентами. Все это предусматривает организацию общения как форму обмена личным опытом. В процессе учебного диалога студенты овладевают опытом эмоционально-ценностного отношения к партнеру по взаимодействию. Задача контроля и оценки эмоциональных процессов становится для преподавателя такой же важной, как интеллектуальные процессы и методы решения учебных задач.

Обучение студентов навыкам и приемам саморегуляции поведения также является одним из направлений педагогической работы по формированию эмоциональной культуры личности. Это направление воспитательной деятельности предполагает как использование элементов психоэмоциональной регуляции в процессе преподавания разных дисциплин, так и проведение специально организованных семинаров и тренингов. Необходимой составляющей содержания таких

занятий должно быть стимулирование рефлексии как собственной эмоциональной сферы, так и эмоционального мира других участников взаимодействия. При этом важно, чтобы программа такого рода тренингов способствовала развитию не только ретроспективного анализа проявленных эмоций, но и развивала прогностические рефлексивные умения по контролю и оценке возможных эмоциональных состояний всех участников взаимодействия. Рефлексивная культура проявляется в глубине переосмысления собственного опыта, степени готовности к планированию своего эмоционального поведения с учетом переживаний других. Развитие рефлексивной культуры будущего специалиста предполагает, на наш взгляд, формирование таких ее компонентов, как рефлексивная готовность и рефлексивная компетентность. Рефлексивная готовность выражается в степени развития стремления к самопознанию, отношение к эмоции как ценности. Показателем рефлексивной готовности является сила мотивации человека к рефлексии, стремление к самопознанию и установка на возможное преобразование себя в процессе управленческого взаимодействия.

Поскольку эмоциональная культура предполагает достаточную степень сформированности эмоциональной креативности, педагогическая среда вуза может создавать условия развития коммуникативной импровизации как самого преподавателя, так и студентов. Условием для таких творческих «выходов» в процессе общения является творческая установка педагога, которая создает уверенность и возможность самого поиска способов взаимодействия в общении. Творческая установка обеспечивает глубокое проникновение в личность другого человека, в себя самого, в смысл происходящего для других, обеспечивает постоянную готовность искать и создавать более эффективные способы разрешения ситуаций общения. Коммуникативная импровизация — это не только анализ и оценка ситуации и себя в ней, но и глубокое эмоциональное переживание и сосредоточенность на ситуации общения, когда включается интуиция и воображение. Конечно, коммуникативная импровизация предполагает достаточно высокий уровень зрелости личности, которая не только осознает себя, но и полностью принимает себя как полноценного субъекта общения. Иными словами, необходимы условия для сохранения конгруэнтности как состояния внутренней согласованности личности в процессе общения, условием для которой является личностно-ориентированная доверительная среда обучения.

Литература

1. *Averill J.R.* Emotions as mediators and as products of creative activity // *Creativity across domains: Face of muse* / Eds. J. Kaufman, J. Baer. Mahwah, N.Y.: Erlbaum, 2005. P. 225–243.
2. *Авраменко В.Г., Наумова Д.В.* Роль эмоционального интеллекта в разрешении организационных конфликтов // *Социально-психологические и экономические проблемы управления: сб. науч. ст. по мат-лам 1 (4) Междунар. научно-практ. конф. (Москва, 23–25 апреля 2013 г.) / под ред. М.Г. Ковтунович. Ч. 1. М.: МГППУ, 2013. С. 90–99. URL: http://psyjournals.ru/vestnik_psyoobr/2007/n3/28850.shtml*

3. *Андреева И.Н.* Эмоциональная креативность и её отличия от эмоционального интеллекта // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету імені Т.Г. Шевченка. Випуск 41. Серія: Психологічні науки. Т. 1. Чернігів: Чернігівські державний педагогічний університет імені Т.Г. Шевченка, 2006. С. 13–15.
4. *Гоулман Д., Боятцис Р., Макки Э.* Эмоциональное лидерство: искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
5. *Гоулман Д.* Эмоциональный интеллект. М.: АСТ, 2008.
6. *Давлетишина Р.М., Маджуга А.Г.* Эмоциональная культура как фактор активизации здоровьесозидающего потенциала личности // Alma mater (Вестник высшей школы). 2012. Специальный выпуск «Премия Менегетти – 2012».
7. *Друкер П.* Эффективный руководитель. М.: Вильмс, 2007.
8. *Рейнольдс М.* Коучинг: эмоциональная компетентность. М.: Центр поддержки кооперативного управления и бизнеса, 2003.
9. *Сластенин В.А.* Педагогика: учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений / В.А. Сластенин, И.Ф. Исаева, Е.Н. Шиянов; под ред. В.А. Сластенина. М.: НИЦ Академия, 2002.
10. *Якобсон П.М.* Психология чувств и мотивация // Якобсон П.М. Избр. психол. труды. М.: МПСИ; Воронеж: НПО Модек, 1998.

Literatura


1. *Averill J.R.* Emotions as mediators and as products of creative activity // Creativity across domains: Face of muse / Eds. J. Kaufman, J. Baer. Mahwah, N.Y.: Erlbaum, 2005. P. 225–243.
2. *Avramenko V.G., Naumova D.V.* Rol' e'mocional'nogo intellekta v razreshenii organizacionny'x konfliktov // Social'no-psixologicheskie i e'konomicheskie problemy' upravleniya: sb. nauch. st. po mat-lam 1 (4) Mezhdunar. nauchno-prakt. konfer. (Moskva, 23–25 aprelya 2013 g.) / pod. red. M.G. Kovtunovich. Ch 1. М.: MGPPU, 2013. S. 90–99. URL: http://psyjournals.ru/vestnik_psyobr/2007/n3/28850.shtml
3. *Andreeva I.N.* E'mocional'naya kreativnost' i eyo otlichiya ot e'mocional'nogo intellekta // Visnik Chernigivs'kogo derzhavnogo pedagogichnogo universitetu imeni T.G. Shevchenka. Vipusk 41. Seriya: Psixologichni nauki. T. 1. Chernigiv: Chernigivs'ki derzhavnij pedagogichnij universitet imeni T.G. Shevchenka, 2006. S. 13–15.
4. *Goulman D., Boyatcis R., Makki E'.* E'mocional'noe liderstvo: iskusstvo upravleniya lyud'mi na osnove e'mocional'nogo intellekta. М.: Al'pina Biznes Buks, 2008.
5. *Goulman D.* E'mocional'ny'j intellekt. М.: AST, 2008.
6. *Davletshina R.M., Madzhuga A.G.* E'mocional'naya kul'tura kak faktor aktivizacii zdorov'esozidayushhego potenciala lichnosti // Alma mater (Vestnik vy'sshej shkoly'). Special'ny'j vy'pusk «Premiya Menegetti – 2012». 2012.
7. *Druker P.* E'ffektivny'j rukovoditel'. М.: Vil'ms, 2007.
8. *Rej nol'ds M.* Kouching: e'mocional'naya kompetentnost'. М.: Centr podderzhki kooperativnogo upravleniya i biznesa, 2003.
9. *Slastenin V.A.* Pedagogika: ucheb. posobie dlya studentov vy'ssh. ped. ucheb. zavedenij / V.A. Slastenin, I.F. Isaeva, E.N. Shiyanov; pod red. V.A. Slastenina. М.: NICz Akademiya, 2002.
10. *Yakobson P.M.* Psixologiya chuvstv i motivaciya // Yakobson P.M. Izbr. psixol. trudy'. М.: MPSI; Voronezh: NPO Modex, 1998.

V.G. Avramenko

**Formation of the Emotional Culture of Future Managers
in the Process of Professional Training in University**

In the article the author analysed the role of emotional culture in management activity, the contents and structure of emotional culture and ways of formation of the emotional culture in the process of professional training in university.

Keywords: emotional intellect; emotional culture; management activity; organizational conflict; structure of the emotional culture; development of the emotional culture.



**АВТОРЫ «ВЕСТНИКА МГПУ»,
СЕРИЯ «ЭКОНОМИКА»
2016, № 2 (8)**

Авраменко Вера Григорьевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента, информационных систем управления и торгового дела Института менеджмента МГПУ.

E-mail: avramenko_vg@mail.ru

Дерен Василий Иосифович — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики Смоленского государственного университета.

E-mail: iuliy_67@mail.ru

Игрунова Оксана Михайловна — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, информационных систем управления и торгового дела Института менеджмента МГПУ.

E-mail: igrunova@list.ru

Карбанова Ольга Владимировна — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, математики, учетных и финансовых дисциплин Института менеджмента МГПУ, главный редактор журнала «Вестник МГПУ. Серия: «Экономика».

E-mail: karabanova.o@gmail.com

Кожурова Анастасия Алексеевна — магистрант кафедры экономики Смоленского государственного университета.

E-mail: iuliy_67@mail.ru

Колтакова Ирина Александровна — кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры экономики и бухгалтерского учета Московского университета МВД России им. В.Я. Кикотя.

E-mail: koltakova.mvd@yandex.ru

Левицкий Михаил Львович — доктор педагогических наук, профессор, ДВА (экономика), академик РАО, заслуженный работник высшей школы РФ, директор Института менеджмента МГПУ.

E-mail: LML9289558@yandex.ru

Манакова Елена Валентиновна — кандидат экономических наук, профессор кафедры менеджмента, информационных систем управления и торгового дела Института менеджмента МГПУ.

E-mail: manakova_ev@mail.ru

Прима Яна Геннадиевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и управления проектами Института экономики, управления и права Московского института электронной техники.

E-mail: post.prima@yandex.ru

Хлебников Кирилл Вячеславович — кандидат экономических наук, заместитель президента Российской академии образования.

E-mail: Kvx2003@gmail.com

Чекрышова Ирина Ивановна — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, информационных систем управления и торгового дела Института менеджмента МГПУ.

E-mail: ichekryshova@gmail.com

Черкашин Олег Юрьевич — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Института менеджмента МГПУ.

E-mail: O9175625905@yandex.ru

Шинкарёва Ольга Владимировна — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, математики, учетных и финансовых дисциплин Института менеджмента МГПУ.

E-mail: shinkareva_ol@mail.ru

AUTHORS
of “Vestnik of Moscow City University”
a series of “Economics”, 2016, № 2 (8)

Avramenko Vera Grigorievna — Ph.D. (Psychology), docent of department of Management, Information Management Systems and Business, Institute of Management, MCU.

E-mail: avramenko_vg@mail.ru

Chekryshova Irina Ivanovna — Ph.D. (Economics), docent of department of Management, Information Management Systems and Business, Institute of Management, MCU.

E-mail: ichekryshova@gmail.com

Cherkashin Oleg Jurievich — Ph.D. (Economics), docent of Economics and Management department, Institute of Management, MCU.

E-mail: O9175625905@yandex.ru

Deren Vasily Iosifovich — Ph.D. (Economics), docent of Economics department, Smolensk state university.

E-mail: iuliy_67@mail.ru

Khlebnikov Kirill Viacheslavovich — Ph.D. (Economics), vice president of the Russian Academy of Education.

E-mail: Kvx2003@gmail.com

Igrunova Oksana Mikhailovna — Ph.D. (Economics), docent of department of Management, Information Systems of Management and Business, Institute of Management, MCU.

E-mail: igrunova@list.ru

Karabanova Olga Vladimirovna — Ph.D. (Economics), docent of department of economics, mathematics, financial and accounting disciplines, Institute of management, MCU, chief editor of “Vestnik of MCU. Series: Economics”.

E-mail: karabanova.o@gmail.com

Koltakova Irina Aleksandrovna — Ph.D. (Economics), senior lecturer of economy and accounting department, V.Ya. Kikotya Moscow University of Ministry of Internal Affairs of Russia.

E-mail: koltakova.mvd@yandex.ru

Kozhurova Anastasija Alekseevna — magistrant of Economics department, Smolensk state university.

E-mail: iuliy_67@mail.ru

Levitzky Mikhail Lvovich — Doctor of Pedagogy, professor, Ph.D. (Economics), academician of RAE, honoured worker of higher school of the RF, director of Institute of Management, MCU.

E-mail: LML9289558@yandex.ru

Manakova Elena Valentinovna — Ph.D. (Economics), professor of department of Management, Information Systems of Management and Business department, Institute of Management, MCU.

E-mail: manakova_ev@mail.ru

Prima Yana Gennadievna — Ph.D. (Economics), docent of department of marketing and project management, Institute of economics, management and law, Moscow Institute of Electronic Equipment.

E-mail: post.prima@yandex.ru

Shinkariova Olga Vladimirovna — Ph.D. (Economics), docent of department of Economics, Mathematics, Accounting and Financial Disciplines, Institute of Management, MCU.

E-mail: shinkareva_ol@mail.ru

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Уважаемые авторы!

Редакция просит Вас при подготовке материалов, предназначенных для публикации в «Вестнике МГПУ», руководствоваться требованиями к оформлению научной литературы, рекомендованными Редакционно-издательским советом Университета.

1. Шрифт — Times New Roman, 14 кегль, межстрочный интервал — 1,5, поля: верхнее, нижнее и левое — по 20 мм, правое — 10 мм. Объем статьи, включая список литературы, постраничные сноски и иллюстрации, не должен превышать 40 тыс. печатных знаков (1,0 а. л.). При использовании латинского или греческого алфавита обозначения набираются: латинскими буквами — в светлом курсивном начертании; греческими буквами — в светлом прямом. Рисунки должны выполняться в графических редакторах. Графики, схемы, таблицы нельзя сканировать.

2. Инициалы и фамилия автора набираются полужирным шрифтом в начале статьи слева; заголовок — посередине полужирным шрифтом.

3. В начале статьи после названия помещаются аннотация на русском языке (не более 500 печатных знаков) и ключевые слова (не более 5). Ключевые слова и словосочетания разделяются точкой с запятой.

4. Статья снабжается пристатейным списком литературы, оформленным в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая запись» на русском и английском языках.

5. Ссылки на издания из пристатейного списка даются в тексте в квадратных скобках, например: [3: с. 57] или [6: Т. 1, кн. 2, с. 89].

6. Ссылки на интернет-ресурсы и архивные документы помещаются в тексте в круглых скобках или внизу страницы по образцам, приведенным в ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка».

7. В конце статьи (после списка литературы) указываются автор, название статьи, аннотация и ключевые слова на английском языке.

8. Рукопись подается в редакцию журнала в установленные сроки на электронном и бумажном носителях.

9. К рукописи прилагаются сведения об авторе (ФИО, ученая степень, звание, должность, место работы, электронный адрес для контактов) на русском и английском языках.

10. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

В случае несоблюдения какого-либо из перечисленных пунктов автор по требованию главного или выпускающего редактора обязан внести необходимые изменения в рукопись в пределах срока, установленного для ее доработки.

Более подробно с требованиями к оформлению рукописи можно ознакомиться на сайте www.mgpi.ru в разделе «Документы» издательского отдела Научно-информационного издательского центра.

По вопросам публикации статей в журнале «Вестник МГПУ» серии «Экономика» предлагаем обращаться к главному редактору, доценту кафедры экономики, математики, учетных и финансовых дисциплин Института менеджмента, кандидату экономических наук *Карabanовой Ольге Владимировне* (e-mail: karabanova.o@gmail.com).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Вестник МГПУ
Журнал Московского городского педагогического университета
Серия «Экономика»
№ 2 (8), 2016

(до 2014 г. выходил как «Вестник Московской государственной академии
делового администрирования»)

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору
в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации:
ПИ № ФС77-62500 от 27 июля 2015 г.

Главный редактор:
кандидат экономических наук, доцент ***О.В. Карбанова***

Главный редактор выпуска:
кандидат исторических наук, старший научный сотрудник

Т.П. Веденеева

Редактор:

А.В. Лященко

Корректор:

К.М. Музамилова

Перевод на английский язык:

А.С. Джанумов

Техническое редактирование и верстка:

О.Г. Арефьева

Научно-информационный издательский центр ГАОУ ВО МГПУ
129226, Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4.
Телефон: 8-499-181-50-36. e-mail: Vestnik@mgpu.ru

Подписано в печать: 15.06.2016 г. Формат 70 × 108 ¹/₁₆.
Бумага офсетная.

Объем: 6,5 усл. печ. л. Тираж 1000 экз.