

С.М.Бреславцев

РОЛЬ КАПИТАЛА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В условиях развивающейся рыночной экономики России особый интерес представляет рассмотрение концепции экономической прибыли. Существует два подхода к ее рассмотрению: метод капитализации и рыночной оценки фирмы. По объективным причинам оба метода не применимы в отечественных условиях. Нами разработана модель экономической прибыли в условиях российской рыночной экономики и налогообложения. Экономическую прибыль можно определить от величины бухгалтерской прибыли через систему котировок. Последние можно разделить на две группы: корректировка величины амортизации и влияния учетных правил. Предлагаемая модель расчета величины экономической прибыли позволяет инвестировать регулирование бухгалтерской прибыли посредством выбора учетных процедур. Достоверность расчетов достигается и путем использования экономической амортизации взамен бухгалтерской.

В 2007 г. в банковском секторе сохраняется довольно высокий уровень финансовой стабильности. Увеличение объемов страхующих механизмов снизило зависимость финансового сектора от рисков внезапного изменения финансово-экономической ситуации. В банковской сфере появилась тенденция к снижению показателя достаточности капитала в связи с наращиванием банками объема рисков при кредитовании. Следовательно, вопросы повышения капитализации и эффективности управления банковскими рисками вышли на первое место в ряду проблем банковского сектора. В данных условиях успешное функционирование коммерческого банка возможно только при условии его финансовой устойчивости, которая зависит от состояния капитала банка, его активов и пассивов, доходности, ликвидности, подверженности рискам и качества менеджмента.

Специфика банков и других кредитных и финансовых учреждений связана с тем, что банки как посредники привлекают крупные суммы денежных средств в виде депозитов и вкладов населения, коммерческих и государственных организаций. Кроме этого, банковские активы, представленные различными денежными требованиями, более ликвидны и быстро реализуемы на рынке, чем активы, например, предприятий в виде зданий, оборудования и материальных ценностей, обеспечивающих процесс производства. Собственный капитал коммерческого банка должен быть достаточно велик для обеспечения уверенности в том, что банк способен удовлетворять потребности общества и при неблагоприятно складывающихся условиях экономического развития, что обеспечивает стабильность и надежность всей банковской системы страны.

Банковский капитал представляет собой более надежную часть банковского пассива, ибо она не может быть подвержена риску внезапного изъятия. Средства, мобилизованные в форме банковского капитала, вкладываются в банковские здания, конторское оборудование, земельные участки могут быть использованы для выдачи долгосрочных кредитов, покупки ценных бумаг и недвижимости. У акционерных банков Банковский капитал мобилизуется путем продажи акций. Питер Роуз считает, что в банковском деле капиталом обычно называют средства, внесенные владельцами банка и состоящие главным образом из акционерного капитала, излишка, резервов на непредвиденные расходы и нераспределенной прибыли.

О.И. Лаврушин предлагает под собственным капиталом банка понимать специально создаваемые фонды и резервы, предназначенные для обеспечения его экономической стабильности, поглощения возможных убытков и находящиеся в использовании банка в течение всего периода его функционирования. Фонды коммерческих банков формируются в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, а источником формирования фондов и нераспределенной прибыли является чистая прибыль, остающаяся после уплаты всех обязательных платежей в бюджет. Размер отчислений от чистой прибыли в фонды, а также нераспределенной прибыли, предназначенной для выплаты дивидендов, утверждается наблюдательным советом коммерческого банка в соответствии с поручением общего собрания акционеров банка.

Таким образом, создание резервов, отождествляется с защитной функцией капитала, т.е это возможность выплаты компенсаций в случае ликвидации банка и сохранение его

платежеспособности за счет созданных резервов для покрытия кредитных, процентных и валютных рисков, а значит и продолжение деятельности банка независимо от угрозы появления убытков. Капитал банка, защищая его от всевозможных видов риска, является своего рода последней линией обороны от банкротства. Оперативная функция собственного капитала или функция обеспечения финансовой основы деятельности банка считается второстепенной, поскольку основными ресурсами для активных операций являются привлеченные средства. Собственный капитал в этой функции должен обеспечивать адекватную базу роста для активов банка, т. е. поддерживать объем и характер банковских операций.

Регулирующая функция собственного капитала связана исключительно с особой заинтересованностью общества в успешном функционировании банков, а также с законами и правилами, позволяющими Центральному банку как представителю государственных органов осуществлять контроль за деятельностью банков. Центральный Банк Российской Федерации на основании Положения «О методике определения собственных средств» от 10 февраля 2003 г. № 215-П определяет величину собственных средств (капитала) банка, как сумму основного и дополнительного капитала, за вычетом показателей, уменьшающих сумму основного и дополнительного капитала при определении величины собственных средств банка:

$$K = ((OK - П_1) + ДК) - П_2,$$

где K – капитал коммерческого банка; OK – основной капитал коммерческого банка; $П_1$ – показатели уменьшающие сумму основного капитала при определении собственных средств; $ДК$ – дополнительный капитал банка; $П_2$ – показатели, уменьшающие сумму основного и дополнительного капитала при определении собственных средств.

Данный подход впервые рассматривается Базельским комитетом по банковскому надзору и регулированию в части анализа достаточности капитала, представляющего точку зрения, что банкам следует структурировать свой капитал на «стержневой» (капитал 1-го уровня, первичный) и дополнительный (капитал 2-го уровня, вторичный) и поддерживать первый на уровне, равном по меньшей мере 50% капитальной базы. «Стержневой» капитал, по мнению комитета, является главной составляющей капитала и состоит из собственного капитала (обыкновенных акций и учредительской прибыли), резервов, формируемых из прибыли, и нераспределенной прибыли прошлых лет. Дополнительный капитал состоит из средств, аккумулируемых посредством привилегированных акций и разного рода долговых обязательств, общих резервов (на возможные потери по ссудам) и доходов текущего года. Активы разбиты на пять групп, каждой из которых присвоены следующие уровни риска – 0, 10, 20, 50 и 100%.

Базельский комитет и банковские органы надзора во всем мире все большее внимание уделяют надежности систем внутреннего контроля. Отчасти такой повышенный интерес к внутреннему контролю объясняется существенными убытками, понесенными рядом банковских учреждений. Анализ проблем, вызвавших эти убытки, показывает, что их можно было избежать, если бы банки имели эффективные системы внутреннего контроля. Такие системы помогли бы предотвратить или своевременно выявить проблемы, которые привели к убыткам, тем самым уменьшая ущерб, понесенный банковскими организациями. При разработке данных принципов Комитет опирался на уроки, извлеченные из анализа проблемных ситуаций в банковской сфере в некоторых странах – членах Комитета. Перечисленные функции капитала способствуют снижению рисков банковской деятельности. Подобный подход обладает большой практичностью и соответствует целям управления коммерческим банком.

Роль капитала как буфера против убытков наглядно проявляется, если его рассматривать в контексте движения денежных средств. Чем больше банковский капитал, тем больше сумма активов может быть невозвращена, прежде чем банк станет неплатежеспособным, и тем меньше будет риск неплатежеспособности банка. В нормальных условиях поддержание текущей ликвидности осуществляется путем корректировки структуры активов банка или за счет получения кредитов на денежном рынке. Это не затрагивает непосредственно капитальные статьи баланса банка, но качество и размер капитальной базы влияет на способность банка получить дополнительную ликвидность. Нехватка капитала может привести не только к высокой стоимости привлечения кредитов, но и к невозможности привлечения средств.

Для долговременной устойчивости банка наличие достаточного собственного капитала приобретает особое значение. При исполнении обязательств перед вкладчиками и кредиторами в первоочередном порядке могут быть использованы различные резервы и фонды, формируемые за счет отчислений из прибыли, на случай невозврата кредитов, непогашения долговых ценных бумаг и т.д. Если обязательства не могут быть удовлетворены из этих источников, то используется

нераспределенная прибыль и другие элементы собственных средств. Физические лица, обращаясь за услугами в коммерческие банки, в первую очередь обращают внимание на финансовую устойчивость банка, опираясь на его имидж, рейтинги и нормативные критерии Центрального банка. Данная категория клиентуры может оказаться весьма перспективной, хотя работа с ней требует особого внимания и напряжения со стороны банка.

При осуществлении надзора за деятельностью кредитных организаций проверяются: соблюдение федеральных законов и нормативных требований органов банковского надзора, достоверность предоставленных отчетов, эффективность системы управления кредитной организацией, деятельность кредитных организаций, как в целом, так и отдельные ее стороны. Надзор за деятельностью кредитных организаций имеет важное значение, поскольку только при его осуществлении возможно определить достоверность сведений в представленных отчетах, соответствие их банковскому законодательству и нормативным актам органов надзора, осуществить оценку эффективности системы менеджмента, работы службы внутреннего контроля, изучить качество кредитного портфеля для анализа активов, состояние собственного капитала, ликвидности и прибыльности коммерческого банка. Показатель величины собственного капитала банка уже позволяет дать предварительную оценку банка как партнера и контрагента. Кроме того, величина собственного капитала банка положена в основу расчета основных нормативов Банка России, регулирующих банковскую деятельность.

В современной отечественной практике использование показателей достаточности капитала основано на применении инструкции Центрального Банка России от 16 января 2004 г. № 110-И «Об обязательных нормативах банков».

Инструкция № 110-И, применяемая Сбербанком Российской Федерации, устанавливает числовые значения и методику расчета следующих обязательных нормативов банков:

достаточность собственных средств (капитала) банка;

ликвидность банков;

максимальный размер риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков;

максимальный размер крупных кредитных рисков;

максимальный размер кредитов, банковских гарантий и поручительств, предоставленных банком своим участникам (акционерам);

совокупная величины риска по инсайдерам банка;

использования собственных средств (капитала) банков для приобретения акций (долей) других юридических лиц.

Норматив достаточности собственных средств банка (H_1) регулирует риск несостоятельности банка и определяет требования по минимальной величине собственных средств банка, необходимых для покрытия кредитного и рыночного рисков. Норматив достаточности собственных средств банка определяется как отношение размера собственных средств банка и суммы его активов, взвешенных по уровню риска.

$$H_1 = \frac{K}{\sum K_{pi}(A_i - P_{ki}) + код9830 + код8957 + KPB + KPC - код8992 + PP},$$

где K – собственные средства (капитал) банка; K_{pi} – коэффициент риска i -того актива; A_i – i -й актив банка; P_{ki} – величина резерва на возможные потери или резерва на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности i -го актива; KPB – величина кредитного риска по условным обязательствам кредитного характера; KPC – величина кредитного риска по срочным сделкам; PP – величина рыночного риска, в соответствии с требованиями нормативного акта Банка России о порядке расчета кредитными организациями размера рыночных рисков.

Минимально допустимое числовое значение норматива H_1 устанавливается в зависимости от размера собственных средств банка:

– для банков с размером собственных средств не менее суммы, эквивалентной 5 млн евро, – 10 %;

– для банков с размером собственных средств менее суммы, эквивалентной 5 млн евро, – 11%.

В целях контроля за состоянием ликвидности банка, т. е. его способности обеспечить своевременное и полное выполнение своих денежных и иных обязательств, вытекающих из сделок с использованием финансовых инструментов, устанавливаются нормативы мгновенной, текущей, долгосрочной ликвидности, которые регулируют риски потери банком ликвидности и определяются как отношение между активами и пассивами с учетом сроков, сумм и типов активов и пассивов, других факторов.

$$H_2 = \frac{L_{ам}}{O_{пм}} * 100 \% \geq 15 \%,$$

где *Лам* – высоколиквидные активы, т. е. финансовые активы, которые должны быть получены в течение ближайших календарных дней; *Овм* – обязательства до востребования, по которым вкладчиком и (или) кредитором может быть предъявлено требование об их незамедлительном погашении.

Норматив текущей ликвидности банка регулирует риск потери банком ликвидности в течение ближайших к дате расчета норматива 30 календарных дней и определяет минимальное отношение суммы ликвидных активов банка к сумме пассивов банка по счетам до востребования и на срок до 30 календарных дней.

$$H_3 = \frac{Л_{ам}}{О_{вм}} * 100 \% \geq 50 \%,$$

где *Лам* – ликвидные активы, т. е. финансовые активы, которые должны быть получены банком и (или) могут быть востребованы в течение ближайших 30 календарных дней; *Овм* – обязательства (пассивы) до востребования, по которым вкладчиком и (или) кредитором может быть предъявлено требование об их незамедлительном погашении, и обязательства банка перед кредиторами сроком исполнения в ближайшие 30 календарных дней.

Норматив долгосрочной ликвидности банка регулирует риск потери банком ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы и определяет максимально допустимое отношение кредитных требований банка с оставшимся сроком до даты погашения свыше 1 года, к собственным средствам банка и обязательствам с оставшимся сроком до даты погашения свыше 1 года.

$$H_4 = \frac{K_{рd}}{K + ОД} * 100 \% \geq 120 \%,$$

где *Крд* – кредитные требования с оставшимся сроком до даты погашения свыше 1 года; *ОД* – обязательства банка по кредитам и депозитам, полученным банком, а также по обращающимся на рынке долговым обязательствам банка с оставшимся сроком погашения свыше 1 года.

Норматив общей ликвидности банка регулирует общий риск потери банком ликвидности и определяет минимальное отношение ликвидных активов к суммарным активам банка.

$$H_5 = \frac{Л_{ам}}{А - Р_о} * 100 \% \geq 20 \%,$$

где *А* – общая сумма всех активов по балансу банка; *Ро* – обязательные резервы банка;

Норматив максимального размера риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков (*Н6*) регулирует кредитный риск банка в отношении одного заемщика или группы связанных заемщиков и определяет максимальное отношение совокупной суммы кредитных требований банка к заемщику или группе связанных заемщиков к собственным средствам банка.

$$H_6 = \frac{K_{рз}}{K} * 100 \% \geq 25 \%,$$

где *Крз* – совокупная сумма кредитных требований банка к заемщику, имеющему перед банком обязательства по кредитным требованиям, или группе связанных заемщиков, за вычетом расчетного резерва на возможные потери по указанным кредитным требованиям.

Норматив максимального размера крупных кредитных рисков регулирует совокупную величину крупных кредитных рисков банка и определяет максимальное отношение совокупной величины крупных кредитных рисков и размера собственных средств (капитала) банка.

$$H_7 = \frac{\sum K_{скрi}}{K} * 100 \% \geq 800 \%,$$

где *Кскрi* – *i*-й крупный кредитный риск, за вычетом расчетного резерва на возможные потери по соответствующим кредитным требованиям, определенный с учетом взвешивания на коэффициент риска.

Норматив максимального размера кредитов, банковских гарантий и поручительств, предоставленных банком своим участникам, регулирует кредитный риск банка в отношении участников (акционеров) банка и определяет максимальное отношение размера кредитов, банковских гарантий и поручительств, предоставленных банком своим участникам (акционерам) к собственным средствам (капиталу) банка.

$$H_{9.1} = \frac{\sum K_{pai}}{K} * 100 \% \geq 50 \%,$$

где *Кpai* – величина *i*-го кредитного требования банка, а также кредитного риска по условным обязательствам кредитного характера и срочным сделкам в отношении участников, которые имеют

право распоряжаться 5 % и более долей (голосующих акций) банка, за вычетом расчетного резерва на возможные потери по указанным кредитным требованиям, определенная с учетом взвешивания на коэффициенты риска, установленные в отношении соответствующих активов.

Норматив совокупной величины риска по инсайдерам банка определяет максимальное отношение совокупной суммы кредитных требований к инсайдерам к собственным средствам банка.

$$H_{10.1} = \frac{\sum K_{rci}}{K} * 100 \% \leq 3 \%,$$

где K_{rci} – величина i -го кредитного требования к инсайдеру банка, кредитного риска по условным обязательствам кредитного характера и срочным сделкам.

Норматив использования собственных средств банка для приобретения акций других юридических лиц регулирует совокупный риск вложений банка в акции других юридических лиц.

$$H_{10.1} = \frac{\sum K_{инi}}{K} * 100 \% \leq 25 \%,$$

где $K_{инi}$ – величина i -й инвестиции банка в акции (доли) других юридических лиц, за вычетом расчетного резерва на возможные потери по указанным инвестициям.

Как видно из порядка расчета экономических нормативов, в расчете большинства нормативов участвует показатель величины собственного капитала. Действительно, если выделить оценочную функцию, то собственный капитал позволяет оценить банковский бизнес, что служит основой для управления и регулирования капитала. Именно данная функция позволяет с помощью вышеуказанной системы нормативов охарактеризовать банк по различным направлениям его деятельности. К сожалению, при всей простоте методики расчета финансовой устойчивости кредитной организации ею не может воспользоваться внешний пользователь, так как для этого требуется достаточно больше информации, чем имеется в публикуемой отчетности. Кроме того, данная методика не дает возможность спрогнозировать финансовое состояние банка в будущем.

С точки зрения перспектив развития системы текущего надзора, важное значение имеет повышение оперативности и качества анализа финансового состояния кредитных организаций и эффективности контроля за достоверностью банковской отчетности. В свою очередь, более полное раскрытие информации в публикуемой отчетности кредитных организаций позволит по-новому подойти к организации надзора за их деятельностью. Данная информация даст возможность инвесторам, вкладчикам, надзорным органам и международным финансовым институтам осуществлять регулярный мониторинг как отдельных банков, так и в целом банковской системы.

Литература

1. Банковское дело / Под ред. О.И. Лаврушина. М., 1992.
2. Деятельность коммерческих банков: Учебное пособие/ Под ред. А.В. Калтырина. Ростов н/Д, 2004.
3. *Роуз Питер С.* Банковский менеджмент / Пер. с англ. М., 1997.
4. Положение «О методике определения собственных средств (капитала) банка» № 215-П от 10 февраля 2003 года.
5. Инструкция от 16 января 2004 года № 110-И «Об обязательных нормативах банков».
6. *Ольхова Р.Г.* «Общие проблемы формирования капитала банка» // Банковские услуги. 1998-1999. «Золотой выпуск».
7. *Усоскин В.М.* «Базельские стандарты адекватности банковского капитала: эволюция подходов» // Деньги и кредит. 2000. №3.

11 июня 2007 г.

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ – ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЙ ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ РАЗЛИЧНОГО УРОВНЯ

Рассматривается системный подход к решению проблем природопользования, предполагая комплексное изучение протекающих в ландшафтно-географической среде процессов, а также динамические модели, предназначенные для прогнозирования и оперативного управления продукционным процессом с учетом складывающейся агрометеорологической обстановки.

В настоящее время рост антропогенной нагрузки на окружающую среду привел к обострению многих экологических проблем. Возможные перспективы их решения связаны с реализацией концепции «устойчивого развития» – стабильного сосуществования человечества и природы [1; 2]. Эффективность орошения во многом зависит от качества планирования эксплуатационных режимов орошения. Поэтому сейчас в мелиоративной науке достаточно большое внимание уделяется созданию моделей и математического обеспечения для ЭВМ по оперативному управлению поливами. Следует подчеркнуть роль системного анализа как основного инструмента исследования геоэкологических систем различного уровня, когда проведение широкомасштабных натуральных исследований и экспериментов зачастую невозможно или затруднено.

Идея моделирования заключается в замещении изучаемого объекта его аналогом [3]. Информационные модели представляют характеристики объекта в виде данных в некой системе. Математические – формализуют закономерности динамики объекта в виде численных соотношений. Описание динамики природных объектов опирается на представления об их системной организации. Решение данной задачи невозможно без привлечения методов прогнозирования. Математическое моделирование – один из основных инструментов системного анализа, позволяющий в ряде случаев избежать многочисленных, трудоемких и дорогостоящих натуральных экспериментов. Результаты прогнозирования динамики агроэкосистем позволяют решать вопросы комплексной мелиорации и окультуривания полей, оптимизации структуры землепользования и многие другие проблемы. Ведутся исследования в области организации оптимизации сельскохозяйственного использования земель в зависимости от местных условий [1; 3].

Большинство исследователей выделяют статические и динамические модели [1; 4]. Статические модели формализуют связь между показателями без учета переменной времени. Динамические модели используются для оценки явлений в развитии. При описании неопределенных процессов в природных системах более предпочтительно использовать вероятностные подходы [1; 5]. Важнейшей задачей моделирования является прогнозирование и управление объектом, выделяются модели без управления и оптимизационные. Наиболее часто используемые – статистические, модели математической физики, балансовые динамические, матричные модели, модели теории исследования операций, частные модели «ресурс-потребитель» и аналогичные им, а также целая группа дискретных математических моделей.

Методы прогнозирования урожая, основанные на учете агроклиматических ресурсов региона, разрабатывались в агрометеорологии. Для оценки потенциальной продуктивности используются величины баланса фотосинтетически активной радиации (ФАР), а также комплексные показатели – биоклиматический и гидротермический потенциалы продуктивности (БКП, ГТП).

Эмпирические модели продуктивности агроценозов в основном представлены так называемыми производственными функциями. Они представляют регрессионные уравнения, связывающие конечный результат с действующими величинами. К производственным функциям предъявляется ряд требований: модель должна учитывать основные факторы, оказывающие влияние на урожай; охватывать широкий диапазон их значений; аппроксимирующая функция должна максимально соответствовать реальным биологическим закономерностям [2; 5]. Динамические модели предназначены для прогнозирования и оперативного управления продукционным процессом с учетом складывающейся агрометеорологической обстановки. В основе динамического моделирования – описание системы с помощью обыкновенных дифференциальных уравнений и уравнений в частных производных, параметры которых определяют по эмпирическим данным. Физико-статистические модели рассматривают систему как совокупность взаимодействующих элементов со случайными свойствами. В модель вводится функция распределения показателей состояния и глобальная характеристика взаимодействия компонентов (энтропия, энергия или вещественный результат). Область применения рассматриваемых моделей ограничивается описанием неструктурированных

гомогенных систем, когда необходимо оценить воздействие многих факторов на результирующий признак [5].

Комплексные имитационные модели призваны повысить адекватность агроэкологических прогнозов за счет качественно более полного использования эмпирических данных. Структура имитационных систем, как правило, включает аналитическое описание объекта, блоки экспертных оценок, имитации и обработки результатов вычислительного эксперимента [5]. К статистическим моделям в агроэкологии можно отнести банки данных, содержащие параметры статистических распределений показателей состояния почв (морфологических, химических, физических и других), а также результатов полевых агрохимических экспериментов [5]. «Диффузные» модели используют аппарат уравнений переноса (диффузии). Область применения таких моделей – расчет потоков вещества и энергии в относительно гомогенных или приближенных к ним средах. В почвоведении уравнения диффузии используются для расчета температурных, концентрационных и иных полей в почвенной массе [3;4]. Адекватность расчетных оценок при работе с весьма сложной и гетерогенной средой, где параметры правой части уравнений являются функциями времени и изменяются в трехмерном пространстве, достаточно низкая. Поэтому их использование ограничено преимущественно теоретическими задачами, а в сельскохозяйственной практике используются различные эмпирические зависимости [5].

Балансовые модели описывают динамику систем как совокупность процессов переноса вещества и энергии. В качестве математического аппарата используются обыкновенные дифференциальные уравнения. Частным случаем являются так называемые компартментные модели. Они представляют объект в виде резервуаров (компартментов) и связующих их каналов, что имеет важное значение в изучении биологического круговорота элементов в почвоведении и геохимии. Модели геохимических циклов описывают миграцию и накопление зольных элементов в системе «почва-растение» и формирование биомассы.

Последнее время ведутся работы по оценке устойчивости и безопасности агроэкосистем [1-5], прогнозированию последствий глобального изменения климата и химического состава природной среды. Однако результаты теоретических разработок до сих пор не нашли отражение в критериях оценки реальных экологических ситуаций и соответствующих нормативно-правовых документах [5]. Балансовые модели – основной инструмент изучения динамики гетерогенных систем, но они не способны передать смену их состояний и изменение кинетических характеристик [3]. Для этого предложены модели автоматного типа с дискретно-переменными скоростными коэффициентами [1; 3]. Другой особенностью комплексных систем является разнотемповость изучаемых процессов. Описывающие их системы дифференциальных уравнений получили название жестких. В последнее время для решения «жестких» систем предложены явные схемы с управляющими параметрами [4; 5].

Матричные модели представляют динамику объекта в виде последовательной смены состояний:

$$a(t+1)=A*a(t), (1)$$

где: a – вектор характеристик объекта, A -квадратная матрица воздействий, t -время.

В общем случае матрица A может быть переменной и ее элементы будут зависеть от времени. Матричные модели применимы, если динамика свойств объекта представима в виде линейной рекурсии. Модели теории исследования операций призваны решать задачу оптимального управления в условиях, когда доступные ресурсы ограничены. В качестве основной характеристики при этом служит содержание влаги в корнеобитаемом слое. Поэтому в данную методику необходимо заложить новые подходы по определению составных элементов водного баланса. Обобщенная схема управления орошением состоит из следующих направлений: ежедневная оценка фактической ситуации по почвенным влагозапасам; ежедневная оценка работы дождевальной техники и фактической ситуации по проведению поливов и др.

Литература

1. *Агапов В.И.* Динамика, пространственное распределение и моделирование содержания симазина в почве. Автореф. дис. канд. биол. наук. М., 1985.
2. *Айдаров И.П.* Регулирование водно-солевого и питательного баланса орошаемых земель. М., 1985.
3. *Богатырев Л.Г., Рыжова И.М.* Биологический круговорот и его роль в почвообразовании. М., 1994.
4. *Бондаренко Н.Ф., Жуковский Е.Е., Мушкин И.Г.* Моделирование продуктивности агроэкосистем. Л., 1982.
5. *Грабовский В.И.* Клеточные автоматы, как простые модели сложных систем // Успехи современной биологии. 1995. Т. 115. N 4.

А.П.Германович, Л.А.Бурова

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Особенностью современного этапа развития туризма является формирование цивилизованных рыночных отношений в этой сфере. Возрождается внутренний туризм. Разрабатывается новая государственная концепция развития туризма, расширяются международный туристический поток и география туристских поездок. Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего и выездного туризма.

Проблема привлечения инвестиций является жизненно важной для Краснодарского края. Создание благоприятного инвестиционного климата – приоритетная задача социально – экономического развития санитарно – курортного комплекса и туристской индустрии. Для реализации поставленной задачи важное значение приобретает наличие законодательства Краснодарского края, обеспечивающее прозрачность инвестиционного процесса, стабильность правового поля, защиту прав инвестора как собственника и льготные условия функционирования предприятий в период реализации инвестиционного проекта.

Особенностью современного этапа развития туризма является формирование цивилизованных рыночных отношений в этой сфере. Возрождается внутренний туризм. Разрабатывается новая государственная концепция развития туризма в условиях рыночных отношений, расширяется международный туристский поток и география туристских поездок. Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего и выездного туризма. На развитие санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии Российской Федерации в ближайшие годы (2007-2008 гг.) влияют следующие факторы:

структурные и качественные реформы, проводимые в экономике туризма: изменение форм собственности и смена собственников, дальнейшее сокращение числа государственных объектов санаторно-курортного и туристского назначения, изменение законодательной базы; снижение уровня доходов населения, связанное с пиком платежей по государственному внешнему долгу, колебаниями валютных курсов и политическими и военными конфликтами; резкое сокращение бюджетного финансирования социального туризма; снижение финансовой устойчивости, ценовой и сервисной конкурентоспособности организаций санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии в связи с сокращением туристских потоков, ростом налогов, земельных и коммунальных платежей; несоответствие существующей материально-технической базы санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии платежеспособного клиента.

В результате комплексного воздействия этих и других факторов на финансово-хозяйственную деятельность организаций санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии уже сегодня резко снизилась их рентабельность, многие здравницы не имеют свободных финансовых средств, необходимых им для реконструкции собственных основных фондов и внедрения инноваций. Прямые и косвенные доходы от туризма могут резко сократиться, что негативно скажется на финансовом положении как самого санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии, так и на экономике курортных городов и районов края.

Главным направлением в развитии средств размещения должна стать реконструкция существующего фонда санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии и доведение его комфортности до средневропейского уровня. При этом финансирование строительства новых средств размещения и реконструкция действующих должно вестись частными и корпоративными инвесторами.

Весь объем бюджетного финансирования санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии необходимо направить на реконструкцию существующих и строительство новых инженерных сетей, модернизацию городских коммуникаций (прежде всего очистных сооружений, водоводов, сети тепло- и энергоснабжения), развитие транспортной системы, пляжного хозяйства, инфраструктуры развлечений. Реализация задач, стоящих перед санаторно-курортным комплексом и туристской индустрией станет возможной только при наличии

выверенной маркетинговой стратегии и тактики, включая коммуникационную составляющую по продвижению курортного и туристского продукта на внутреннем и международном рынках.

Санаторно-курортный комплекс и туристская индустрия на сегодняшний день не является отраслью народного хозяйства. С введением в действие с 1 января 2003 г. постановления Госстандарта России от 6 ноября 2001 года N 454-ст «О принятии и введении в действие ОКВЭД» (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности) организации, по своей сути составляющие единый санаторно-курортный комплекс, отнесены к различным разделам и подразделам ОКВЭД. Например, деятельность туроператоров, турагентов и экскурсионных бюро относится к разделу «Вспомогательная и дополнительная транспортная деятельность», деятельность санаториев и пансионатов с лечением – «Деятельность лечебных учреждений» раздела «Здравоохранение», а деятельность гостиниц и прочих средств размещения – к разделу «Деятельность гостиниц и ресторанов».

Единого федерального органа, осуществляющего государственное регулирование в области туризма и лечебного (рекреационного) туризма как его части, в Российской Федерации не существует. Курортным делом занимается Министерство здравоохранения Российской Федерации, а туризмом – Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации. Минздравом России и Минэкономразвития России проводится несогласованная и разновекторная государственная политика, что, безусловно, отрицательно сказывается на развитии санаторно-курортного комплекса в целом. Минздрав России в качестве стратегической цели государственной политики в сфере восстановительной и курортной медицины рассматривает обеспечение доступной для всех слоев населения высокоэффективной оздоровительно-реабилитационной и санаторно-курортной помощи, основанной на крупномасштабном государственном финансировании. Но реализация стратегии, выдвинутой Минздравом России, возможна лишь при условии крупномасштабного государственного финансирования санаторно-курортного комплекса.

Минэкономразвития России (Департамент туризма), напротив, придерживается рыночной стратегии, делая основной упор на маркетинговую политику. Сложившаяся разновекторная государственная политика в области санаторно-курортного дела и туризма базируется на действующем в этой сфере законодательстве Российской Федерации, именно поэтому нормативно-правовое поле, регламентирующее деятельность санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии Краснодарского края, достаточно обширно (43 основных акта), но во многом противоречиво. Вышеуказанная противоречивость нормативных правовых актов затрудняет, а зачастую делает невозможным статистическое наблюдение за предприятиями санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии, не позволяет в полной мере использовать имеющийся арсенал средств, повышающих качество оказываемых услуг, вести учет налоговых и неналоговых поступлений.

Несмотря на то, что законодательство Российской Федерации и законодательство Краснодарского края, регламентирующие деятельность санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии Краснодарского края, обширны, существуют причины, по которым они должны быть дополнены и переработаны:

– слабое отражение в действующем законодательстве реалий рыночной экономики, в условиях которой функционируют санаторно-курортные и туристские организации; необходимость устранения существенных противоречий, имеющихся в действующем законодательстве;

– необходимость научного обоснования и приведения в соответствие с современными требованиями существующих медицинских стандартов и критериев проведения лицензирования медицинской деятельности санаторно-курортных организаций, аттестации медицинских работников санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края и сертификации оказываемых ими услуг.

С целью преодоления этих негативных явлений Минздрав и Минэкономразвития России подготовили проекты новых нормативных правовых актов.

Так как проблема законодательно-нормативного обеспечения деятельности санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии наиболее актуальна для края, необходимо воспользоваться правом законодательной инициативы, выйти с предложениями в Государственную Думу и Правительство Российской Федерации о включении в разрабатываемые законодательные акты норм, регулирующие функционирование хозяйствующих субъектов, оказывающих санаторно-курортные и туристские услуги. Основные направления

совершенствования законодательства Российской Федерации и законодательства Краснодарского края в сфере санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии:

1) включение вопросов развития санаторно-курортного и туристского комплекса края в долгосрочные программы социально-экономического развития Краснодарского края как приоритетного направления государственной политики;

2) унификация понятийного аппарата в сфере санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии в соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации и Европейского союза, международными конвенциями и соглашениями, в том числе совершенствование общероссийских классификаторов в части вопросов, отнесенных к туризму и туристской деятельности;

3) дальнейшее совершенствование норм, регламентирующих деятельность санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии, а также принятие подзаконных актов, направленных на конкретизацию таких норм. Разработка и принятие подзаконных актов, регулирующих предоставление услуг в различных сферах туристской деятельности (культурно-познавательный туризм, конгрессно-выставочный туризм, услуги частных гостиниц, а также туристское обслуживание неорганизованных отдыхающих, экскурсионные услуги), определение порядка осуществления деятельности по продаже прав на клубный отдых, чартерные перевозки воздушным транспортом, морские круизы;

4) разработка и принятие нормативного правового акта о системе туристских обозначений и знаков;

5) разработка и принятие нормативных документов о порядке ведения краевого государственного статистического учета и отчетности в сфере санаторно-курортной и туристской деятельности;

6) разработка и принятие подзаконных нормативных актов о создании и мерах государственной поддержки туристских центров краевого значения, включая вопросы планирования и регулирования туристских потоков на территории края с учетом интересов государства и местного населения;

7) разработка новых стандартов, норм и систем классификации всех сегментов индустрии туризма, отвечающих требованиям Всемирной торговой организации, правилам и стандартам Европейского Союза, внедрение международной системы сертификации услуг в области туризма, в том числе услуг, предоставляемых частными гостиницами;

8) разработка и принятие ряда поправок в действующую законодательную и нормативную базу, а также внесение проектов новых нормативных правовых актов, регламентирующих процесс вовлечения малых средств размещения в санаторно-курортном комплексе и туристской индустрии;

9) разработка нормативных правовых актов о финансовых расчетах в области туризма (дорожные чеки, кредитные карты), выпуске и обращении государственных (муниципальных) ценных бумаг (туристских облигаций), использование которых позволит создать дополнительные источники финансирования объектов индустрии туризма на курортах Краснодарского края.

Реализация поставленных задач в сфере туризма и курортного дела возможна в рамках краевой целевой программы, предусматривающей совершенствование законодательного и нормативного обеспечения деятельности санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии Краснодарского края. Стратегической целью Концепции является формирование условий для создания на территории Краснодарского края современного, конкурентоспособного и высокоэффективного санаторно-курортного и туристского комплекса, доступного для всех слоев населения страны. Предполагается, что данная Концепция станет основой для разработки краевой целевой программы «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края» на 2003-2010 гг. Отдельные ее направления (развитие инженерной инфраструктуры, экология, транспорт, связь, подготовка и повышение квалификации кадров) войдут в общую программу в виде самостоятельных подпрограмм. Основные направления развития сформированы в условиях незаконченного перехода экономической системы страны от централизованно планируемой экономики к рыночной. Для устойчивого экономического развития края определены следующие приоритеты:

- ускоренное завершение основных институциональных преобразований, в том числе:
- совершенствование организационно-экономического механизма развития санаторно-курортного и туристского комплекса края;

– создание новой и совершенствование имеющейся нормативной правовой базы, регулирующей вновь возникающие правоотношения, в том числе связанные с активным использованием индивидуальных домовладений для ведения предпринимательской деятельности в области оказания санаторно-курортных услуг;

– поддержка и развитие въездного, внутреннего туризма;

– совершенствование системы статистического учета и отчетности;

– приведение в соответствие с современными требованиями существующих положений, медицинских стандартов и критериев проведения лицензирования медицинской деятельности санаторно-курортных организаций, аттестации медицинских работников санаторно-курортного комплекса и сертификации оказываемых ими услуг;

– разработка новых стандартов, норм и систем классификации средств размещения туристов, отвечающих требованиям Всемирной туристской организации, правилам и стандартам Европейского союза для всех сегментов индустрии туризма, внедрение международной системы сертификации услуг в области туризма, в том числе услуг, предоставляемых малыми средствами размещения;

– создание условий для эффективного функционирования объектов санаторно-курортного и туристского комплекса края: расширение и упрощение краевой программы субсидирования части процентной ставки по кредитам, полученным в кредитных организациях предприятиями санаторно-курортного и туристского комплекса края, в том числе за счет включения в программу предприятий, основным видом деятельности которых оказание санаторно-курортных услуг не является, но которые осуществляют финансирование мероприятий, направленных на развитие курортной инфраструктуры курортных городов и районов края;

– формирование системы поддержки предприятий санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии, осуществляющих реконструкцию собственных основных фондов, путем предоставления им налоговых льгот, установления режима административного благоприятствования;

– разработка подпрограммы по подготовке и повышению квалификации кадров, занятых в сфере оказания санаторно-курортных и туристских услуг;

– разработка комплексных методик лечения на основе курортных факторов края; формирование маркетинговой стратегии продвижения санаторно-курортных и туристских услуг на внутреннем и внешнем рынках;

– разработка комплекса мер по обеспечению безопасности туристов, прибывающих на отдых в Краснодарский край;

– разработка подпрограммы по сохранению природных лечебных ресурсов и улучшению экологии курортов, включающей мероприятия по обеспечению экологической безопасности населения на уровне национальных и международных стандартов, а также по предотвращению техногенных и экологических катастроф;

– развитие туризма как одной из перспективных отраслей экономики края, способной дать значительный социально-экономический эффект;

– реконструкция и завершение строительства туристских объектов, расположенных в районах с наиболее высоким туристским потенциалом;

– подготовка и создание базового пакета информационно-рекламных материалов о возможностях регионального туристского рынка;

– участие туристских организаций в проведении международных, федеральных и региональных туристских выставок;

– проведение рекламных кампаний в средствах массовой информации с целью формирования положительного имиджа Азово-Черноморского побережья Краснодарского края и продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.

Реализация намеченной цели является капиталоемкой и потребует привлечения в эту сферу значительных инвестиционных ресурсов. Объемный масштаб проблем общегосударственного и регионального значения предполагает объединение усилий и концентрацию финансовых ресурсов бюджетов всех уровней. Для этого необходимо создать портфель первоочередных предложений, ориентироваться на консолидированные инвестиционные средства, установив режим наибольшего благоприятствования для приоритетных инвесторов. Проблема привлечения инвестиций является жизненно важной для края. Создание благоприятного инвестиционного климата является приоритетной задачей социально-экономического развития санаторно-курортного комплекса и туристской индустрии. Для реализации поставленной задачи

исключительно важное значение приобретает наличие законодательства Краснодарского края, обеспечивающего прозрачность инвестиционного процесса, стабильность правового поля, защиту прав инвестора как собственника и льготные условия функционирования предприятий в период реализации инвестиционного проекта. Необходимо продолжить работу по совершенствованию законодательства Краснодарского края, стимулирующего инвестиционную деятельность.¹

12 июня 2007 г.

И.А. Кулькова

УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМ ПОВЕДЕНИЕМ ЧЕЛОВЕКА НА РЫНКЕ ТРУДА

Изложена позиция о принадлежности рынка труда к сфере проявления трудового поведения человека. Представлена авторская формулировка понятия «трудовое поведение». Расширена сфера реализации трудового поведения: не только в фазе использования ресурсов для труда, т.е. в организации (как разновидность организационного поведения), но и в фазе распределения и перераспределения ресурсов, т.е. на рынке труда. Уточнена позиция автора по некоторым спорным понятиям экономики труда: рынок труда и предмет купли-продажи на нем, субъекты рынка труда, стратегия поведения безработного и др. Сформулированы элементы управления трудовым поведением на рынке труда: субъекты, объект, цель управления.

В настоящее время эффективная политика на рынке труда возможна только при дифференцированном подходе к каждой группе людей, занятых поиском работы. А для этого необходимо изучать поведение различных групп людей на рынке труда. Большинство авторов рассматривает трудовое поведение в контексте социального поведения и только в процессе труда. Они исходят из того, что трудовое поведение – это разновидность экономического поведения. Под трудовым поведением чаще всего понимают «сознательно реализуемый комплекс действий и поступков личности работника, связанных с синхронизацией ее профессиональных возможностей и интересов с функциональным алгоритмом производства» [1]. Мы же, напротив, считаем, что понятие трудовое поведение – более широкое, и проявляется не только в процессе труда, но во всех сферах, связанных с трудом; исходим из того, что трудом называется «сознательная, целенаправленная и легитимная деятельность человека (людей) по производству (созиданию) материальных или духовных благ (вещей, товаров, услуг, произведений науки, культуры, искусства и др.), способных удовлетворять определенные человеческие потребности и востребованных людьми» [2].

Под трудовым поведением автор понимает совокупность сознательных поступков и действий, связанных с созиданием материальных и духовных благ, направленных на удовлетворение определенных человеческих потребностей и востребованных людьми. Рынок труда мы определяем прежде всего как «систему общественных отношений, связанных с наймом и предложением труда, т.е. с его куплей и продажей; а также экономическое пространство – сфера трудоустройства, в которой взаимодействуют покупатели и продавцы специфического товара – труда; и, наконец, это механизм, обеспечивающий согласование цены и условий труда между работодателями и наемными работниками» [3].

Автор поддерживает точку зрения, что рынок труда относится к сфере обращения, на нем продается и покупается предстоящий труд, который, будучи купленным, реализуется в сфере производства. Поэтому рынок труда охватывает только тех, кто ищет работу. Рынок труда также является сферой проявления трудового поведения, так как в этом секторе рынка продуктом купли-продажи является труд, выраженный в результатах.

Субъектами трудового поведения на рынке труда являются, по мнению автора, с одной стороны, лица, ищущие работу:

- безработные (по методологии МОТ ими считаются лица, которые не имеют работы, ищут ее и готовы к ней приступить);
- не удовлетворенные своей работой занятые, ищущие другое место основной или дополнительной работы;
- явно рискующие потерять работу, поэтому осуществляющие поиск новой работы [7].

¹ Постановление Законодательного Собрания Краснодарского края №292- П «Об утверждении Концепции развития санаторно-курортного и туристического комплекса Краснодарского края на 2003-2010 годы»

С другой стороны, субъектами трудового поведения на рынке труда являются работодатели. В этом отношении можно говорить, во-первых, о коллективном трудовом поведении работодателей, во-вторых, можно рассматривать каждого работодателя в качестве отдельного субъекта. Поведение ищущих работу на рынке труда зависит от поведения работодателей. Работодатели могут значительно снизить мотивацию к трудоустройству отдельных безработных. Так, например, часто повторяющееся в объявлениях о приеме на работу требование к возрасту кандидатов до 35 лет, ведет к тому, что работники старших возрастов не верят в возможность собственного трудоустройства, не проявляют активности, настойчивости.

На рынке труда чаще говорят не о трудовом поведении, а о стратегии поведения безработного, подразумевая под ней способы поиска работы и отношение к будущему трудоустройству. Такое намеренное сужение объекта изучения только безработными гражданами, по мнению автора, не позволяет выявить действительно эффективные способы поиска работы, так как занятые находят новую работу часто успешнее, чем безработные.

Кроме того, автор считает использование понятия «стратегия» поведения в данном контексте не корректным, так как стратегия чаще всего подразумевает управление людьми, а не одним человеком – собой. Если же менее строго подходить к термину, понимая под ним долгосрочные планы, тогда автор выделяет следующие четыре стратегии безработного:

скорейший и самостоятельный поиск работы;

пассивное ожидание помощи в трудоустройстве, т.е. желание найти работу не своими руками (пусть центр занятости или кадровое агентство подберет);

оттягивание времени поиска работы, т.е. желание найти работу позднее, а сейчас как-то «пережить» за счет социальной помощи (при этом создается впечатление, что безработный ищет работу и готов к ней приступить сейчас, а не позже);

симулирование безработицы, когда человек не хочет искать работу, хочет получать пособие, но пытается создать впечатление, что работу он ищет безрезультатно.

К трудовому поведению автор относит только первые две стратегии: активную и пассивную. А вопрос, как безработный ищет работу, относится скорее к тактике поведения, а не к стратегии. Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что не всякое поведение людей на рынке труда является трудовым.

Объектом управления трудовым поведением, по мнению автора, являются процессы развития (формирования), движения (изменения) и использования трудового поведения. Целью управления трудовым поведением, по мнению автора, является поиск наиболее рациональных путей постоянного поддержания готовности, подготовленности, дееспособности и позитивной мотивации человека (работника) к труду, устойчивому и целесообразному применению своих профессиональных навыков. Таким образом, рынок труда, как сфера купли-продажи труда, выраженного в результатах, является также сферой проявления трудового поведения человека и работодателей, и требует выработки действенного механизма управления этим поведением.

Литература

1. *Верховин В.И.* Социальное регулирование трудового поведения в производственной организации. М., 1991.
2. *Рофе И.А., Стрейко В.Т., Збышко Б.Г.* Экономика труда: Учебник для вузов. М., 2000.
3. *Рофе И.А.* Рынок труда: Учебник для вузов. М., 2003.
4. *Рофе И.А., Збышко Б.Г., Ишин В.В.* Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов для труда: Учебное пособие. М., 1998.
5. *Елкина О.С., Половинко В.С.* Экономическое поведение работников на рынке труда. Омск, 2001.
6. *Исмагилова Ф.С.* Основы профессионального консультирования. Екатеринбург, 1999.
7. *Осницкий А.К., Чуйкова Т.С.* Саморегуляция активности субъекта в ситуации потери работы // Социологические исследования. 1999. № 1.
8. *Роцин С., Маркова К.* Поиск работы: способы и эффективность // Человек и труд. 2003. № 12.

28 мая 2007 г.

И.Б. Кушнир

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМ УЧРЕЖДЕНИЕМ КЛУБНОГО ТИПА

Процесс реализации стратегии управления муниципальным клубом, когда следует привлечь к его посещению как можно больше различных групп населения с разным достатком и социальным статусом, рассмотрен на примере применения эвристического подхода для многоцелевых моделей. Найденное решение целевого программирования с абсолютными приоритетами позволяет муниципалитету находить удовлетворительное решение даже тогда, когда не существует решения, удовлетворяющего всем целям. В этом случае предлагаются абсолютные приоритеты целей, что позволяет последовательно ограничивать свое внимание теми точками, которые ближе подходят к достижению каждой цели.

Преодоление трансформационного спада и выход экономики России на траекторию экономического роста проявляется в переходе от стратегии адаптации и выживания к стратегиям модернизации и последующего роста на основе инновационного подхода, в рамках которого происходит селекция эффективных институтов социально-экономического развития. Императив максимизации прибылей и развитие новых технологических возможностей побуждает осваивать новые ресурсы, удлинять рабочий день, создавать дневные и ночные рабочие смены, деформируя биологические ритмы пассивности и активности, сна и бодрствования.

Потребление товаров, услуг, развлечений 24 часа в сутки станет имманентным стремлением позднекапиталистической системы. Клубная индустрия – эмблематическое выражение этой системы. Такое положение клубов в полной мере отражает сложившуюся социокультурную ситуацию и свидетельствует о продолжающемся процессе организационно-структурных преобразований в сфере культуры и досуга, связанных общими процессами социально-экономических и политических реформ. В толковом словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой дается следующее определение клуба. Во-первых, это организация, объединяющая людей на основе общности, сходства, близости интересов занятий. Во-вторых – культурно просветительское учреждение, в котором собираются люди для отдыха, развлечений; здание, помещение. В-третьих, учреждение или общественная организация, занимающаяся финансовой или коммерческой деятельностью. Таким образом, понятно, что клубный досуг – не только способ, форма общения, но и организация, способствующая творческому, духовному, интеллектуальному развитию, а также место для отдыха и развлечений [1].

В законодательстве [2] под клубным учреждением, как известно, подразумевается организация, основной деятельностью которой является предоставление населению разнообразных услуг социально-культурного, просветительского, оздоровительного и развлекательного характера. Доминанта в деятельности клубной организации обозначена в виде создания необходимых условий для занятий любительским художественным творчеством, ориентированных на улучшение культурных интересов определенных профессиональных, национальных и других социально-демографических категорий населения. Проявление такой деятельности находит свое отражение в центрах эстетического воспитания детей, технического творчества, клубах и домах творческой интеллигенции, женщин, молодежи, пенсионеров, центрах традиционной культуры, домах ремесел и фольклора, национально-культурных центров и т.п.

Управлению муниципальной клубной системой придается глубокий социально-экономический смысл, предъявляются принципиально иные требования, пока еще не нашедшие адекватного воплощения в виде новых концепций. В условиях современной России особую актуальность приобретает теоретическое переосмысление опыта и моделирование механизма управления клубными муниципальными комплексами на региональном уровне. Приоритетным направлением научного поиска и совершенствования данной проблематики является обоснование алгоритма дальнейших преобразований форм, методов, организации управления муниципальных учреждений клубного типа, для перевода их от ярко выраженной дотационной бюджетной составляющей к созданию системно построенной, целостной структуры управления на региональном и местном уровне. Одним из подходов в исследовании упомянутых выше задач является применение многоцелевых моделей и эвристических алгоритмов, позволяющих эффективно находить оптимальные решения с учетом предложенных ниже приоритетов. В нашем случае в модель управления муниципальным учреждением клубного типа закладывается поиск нескольких целей (творческое, духовное, интеллектуальное развитие населения, а также место для отдыха и развлечения), среди которых трудно выделить одну. Эти цели несопоставимы в том смысле, что они

не поддаются непосредственному сравнению или комбинированию. В большинстве процессов это конфликтующие цели, так как ослабление требования к одной цели приводит к возможности получить более высокие результаты по другой.

К настоящему времени известны несколько подходов к многоцелевым моделям (называемым также многокритериальным принятием решений), среди которых: использование теории полезности, поиск Парето-оптимальных решений с помощью многокритериального линейного программирования, аналитический иерархический процесс и целевое программирование [3]. Мы ограничимся целевым программированием, понятие которого было введено Абрахамом Чансом и Уильямом Купером, которое можно рассматривать как эвристический подход для многоцелевых моделей, основанный на концепции линейного программирования. Целевое программирование в общем случае применяется к линейным моделям. Это – расширение задачи линейного программирования, которое позволяет вплотную подойти к решению различных целей и ограничений. Лицо, принимающее решение, по крайней мере на эвристическом уровне, может использовать свою систему предпочтений при работе с противоречивыми целями. Иногда целевое программирование рассматривают как попытку математической интерпретации понятия удовлетворенности. Этот термин ввел Херберт Саймон, чтобы охарактеризовать достаточно часто возникающую ситуацию, когда люди ищут не оптимальные, а «достаточно хорошие» решения. Иными словами, требуется довести несколько целей одновременно хотя бы до минимально удовлетворительных уровней.

Сформулируем предпочтения по отношению к различным целям в виде абсолютных приоритетов и на этой основе решим задачу целевого программирования поэтапно как последовательность задач, относящихся к нашей тематике. Общие расходы муниципального клуба не могут превышать выделенной на эти цели суммы (S) из местного бюджета. Руководство клуба желает привлечь к его посещению как можно больше различных групп населения с разным достатком и социальным статусом. Чтобы определить, насколько каждая отдельная клубная программа удовлетворяет потребностям общества, руководство клуба использует оценку ее воздействия на различные группы потребителей. Это воздействие определяется коэффициентом удовлетворенности, показывающим, сколько человек посетило клуб в течение месяца. Для двух типов альтернативных услуг (культурных и развлекательных), которые оказывает клуб, определяется различный уровень востребованности у разных групп потребителей.

Мы предлагаем следующие цели клубного управления (порядок, в котором они перечислены, отражает их абсолютные приоритеты):

1. Желательно, чтобы общее количество посетителей не превышало заданную величину (B).
2. Для поддержки и развития услуг клуба, удовлетворяющих культурные запросы всех категорий населения, желательно тратить на развлекательные досуговые мероприятия не более оговоренной суммы (R).
3. В ходе приглашения в клуб посетителей желательно заинтересовать больше чем (T) число граждан, имеющих определенный социальный статус и значимость в данном муниципальном образовании. Присущие функционированию клуба внешние сетевые эффекты, когда повышается сильное стремление к совместимости с выбором других посетителей, приводит к возрастанию полезности продукта (клуба) для потребителя (посетителя) по мере увеличения числа пользователей. Таким образом, чем популярнее клуб у лиц, имеющих определенный социальный статус и значимость в данном муниципальном образовании, тем более полезным он кажется посетителям, тем больше желающих в него попасть.

4. Наконец, если все цели будут достигнуты, хотелось бы как можно ближе подойти к максимально возможному числу посетителей категории (T).

Введем обозначения: через x_1 обозначим затраты на культурные мероприятия в расчете на одного человека и x_2 – затраты на развлекательные мероприятия также в расчете на одного человека. Поскольку цель с наивысшим приоритетом есть суммарное количество (B) посетителей, то разумно при моделировании использовать его в качестве цели, а остальные цели трактовать как ограничения. Однако не существует способа одновременно удовлетворить эти три цели (по суммарным расходам, расходам на культуру и привлечению людей с общественным положением. Попытка изменить одну или несколько целей или, возможно, всю целевую функцию, зависящую от числа посещений, невозможна, поскольку в ходе реструктуризации модели можно утратить основу реальной ситуации.

Чтобы удовлетворить системное ограничение, нам необходимо ввести переменные отклонения (u_i), которые показывают, насколько значение, полученное в решении, отклоняется от цели. Выбор целевой функции в виде суммы переменных отклонения показывает, что не существует

предпочтений при рассмотрении отклонений от намеченных целей. Чтобы описать предпочтения среди различных целей, следует присвоить различные коэффициенты (P_i) переменным отклонения в целевой функции. В ряде случаев процесс присвоения значений взвешенным переменным отклонениям по отношению к различным целям бывает произвольным и субъективным. В таких случаях более приемлемо сформулировать предпочтения в виде абсолютных приоритетов различных целей, а не весовых коэффициентов. При использовании абсолютных приоритетов задача целевого программирования решается поэтапно как последовательность задач [4].

Рассмотрим следующую модель в виде задачи целевого программирования, в порядке убывания приоритетов:

1. Минимизировать недостачу в достижении показателя общей посещаемости (u_1), т.е.

$$u_1 + \sum_{i=1}^2 c_i x_i \geq B, \text{ где } c_i, i=1,2 - \text{весовые коэффициенты.}$$

2. Минимизировать расходы на развлекательные программы, превышающие (R), т.е. $x_1 - v_2 \leq R$, где v_2 – дополнительные расходы на развлекательные мероприятия.

3. Минимизировать недостачу в количестве посещаемости клубов лицами с общественным положением (u_3), т.е. $u_3 + \sum_{i=1}^2 q_i x_i \geq T$, где $q_i, i=1,2$ – весовые коэффициенты.

4. Минимизировать недостачу суммарного количества посетителей по сравнению с максимально возможным (u_4), т.е. $u_4 + \sum_{i=1}^2 c_i x_i \geq T$.

Теперь приоритеты нами явно сформулированы в виде задач минимизации недостачи ($\min u_i$) или минимизации превышения ($\min v_i$), а цели выражены в форме неравенств. Такой метод упрощает проведение графического анализа предложенной модели. На основе предварительных приоритетов можно выделить системные ограничения, которые нельзя нарушать, и целевые ограничения. В данной модели единственным системным ограничением является то, что суммарные расходы не должны превышать бюджетные средства (S), т.е. $\sum_{i=1}^2 x_i \leq S$.

Запишем модель в виде задачи целевого программирования

$$Z_{\min} = P_1 u_1 + P_2 v_2 + P_3 u_3 + P_4 u_4 \geq T,$$

где P_i – весовые коэффициенты целевой функции, служащие для отражения приоритетов при следующих ограничениях:

$$\sum_{i=1}^2 x_i \leq S, \quad (s)$$

$$u_1 + \sum_{i=1}^2 c_i x_i \geq B, \quad (1)$$

$$x_1 - v_2 \leq R, \quad (2)$$

$$u_3 + \sum_{i=1}^2 q_i x_i \geq T, \quad (3)$$

$$u_4 + \sum_{i=1}^2 c_i x_i \geq T, \quad (4)$$

$$x_1, x_2, u_1, v_2, u_3, u_4 \geq 0,$$

Данная целевая функция Z_{\min} состоит исключительно из переменных отклонения и требует минимизации. Поскольку необходимо подойти как можно ближе к намеченным целевым показателям, то следует рассматривать задачу целевого программирования как задачу минимизации. Данная постановка задачи минимизации функции означает следующее:

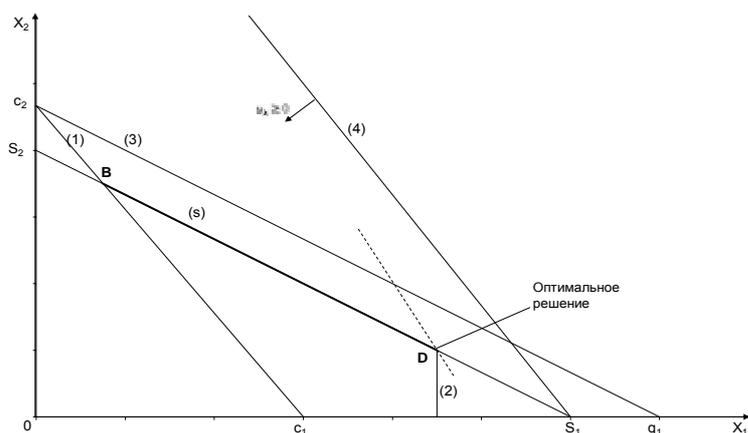
1. Необходимо найти множество переменных решений, удовлетворяющих системному ограничению (s) и доставляющих минимально возможное значение u_1 при соблюдении ограничений (1) и условия $x_1, x_2, u_1 \geq 0$. Если рассматривать только цель с наивысшим приоритетом, то все точки в данной области являются оптимальными (наилучшими из возможных) и поэтому руководству клуба безразлично, какую из этих точек выбрать.

2. Далее ищем подмножество точек допустимой области (1), достигающих минимальное возможное значение переменной v_2 при условии выполнения ограничений (2) и $v_2 \geq 0$. Назовем это подмножество допустимой областью (2). С точки зрения достижения двух целей с наивысшим приоритетом все точки этой области являются оптимальными.

3. Назовем допустимой областью (3) подмножество точек допустимой области (2), минимизирующих u_3 при соблюдении ограничений (3) и $u_3 \geq 0$.

4. Назовем допустимой областью (4) подмножество точек допустимой области (3), минимизирующих u_4 при соблюдении ограничений (4) и $u_4 \geq 0$. Любая точка этой области является оптимальным решением полной исходной задачи.

На рисунке показано графически оптимальное решение, которым является точка D.



Оптимальное решение

Напомним, что четвертая цель состоит в максимальном приближении к наибольшему числу посетителей по сравнению с максимально возможным. В последней задаче найден единственный оптимум. Как видно из данной модели, целевое программирование с абсолютными приоритетами позволяет находить требуемые наилучшие решения даже тогда, когда не существует общего решения, удовлетворяющего всем целям. В этом случае целесообразно указывать абсолютные приоритеты целей и последовательно ограничивать свое внимание теми точками, которые как можно ближе подходят к достижению каждой цели по пропаганде культурных ценностей, приобщению широких масс населения к творчеству, организации современного комфортного досуга.

Однако изменения в механизме управленческих структур, всеобщий переход на рыночные отношения, коммерциализация досуга при недостатке бюджетных средств, несовершенстве хозяйственного механизма – все это заметно отражается на функциональных особенностях массовых досуговых учреждений. Основу клубной сети составляют учреждения муниципальных клубов, большинство из которых сегодня прекратили свое существование как культурно-просветительские учреждения.

Подводя краткие итоги, можно отметить, что клубный досуг – это не только способ, форма общения, но и организация, способствующая творческому, духовному, интеллектуальному развитию, а также место для отдыха и развлечения. Может ли человек полноценно, духовно здраво развиваться и даже существовать длительное время без этого? Нет, конечно, «не хлебом единым жив человек». По результатам проведенного исследования [5] «Актуальные проблемы и перспективы развития клубных учреждений Москвы» под руководством члена-корреспондента РАН, первого заместителя директора Института социально-политических исследований РАН, доктора философских наук В.Н. Иванова и директора Единого научно-методического центра Комитета по культуре города Москвы доктора социологических наук В. К. Сергеева 37,9% респондентов отметили насущную потребность в регулярном посещении клубов. В настоящее время большая часть посетителей клубов стремится «просто отдохнуть», причем отдых не связан с духовным совершенствованием, и меньшая – приобщаться к творческому процессу.

С одной стороны, в сегодняшней обстановке, когда социальные гарантии населению практически ничем не обеспечены и россиянам, чтобы выживать, растить детей, необходимо много работать. Понятно, что в этой ситуации речь, вероятнее всего, может идти о скорейшем восстановлении затраченной энергии, в основном, путем пассивного потребления культурных благ в домашних условиях у телевизора. С другой – тот, кто с детства, в семье и школе, подростковых и молодежных

организациях не приобрел навыков восстанавливать духовные и физические силы через общение с подлинными достижениями культуры, искусства, не только потребляя, но и создавая их по мере своих способностей, вероятней всего в любой ситуации будет привязан сомнительным увеселениям: картам, рулетке, игровым автоматам. Чем больше времени проводит человек в такой атмосфере, приобретая соответствующие навыки, привычки, тем хуже для него и общества. Корректировать социально-культурные ориентации человека гораздо труднее, чем заботиться об их традиционном формировании и профилактике. Поэтому помощь государства в сохранении и развитии национальной культуры, забота о повышении культурного уровня населения, о традиционных направлениях деятельности учреждений культуры и досуга – одна из первостепенных задач государства и муниципалитетов.

Литература

1. Частный клуб: организация, управление, развитие / С.А. Медведников. М., 2006.
2. Решение коллегии Министерства культуры Российской Федерации от 29 мая 2002 г. № 10 «О некоторых мерах по стимулированию деятельности муниципальных учреждений культуры»/ СПС КонсультантПлюс. 2007.
3. *Ларичев О.И.* Теория и методы принятия решений: Учебник. М., 2000.
4. *Мур, Дж.* Экономическое моделирование в Microsoft Excel / Пер. с англ. М., 2004.
5. Интернет-ресурс. Клуб – вчера, сегодня и завтра (человек как субъект и объект культуры). Социологическое исследование под рук. В.Н. Иванова и В.К. Сергеева, www.mos.ru

16 мая 2007 г.

Н.М. Сурнина, О.В. Печура

ПРИНЦИП УСТОЙЧИВОСТИ КАК ОСНОВНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НООЭКОНОМИКИ

Приведены основные положения теории устойчивого (самоподдерживающегося) развития, в ее контексте актуализируются главные концепции новой экономики, выявляются элементы неустойчивости в теориях постиндустриального общества и выдвигается сбалансированная модель нооэкономики как «экономики здоровья», «экономики творчества», экономики взаимодействия с Природой как сулерсистемой социума, обладающая большим потенциалом самоподдерживающегося развития.

В настоящее время формируется целостная постиндустриальная теория устойчивого развития, предметом исследования которой в самом широком смысле выступает оценка пригодности и перспективности окружающей среды и общества для пребывания в них человека. Сам термин «устойчивое развитие» впервые появился в опубликованной в 1980г. «Стратегии глобального сохранения», разработанной Международным союзом охраны природы и природных ресурсов. Устойчивое развитие было определено как интеграция сохранения (охраны природы) и развития для обеспечения такого изменения планеты, которое способно обеспечить безопасное выживание и благополучие всех людей. Однако популяризация и массовое внедрение в научный оборот термина «устойчивое развитие» произошло несколько позднее – после опубликования в 1987г. доклада «Наше общее будущее» Комиссии ООН по окружающей среде и развитию. Русскоязычный перевод «sustainable development» весьма неточен. В буквальном переводе на русский язык английское словосочетание «sustainable development» звучит как «самоподдерживающееся (продолжительное, самовоспроизводящееся) развитие». Более серьезную проблему представляет правильное определение, описание сути выбранного термина, в частности, в связи с тем, что «...различная интерпретация такого всеобъемлющего понятия в начале процесса осмысления и внедрения в общественное сознание может привести к различиям на стадии реализации национальных планов и программ, имеющих целью достижение устойчивого развития» [1, с.1]. Общепринятого определения понятия «устойчивое развитие» в настоящее время нет, наиболее распространена следующая формулировка Международной комиссии ООН по окружающей среде и развитию: это развитие, при

котором удовлетворяются потребности настоящего времени, но не ставится под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности [2].

Официально стратегия перехода к устойчивому развитию была принята как «Повестка действий на XXI век» на Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в 1992г. Выходя за рамки защиты окружающей среды, новая теория активно пытается разрешить обостряющиеся проблемы занятости и безработицы, бедности, демографии. С наступлением XXI в. в связи с процессами глобализации и «сжатием исторического времени» теория устойчивого развития перешла на качественно новый этап. Она твердо закрепляется в научном познании российской социально-экономической действительности и активно расширяется, пополняясь новыми концепциями и трактовками различных вопросов.

Те или иные элементы устойчивости и саморазвития, наряду с очагами воспроизводства различных социально-экономических дифференциаций (поляризации), присутствуют в основных концепциях видения общественной жизни на современном этапе. Так, в постиндустриальной модели (Дж. Белл, Д. Рисмен, Дж. Гэлбрейт, Г. Канн, В. Иноземцев и др.) рассматривается формирование нерыночной экономики благосостояния и возникновение слоя меритократии при порождении новых дефицитов – недостатка информации и времени.

Концепция информационного общества (М. Кастельс, Т. Умсаго, Дж. Стиглер, М. Порат, С. Дятлов и др.) обусловлена пятой информационно-технической революцией (создание микропроцессора и IT-технологий). М. Кастельс видит трансформацию географии производств и структуры занятости населения в информационной/глобальной экономике в формировании биполярности производственных процессов: на одном полюсе концентрируются высококвалифицированные работники, опирающиеся в своем труде на науку и высокие технологии, на другом полюсе сосредоточивается масса неквалифицированных рабочих, занятых рутинной сборкой и вспомогательными операциями [3]. Н.В. Казакова, исследуя особенности информационной экономики, отмечает, что «возникает общество, основой существования которого становятся знания, причем ... специализированные и сложные... Знания, зафиксированные в соответствующих технологиях..., становятся объективным фактором развития. Поэтому очень небольшая разница в интеллектуальном и информационном капитале может привести к значительному превосходству в конкуренции» [4, с. 20].

Теория новой сетевой глобальной экономики опирается на работу Б. Гейтса «Бизнес со скоростью мысли». Нестабильность в сетевой глобальной экономике, обусловлена реструктуризацией производства, переходом к электронной коммерции, глобализацией экономических связей, в том числе глобальным разделением труда, что вызывает необходимость встраивания каждого хозяйствующего субъекта в глобальный сетевой бизнес [5].

Нам более близка концепция экономики знаний (экономика, основанная на знаниях – knowledge-based economy). Первый из исследователей индустрии знаний Ф. Махлуп еще в 70-е гг. XX в. полагал, что самым значимым сектором современной экономики является образование в его связи с производством, наукой, рынком труда и информацией [6]. В. Макаров считает экономику знаний типом экономики, где сектора технологической материализации знаний играют решающую роль, а производство знаний является источником экономического роста [7]. Т.Е. Степанова раскрывает содержание экономики знаний следующим образом: формирование динамично развивающихся новых секторов экономики – сектора знаний, сектора информации, оказывающих прямое воздействие на экономику в целом; направленность приобретенных и накопленных знаний на гуманизацию общества; развитие сетевых методов организации хозяйственной деятельности субъектов» [8, с. 42].

Авторами выдвигается аттрактор движения по пути создания так называемой новой экономики как альтернативы постмодернизма, основными компонентами которой являются знания, информация, технологии сохранения, перемещения, распределения и материализации знаний. В границах неэкономических концепций формируется направление, задающее пределы и приоритеты развития модели «самоподдерживающегося (устойчивого) развития» – нооэкономика. Исследование, проводимое в рамках проекта 06-06-00171а гранта РГНФ, позволяет авторам охарактеризовать нооэкономику, с одной стороны, как экономику нового цикла, базирующуюся на ценностях и технологической базе информационной и сервисной экономики, а также «экономики знаний», с другой – как гуманную экономику, имеющую гуманистическое основание и ориентирующую все виды деятельности на развитие человека как части ноосферы. Нооэкономика рассматривается нами как синтез «экономики здоровья», «экономики творчества», экономики взаимодействия с Природой как суперсистемой социума. Именно система «макропространство-микропространство» («макрокосм-микрокосм») положена в основу определения центров тяжести формирующейся нооэкономики и

выступает в качестве критерия устойчивого развития. Данная система «макропространство-микропространство» предусматривает возможности микроорганизменного элемента (подсистемы), которая нам представляется в форме сегментированного социума, «производящего» человека-кризйтора, развиваться на всех планах пространства-бытия (духовного, культурного интеллектуального, физического), не нанося ущерб природному и социальному окружению, а в идеале облагораживая, улучшая его. Следовательно, нооэкономика как экономика разумная детерминирует систему хозяйствования, ориентированную на критерий «устойчивости развития» в системе «макропространство-микропространство».

Литература

1. *Кондратьев К.Я., Романюк Л.П.* Устойчивое развитие: концептуальные аспекты// Известия РГО. 1996. Т.128. Вып.6.
2. Научная основа стратегии устойчивого развития Российской Федерации // Безопасность Евразии. 2001. №4.
3. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
4. *Казакова Н.В.* Экономика и знания. Саратов, 2002.
5. *Добрынин А.И.* Новые экономические теории XXI века // Ученые записки Института управления и экономики. СПб., 2002. Вып.5.
6. *Махлун Ф.* Производство и распространение знаний в США. М., 1996.
7. *Макаров В.* Контуры экономики знаний // Экономист. 2003. №3.
8. *Степанова Т.Е.* Экономика знаний: методологический аспект. Саратов, 2004.

12 мая 2007 г.

О.А. Шарикова

ФАКТОРЫ ОПТИМИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ОБУВИ НА ПРИМЕРЕ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Оптимизация процессов, протекающих при функционировании региональных рынков, особенно необходима в условиях современной российской действительности. Это связано с ростом проблем локалитетного порядка, вытекающих из деформаций в устройстве и особенностей функционирования региональных институтов страны. Анализ их нынешнего состояния показал отсутствие эффективной нормативно-правовой базы и поддержки государства на уровне региона. Во многих регионах и округах продолжает развиваться проблема безработицы. Все это является причинами для определения путей оптимизации региональных рынков и разработки программы по улучшению жизнедеятельности регионов страны.

Оптимизация процессов, протекающих при функционировании региональных рынков, особенно необходима в условиях современной российской действительности. Это связано с ростом проблем локалитетного порядка, вытекающих из особенностей и сбоев в функционировании региональных институтов страны. Рассмотрим более подробно проблемы функционирования рынка обуви на примере Южного Федерального округа. Южный федеральный округ является наиболее компактным по территории округом в России.

Площадь округа составляет 589,2 тыс. км² (3,5% территории России). Округ раскинулся между Азовским и Черным морями с запада, Каспийским морем с востока, Большим Кавказским хребтом с Юга и степной и лесостепной зонами с севера. Эта своеобразная трапеция имеет примерно одинаковое расстояние как сверху вниз (по меридиану), так и слева направо (по параллели).

В состав Южного федерального округа входят республики: Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкарская, Калмыкия, Карачаево-Черкесская, Северная Осетия – Алания, Чеченская; Краснодарский и Ставропольский края; Астраханская, Волгоградская и Ростовская области. Важнейшими промышленными центрами округа являются города Ростов-на-Дону и Волгоград.

Южный Федеральный округ занимает первое место по объему выпускаемой обувной продукции. Распределение выпуска обуви между субъектами ЮФО представлены в табл. 1. По данным статистики общий выпуск обуви в ЮФО с 1970 по 2003 гг. сократился на 25%. На анализируемый 2004 г. выпуск составляет 12071 тыс. пар. Основной удельный вес выпущенной обуви приходится на Краснодарский край. Он составляет 89,9% от общего количества обувной продукции. 8,8% обуви

региона выпускается в Ростовской области, 1,1% в Кабардино-Балкарской республике и 0,2 в Волгоградской области. Остальные республики, края и области обувь не производят.

Крупнейшим обувным предприятием, размещенным на территории Краснодарского края, является ООО «Брис-Босфор». В 2004 г. этим предприятием выпущено 10353 пар обуви. Средний темп роста по предприятию составляет 54%. Предприятие изготавливает обувь из импортных заготовок. В ООО «Брис-Босфор», обеспечившем рост производства в отрасли в последние 2 года, изготавливаются в основном простейшие виды обуви. Основной производимый ассортимент – комнатная и дорожная обувь, а также полусапожки «дутики» из искусственной кожи. Эта обувь востребована. Большое значение имеет низкий уровень цен на нее, реализуется на внутренних рынках.

Основные зарегистрированные предприятия, выпускающие обувную продукцию в ЮФО представлены в табл. 2. По данным статистики, их насчитывается около 15. При средней численности жителей региона в 22849961 человек наличие 15 обувных предприятий говорит о неразвитости обувной промышленности в регионе. Большая часть обувных цехов, функционирующих на территории региона, не зарегистрирована официально. Это одна из многих экономических проблем отрасли. С одной стороны, ЮФО лидер среди регионов по выпуску обуви. Его показатели производительности обеспечивают положительный облик российской обувной промышленности, дают сведения о росте объемов производства продукции в отрасли. Это «на цифрах». А в действительности весь выпуск обеспечивается на 77% одним предприятием, работающим по турецким технологиям и на турецком оборудовании. Используемое сырье и фурнитура тоже не отечественные. Предприятий, официально зарегистрированных в регионе 15. И если оставаться честными, продукцию этих предприятий на региональном обувном рынке Южного Федерального округа практически не встретишь. Рынок заполнен импортной обувью. Возможно данная отрасль и не нужна в регионе, возможно произведенная продукция не будет пользоваться спросом у населения.

Для выяснения, существует ли потребность в отечественной обуви у населения региона, был проведен следующий анализ. Потребитель при выборе обуви опирается на определенный набор требований, который предъявляется к товару (табл. 3). Сотрудниками института Повышения квалификации г. Ростова н/Д в 2004 г. проведено социологическое анкетирование 1000 жителей. Методика расчета состоит в том, что количество опрошенных, присвоивших параметру 1-ое место, умножается на 9 баллов, как на максимум по девятибалльной системе. Затем количество опрошенных, присвоивших параметру 2-ое место умножается на 8 баллов. После опроса всех анкетированных по исследуемому параметру определяется сумма баллов. Далее эта сумма делится на 100 для удобства представления. Параметр с наибольшей суммой баллов является наиболее приоритетным, с наименьшей суммой баллов – наименее приоритетным.

Таблица 1

Структура объема производства обуви субъектами ЮФО на 1.01.2004 г.

Наименование территориальной единицы	Объем производства, тыс. пар	Структура объема производства, %
Южный Федеральный округ, всего, в т.ч.:	12071	100
Республика Адыгея	-	-
Республика Дагестан	-	-
Республика Ингушетия	-	-
Чеченская Республика	-	-
Кабардино-Балкарская республика	136	1,1
Республика Калмыкия	-	-
Карачаево-Черкесская Республика	-	-
Республика Северная Осетия – Алания	1,0	-
Краснодарский край	10854	89,9
Ставропольский край	-	-
Астраханская область	-	-
Волгоградская область	23	0,2
Ростовская область	1066	8,8

Таблица 2

Наиболее крупные предприятия ЮФО, занимающиеся выпуском обуви

Наименование предприятия	Выпуск в 2004 г, тыс. пар	Структура выпуска в 2004 г., %
ООО «Волгоградский производственный комбинат» ВНО	2,2	0,02
ГУПЯР154/28 ГУИН, Волгоградская обл.	10	0,07
ОАО «Волгоградобувь»	21	0,16
ГУП учреждения ОЛ/49/3, Кабардино-Балкарская республика	24,7	0,18
ГУП Нарбск, Кабардино- Балкарская республика	110,8	0,82
ОАО Владикавказский кожевенный завод, Осетия	0,5	0,00
Учреждение УО 68/4, Краснодарский край	0,7	0,01
ЗАО Аркадия, Краснодарский край	103	0,76
ОАО Лабинская обувная фабрика	70,6	0,52
ЗАОПГИЛС, Краснодарский край	176,2	1,30
ООО Брис-Босфор, Краснодарский край	10353	76,47
ЗАО Мигрикол	212	1,57
ЗАО Донобувь, Ростовская обл.	964,7	7,13
ОАО Сальская обувь	57,8	0,43
ООО Меркурий ТВ, Ростовская обл.	29,8	0,22
Итого:	12071	100,00

Таблица 3

Приоритеты покупателей при выборе обуви

Параметр	Количество ответов покупателей, отдающих предпочтение месту от 1 до 9									Баллы показателя	Приоритет
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Качество	424	283	175	118						80,1	1
Удобство	302	221	235	145	47	50				74,4	2
Доступная цена	274	216	186	161	91	72				72,1	3
Натуральная кожа		182	170	198	155	123	172			56,2	4
Долговечность		98	163	204	193	184	88	70		52,5	5
Мода			71	102	272	243	184	128		42,5	6
Дизайн				72	145	179	201	246	157	31,3	7
Натуральный мех					97	149	228	282	244	25,7	8
Цвет							127	274	599	15,3	9

Таким образом, по данным табл. 3, при выборе обуви покупатели ориентируются на качество (80,13 баллов), удобство (74,36 баллов) и относительно невысокую цену (72,05 баллов) продукции. Наименьшее предпочтение покупатели отдают цвету обуви (15,28 баллов). Приоритеты покупателей также зависят от принадлежности их к определенной возрастной группе. Маркетологами института выявлено, что среди других факторов для покупателей до 40 лет при выборе обуви являются мода и дизайн, в то время как для покупателей старше 40 лет – цена. Качество импортной обуви устраивает лишь 35% опрошенных покупателей, 65% – отмечают его низкий уровень. Практически все опрошенные утверждают, что с удовольствием предпочли бы отечественную обувь импортной, поскольку отечественная ориентирована на российский климат, а цена обуви определена с учетом среднедушевого дохода в стране и регионах. Потребность в отечественной обуви в регионе существует. Далее проанализируем, подкреплена ли она финансовым состоянием населения.

По данным статистики доходы населения по всем территориальным единицам округа растут с каждым годом. В 2004 г. среднедушевой доход жителя ЮФО составил 2641 руб., что на 10% больше, чем в 2002 г. При этом наиболее доходной является Ростовская область. Там денежный доход на душу населения составляет 3072 руб., далее высокодоходными являются Астраханская область, Волгоградская область, Краснодарский край (табл. 5). Республика Ингушетия занимает предпоследнее место по уровню доходности, она занимает шестое место по уровню заработной платы. Это говорит о том, что в республике больше развито натуральное хозяйство, чем промышленная индустрия. Эта тенденция характерна для большинства Кавказских республик.

Если же сравнить данные дохода, приходящегося на 1 жителя ЮФО и 1 жителя Российской Федерации в целом, то видно, что в России среднедушевая доходность в 2004 г. – 3950 руб., в ЮФО этот показатель на 1309 руб., или на 66,86% меньше. Уровень средней заработной платы в России в 2004 г. зафиксирован в размере 4360,3 руб. на человека. В Южном Федеральном округе размер показателя равен 2974,4 руб. т.е. на 1385,9 руб., или на 68% меньше. Вывод таков, что Южный Федеральный округ можно отнести к самым бедным территориальным единицам, входящим в состав Российской Федерации. Отчасти это объясняется большим количеством межнациональных конфликтов, произошедших за последние десятилетия на территории региона.

В рыночной экономике региональные органы управления, не вмешиваясь в процессы производства экономически самостоятельных хозяйствующих субъектов, должны заниматься формированием социально-экономической среды региона. Важной составной частью создания этой экономической среды должно являться участие властных структур в решении проблемы организации институциональной среды регионального рынка с целью создания условий для эффективного воспроизводственного процесса на территории региона.

Таблица 4

Денежные доходы населения ЮФО за 2002-2004 гг.

Наименование территориальной единицы	Среднедушевые денежные доходы в месяц. (руб.)			Реальные денежные доходы, в % к предыдущему году.		Рейтинговая позиция
	2002	2003	2004	2003/2002	2004/2003	
Южный Федеральный округ	1470	1975	2641	110	113	-
Ростовская область	1692	2329	3072	138	132	1
Астраханская область	1760	2310	3044	131	132	2
Волгоградская область	1615	2219	3018	137	136	3
Краснодарский край	1583	2150	2866	136	133	4
Республика Северная Осетия Алания	1522	1699	2432	112	143	5
Кабардино-Балкарская республика	1180	1654	2382	140	144	6
Ставропольский край	1433	1807	2311	126	128	7
Республика Адыгея	1387	1646	2102	119	128	8
Карачаево-Черкесская республика	1055	1366	2064	129	151	9
Республика Дагестан	984	1317	1869	134	142	10
Республика Калмыкия	957	1508	1736	158	115	11
Республика Ингушетия	486	882	1174	181	133	12
Чеченская Республика	-	-	-	-	-	13

Таблица 5

Начисленная средняя заработная плата на одного жителя ЮФО на 1 января 2004 г.

Наименование территориальной единицы	Среднедушевые денежные доходы в месяц (руб.)			Реальные денежные доходы, к предыдущему году (%)		Рейтинговая оценка
	2002	2003	2004	2003/2002	2004/2003	
Южный федеральный округ	1481,0	2159,2	2974,4	120	118	-
Астраханская область	1898,7	2660,9	3530	116	114	1
Краснодарский край	1697,6	2495,3	3365,4	119	116	2
Волгоградская область	1690,4	2392,5	3132,7	116	110	3
Ростовская область	1360,5	2092,2	3002,1	125	120	4
Ставропольский край	1438,4	2098,7	2837,4	120	116	5
Республика Ингушетия	1243,6	1758,2	2729,2	109	127	6
Республика Адыгея	1302,5	1832,1	2612,6	114	123	7
Республика Калмыкия	1220,0	1759,1	2533,7	123	123	8
Чеченская Республика	881,8	1589,8	2507,7			9
Республика Северная Осетия Алания	1166,7	1702,7	2446,9	121	127	10
Карачаево-Черкесская Республика	1130,9	1637	2425,7	122	126	11
Кабардино-Балкарская Республика	1180,6	1625,1	2269,4	113	121	12
Республика Дагестан	878,7	1171,9	1834,3	115	137	13

Опираясь на современное положение дел в экономике страны, на мой взгляд, наиболее значимой проблемой развития регионального потребительского рынка является отсутствие полноценной нормативно-правовой базы, обеспечивающей функционирование механизма государственного регулирования потребительского рынка регионов. Таким образом, именно вмешательство государства должно исправить положение дел на рынке обуви в регионе, и дать возможность для развития отечественной обувной индустрии.

Из произведенного анализа отметим следующие тенденции развития обувной отрасли на территории Южного федерального округа:

1. Южный Федеральный округ отличается высоким уровнем миграции трудоспособного населения в развивающиеся отрасли промышленности. Кожевенно-обувную отрасль для округа можно с уверенностью назвать развивающейся. ЮФО на протяжении нескольких лет занимал первое место среди регионов Российской Федерации по объемам выпускаемой обувной продукции.

2. На территории региона остаются не используемые отраслевые основные фонды, пригодные к восстановлению.

3. В Южном Федеральном округе много специализированных учебных заведений по подготовке кадров в области кожевенно-обувной деятельности.

Хочется заметить, что существует исторически сложившаяся приспособленность проживающих на территории народов к ручному производству, наличие своих национальных технологий и дизайна изготавливаемой обуви, приспособленной к климатическим условиям и ландшафту региона. Предпосылки к развитию обувного производства в регионе весьма значительны. Автор предлагает следующий комплекс мер:

1. Создание региональной программы развития и поддержания отечественных обувных производств на территории региона.

2. Принятие мер по сокращению ввозимой импортной обуви в регион. Эти меры должны предусматривать прежде всего пресечение торговли обувью, ввезенной контрабандным путем и без разрешения на ее реализацию на местных рынках.

3. Помощь в трудоустройстве молодых специалистов, выпускников вузов на имеющиеся и вновь создаваемые обувные предприятия.

4. Помощь предприятиям в процессе продвижения отечественных обувных марок на местных рынках. Прежде всего необходимо разработать грамотную маркетинговую стратегию для региональных обувных предприятий.

5. Создание специальной программы кредитования предприятий легкой промышленности региона, учитывающей специфику производства: сезонный характер реализуемой продукции и особенность оборачиваемости оборотных средств предприятий отрасли.

На мой взгляд, для успешной реализации всех перечисленных мер, необходима прежде всего заинтересованность региональных властей в развитии обувного дела в ЮФО. Пока ее не появится, на местных обувных рынках ничего не изменится.

10 июня 2007 г.

Т.В. Шевцова, В.Ю. Волохова

СУЩНОСТНЫЕ ЧЕРТЫ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Раскрывается понятие рынка туристских услуг как составной части потребительского рынка. Определены его основные субъекты, в качестве которых рассматриваются предприятия туристской индустрии и потребители туристских услуг. Отражена специфика туристского рынка, состоящая в торговле как услугами, так и товарами, а также в особом характере потребления. Детально рассмотрено содержание туристской услуги как составного элемента туристского продукта. На основании анализа подходов к пониманию социально-экономического поведения потребителей на рынке туристских услуг сделаны выводы о наличии особой модели потребительского поведения на туристском рынке; психологической обусловленности дифференциации спроса потребителей на туристские услуги; необходимости развития новых форм удовлетворения потребностей туристов в условиях усиления конкуренции на рынке туристских услуг.

Потребительский рынок – составная часть рынка товаров и услуг, которые покупаются для личного потребления, а следовательно, занимающий по своему удельному весу и роли в обеспечении жизнедеятельности населения ведущее место в системе рынков. Рынок туристских услуг, являющийся составной частью потребительского рынка, можно определить как совокупность социально-экономических отношений, объединяющих спрос и предложение в процессе купли-продажи туристских услуг, приводящих к удовлетворению лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и других потребностей населения [1; 2].

Субъектами рынка туристских услуг являются предприятия туристской индустрии (совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, общественного питания, объектов и средств развлечения, познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников) [1] и потребители туристских услуг. Данный аспект предопределяет главную особенность рынка туристских услуг, так как в процесс оказания конкретной туристской услуги вовлечено значительное число участников рынка; необходима обоснованная координация их взаимодействия по всем этапам производства и реализации туристских услуг. В туристской сфере существует специфика, отличающая ее от других рынков услуг, так как в этой сфере имеет место торговля как услугами, так и товарами, а также особый характер потребления туристских услуг и товаров в месте их производства. Результат деятельности в туристской сфере сводится к туристскому продукту и услуге. Понятия «туристский продукт» и «туристская услуга» не являются равнозначными. Туристская услуга представляет собой каждый конкретный сектор туристской индустрии, а туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта [1].

Таким образом, основной особенностью туристского продукта является комплексность обслуживания, т.е. стандартный или индивидуальный набор услуг, продаваемый туристам. Туристский продукт отличается в зависимости от места оказания услуг. Туризм бывает внутренний, выездной, въездной. Категория «международный туризм» в данном случае может использоваться, так как «туризм международный – туризм выездной или въездной» [1]. Разделение туризма по направлениям на основе законодательной базы туризма в Российской Федерации, географического расположения мест оказания набора туристских услуг, принадлежности туристских услуг определенному региону позволяет выделить региональный туристский продукт, под которым понимается набор туристских услуг, оказываемых туристской

сферой определенного региона. Рассмотрим особенности туристской услуги как составного элемента турпродукта.

– Направление движения потребления услуг. В большинстве отраслей траектория движения результата производства: от места производства к месту потребления. Для потребления туристских услуг потребитель должен быть доставлен к месту оказания туристской услуги. Существует необходимость набора обязательных услуг: транспорт, гостиница, питание и др.

– Кредитный характер. Потребление ограничено во времени, оговорено по срокам и условиям. Оплата совершается до начала оказания услуг. Стоимость конкретной туристской услуги изменяется во времени (увеличения или понижения).

– Культурологическая направленность потребления. Потребление туристской услуги обязательно носит культурологическую направленность, так как рынок туристских услуг органично включает приобретение товаров и услуг, которые отражают социальную и национальную специфику места оказания туристской услуги.

– Удовлетворенность от потребления туристской услуги носит нематериальный характер. Определить и материально выразить эффект от потребления услуги практически невозможно. Одна и та же услуга практически всегда оказывает различное воздействие на конкретного потребителя.

– Экстерналии потребления туристских услуг различаются с точки зрения туриста, страны его проживания, страны предоставления услуги, рынка. Предельная полезность у всех этих субъектов различна и качественно и количественно. Рынок туристских услуг всегда сталкивается с внешними эффектами. Производство, формирование, реализация и потребление туристских услуг объективно определяют дополнительные затраты и дополнительные выгоды. При потреблении появляются положительные и отрицательные экстерналии. Положительные: доходы нетуристских организаций, развитие инфраструктуры региона, увеличение числа рабочих мест в регионе и др. Отрицательные экстерналии: загрязнение воды и воздуха, мусор, шум, ущерб живой природе, изъятие лучших территорий для оказания туристских услуг.

– Сезонность. Большинство туристских направлений отличают определенные сезонные колебания. Сезонность на рынке туристских услуг существует как для всего рынка в целом, так и для определенных направлений.

Исследование рынка туристских услуг тесно связано с анализом поведения потребителей, так как рассмотренные характеристики услуг увеличивают покупательский риск и затрудняют его оценку. Являясь рынком конечного потребления, функционирование и уровень развития рынка туристских услуг опирается на особенности поведения участников рынка. Генезис анализа поведения потребителя туристских услуг прошел путь от моделей «экономического человека» первых экономистов до современной отрасли науки – «поведение потребителей». С развитием экономической науки формировались различные подходы к пониманию поведения потребителей на рынке туристских услуг, его основных черт. В самом обобщенном понимании экономическое поведение потребителей туристских услуг – это совокупность поступков, действий людей, совершаемых в процессе их экономической деятельности, в производстве, распределении, обмене и потреблении туристских услуг.

Поведение потребителя туристских услуг неразрывно связано с целым рядом внеэкономических факторов и другими видами человеческого поведения. Научный подход к описанию и предсказанию этого поведения требует от экономической науки обобщения и типизации. На практике это проявляется в использовании определенной гипотезы, предполагающей упрощенное представление о человеческой природе. Данная гипотеза или модель является инструментом исследования, элементом метода соответствующей теории. Классическая экономическая теория, возникновение которой связано с именем Адама Смита, провозгласила принцип естественного поведения. Естественное поведение в XVIII в. противопоставлялось поведению условному, стесненному различными феодальными регламентами. Одной из предпосылок естественного поведения является принцип рациональности, который предполагал, что индивид ставит перед собой определенные цели и последовательно добивается их реализации. А. Смит считал, что определяющим фактором в экономической жизни общества является эгоизм хозяйствующего индивида; причиной разделения труда, главного, по его мнению, источника прогресса общества, называл склонность к обмену, определяя ее сознательной, являющейся «необходимым следствием способности рассуждать и дара речи» [3, с. 27]. Данные идеи легли в основу классической модели поведения потребителя и определили ее основные черты. Модель «экономического человека» была

воспринята всеми представителями классической политической экономии, в том числе Давидом Рикардо, Джоном Стюартом Миллем.

Важную роль в определении принципов человеческого поведения сыграл И. Бентам. Он не скрывал своего убеждения, что исчисление наслаждений и страданий приложимо ко всякому, в том числе экономическому, человеческому поведению. «Природа поставила человечество под управление двух верховных властителей – страдания и удовольствия. Им одним предоставлено определять, что мы можем делать, и указывать, что мы должны делать... Они управляют нами во всем, что мы делаем, что мы говорим, что мы думаем» [4, с. 137]. В современной экономической мысли прослеживаются принципы поведения Бентама. Потребление туристских услуг является своеобразным «удовольствием» после расходования физических и моральных сил в процессе трудовой деятельности, своеобразного «страдания». Давид Рикардо считал закономерным предметом научного экономического анализа лишь такое поведение людей, которое продиктовано их личными интересами. Модель личных интересов Рикардо понимал одновременно как образец рационального экономического поведения. В произведениях Д. Рикардо использовалась модель человека, которая характеризуется определяющей ролью собственного интереса в мотивации экономического поведения и информированностью экономического субъекта в собственных делах.

Начало 70-х гг. XIX в. в истории мировой экономической мысли ознаменовалось так называемой маржиналистской революцией. В маржиналистской теории, называемой также субъективно-психологической, первооткрывателями которой стали У.С. Джевонс, Л. Вальрас, К. Менгер, сочеталось широкое использование математических и психологических методов. Для объяснения человеческого поведения использовались психологические категории. Модель экономического человека в собственном смысле слова появилась именно здесь. При этом маржиналисты представляют человека максимизатором полезности. В основе его поведения лежит уже не столько эгоизм, сколько в возрастающей степени экономическая рациональность. Индивид не только исчисляет свою выгоду, но оптимизирует свои действия. В основе ценности, или стоимости, оказалась психологическая оценка человеком полезности. У. Джевонс, К. Менгер и Л. Вальрас предположили, что потребитель способен оценивать потребляемые им услуги с точки зрения величины полезности, приносимой потреблением этих услуг, причем целью потребителя является максимизация полезности. «Полезность – это не объективное свойство товаров, а субъективное отношение людей к товарам (величину полезности может определить только сам потребитель, а полезность одного и того же товара для разных людей различна)» [5, с. 90].

Методологическими предпосылками теории К. Менгера выступают психология потребностей и полезности. Определяющую роль в экономическом поведении потребителя играют, согласно К. Менгеру, субъективные факторы, личные предпочтения, мобильность факторов труда и капитала. Неудовлетворенные потребности вызывают беспокойство различной интенсивности, попытки восстановить равновесие. Природа потребностей разнообразна, они связаны с привычками, характером и психологией человека [6].

Потребительское поведение «направленно на извлечение экономических благ из товарного оборота и присвоение их полезных свойств с целью удовлетворить многочисленные потребности. Данный процесс коррелируется с уровнем доходов, стандартами потребления и мерой компетентности (способности) подсчитывать свои затраты и выгоды» [7, с. 124]. Давая интерпретацию экономических явлений с точки зрения их социальной сущности, Дж. Кейнс нередко рассматривает их через психологические мотивы. Такова предложенная им интерпретация «основного психологического закона». «Основной психологический закон, в существовании которого мы можем быть вполне уверены не только из априорных соображений, исходя из нашего знания человеческой природы, но и на основании детального изучения прошлого опыта, состоит в том, что люди склонны, как правило, увеличивать свое потребление с ростом дохода, но не в той же мере, в какой растет доход» [8, с. 85]. Удовлетворение потребностей более высокого уровня, которыми являются потребности в туристских услугах, начинается после удовлетворения потребностей более низкого уровня.

Институционалисты подвергли критике поведенческие предпосылки классической экономической теории, в частности идею рационального поведения и методологический индивидуализм. Первым попытался это сделать американский экономист Вильям Самнер, выдвинув идею отрицания рациональности. Он считал, что человек, как животное,

руководствуется в своем поведении внешней силой, которая управляет им, заставляя совершать иррациональные поступки. Позднее теорию инстинктов широко развил Т. Веблен. Он считал, что человеком в его действиях руководят три основных параметра: инстинкты, склонности и привычки. Веблен выделял инстинкты труда, мастерства, праздного любопытства, подражания, родительский инстинкт и инстинкт себялюбия. Инстинкт «праздного любопытства» включает в себя и желание познания мира во время путешествия. В дальнейшем институционалисты и неинституционалисты смогли сделать практически общепризнанным тот факт, что без учета социально-психологических факторов экономического поведения экономическая теория не сможет выполнять свою прогностическую функцию.

В современной экономической литературе для обозначения классического экономического человека используют аббревиатуру REMM (с англ.), что означает изобретательный, оценивающий, максимизирующий человек. Такая модель предполагает полностью рациональное поведение индивида при извлечении полезности из потребления туристских услуг. Подобные допущения привели к обвинениям в адрес современной ортодоксальной экономической науки в том, что она совершенно оторвалась от реальной жизни. Следуя неоклассикам, можно представить человека как совершенное существо, полностью владеющее собой и своими собственными поступками, т.е. определяющие последние единственным критерием – собственной функцией полезности.

Экономический подход к поведению потребителя описан Г. Беккером: «Главный смысл моих рассуждений заключается в том..., что все человеческое поведение характеризуется тем, что участники максимизируют полезность при стабильном наборе предпочтений и накапливают оптимальные объемы информации и других ресурсов на множестве разнообразных рынков.» [9, с. 24]. Система традиций и этических норм поведения потребителя туристских услуг не является чем-то данным и неизменным. На протяжении всей эволюции человеческой цивилизации, каждому этапу ее развития соответствовали определенные нормы поведения. Действуя согласно правилам, которые закрепились в обществе в результате эволюционного отбора, субъект хозяйственной деятельности использует больше информации о приемлемости своих поступков, чем он может получить и осмыслить, руководствуясь одной рациональностью.

Экономическое поведение включает в себя экономическую и социально-психологическую составляющие. Поэтому сегодня поведение потребителей туристских услуг является предметом анализа не только экономистов, но психологов и социологов. В настоящее время существуют различные системы классификации потребительских мотивов. А. Маслоу структуру личностных потребностей делит на три категории. Потребности первого рода – индивидуальные – отношение индивида к самому себе: физиологические потребности, необходимость жилья, забота о здоровье, безопасности, отдыхе. Потребности второго рода – социальные – определяют отношение других людей к данному человеку: его стремление к уважению, пониманию, сочувствию окружающих, к достижению определенного социального статуса. Потребности третьего рода называют творческими или духовными, они определяются как самовыражение через творчество: показывают стремление человека к развитию своих способностей. Все три категории потребностей взаимосвязаны между собой, причем потребности более высокого уровня развиваются только после того, как удовлетворяются потребности предыдущего уровня. Переход к новой категории означает более высокий уровень всей системы личностных потребностей. Переход от низшей категории потребностей к более высокой возможен только при постоянном удовлетворении потребностей предыдущего уровня в условиях данного уровня развития производительных сил.

В современной экономической литературе по туризму можно найти различные подходы к поведению потребителей туристских услуг. Так, американский ученый Дж. Уокер полагает, что история туризма делится на пять периодов: преиндустриальный, век железных дорог, век автомобиля, век реактивных авиалайнеров, век круизов на морских лайнерах [10, с. 38-39]. Другими словами, поведение потребителей туристских услуг зависит в первую очередь от уровня развития средств передвижения.

На рынке туристских услуг потребитель преследует цель получить наибольшее наслаждение и основательно познакомиться со страной и ее населением [11]. Но большинство ученых сходятся во мнении, что во второй половине XIX столетия в России сложились благоприятные условия для формирования туристской инфраструктуры, что было обусловлено развитием не только сети железных дорог, но и других элементов туристской индустрии (строительством гостиниц и ресторанов). Сегодня специальное изучение поведения потребителей туристских

услуг и маркетинговых средств влияния на это поведение становится возможным и необходимым в условиях сложившихся рыночных отношений, которые определяют разные модели поведения индивидов на рынке. Переход России к рыночной экономике, активное проникновение в Россию зарубежных фирм повлекли развитие маркетинговых исследований потребительского поведения на рынке туристских услуг. Переходность экономики, традиционный стиль ограниченного потребления населения России приводит как к постепенному формированию различных моделей поведения на рынке, так и к поиску адекватных способов его изучения.

На основании проведенного анализа взглядов о социально-экономическом поведении субъектов рынка туристских услуг можно сделать следующие выводы:

– Анализ теоретических подходов к исследованию экономического поведения и формированию эффективного спроса свидетельствует о наличии особой модели потребительского поведения на туристском рынке.

– Дифференциация спроса потребителей на туристские услуги обусловлена психологическими мотивами, т.е. причиной и основой их поведения являются не только экономические факторы.

– В условиях усиления конкуренции на рынке туристских услуг необходимо развитие новых форм удовлетворения потребностей туристов. Туристский рынок должен быстро реагировать на изменяющиеся условия рынка, стараясь как можно быстрее приспособиться к новым потребностям.

– Таким образом, можно утверждать, что современный рынок туристских услуг будет эффективно работать и развиваться при достаточно высоком уровне жизни населения, в условиях нормальной конкуренции, политической и экономической стабильности жизни общества.

Литература

1. См.: ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 17.01.2007 г.) //
- Волоскович Н.А. Маркетинг туристских услуг. М., 2001.
2. Менеджмент туризма: Экономика туризма / Под. ред. *Квартальнова В.А.* М., 2001; *Сенин В.С.* Организация международного туризма. М., 2001.
3. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1962.
4. *Бентам И.* Введения в основания нравственности и законодательства / Пер. с англ. М., 1998.
5. Экономическая школа. М., 1998.
6. *Менгер К.* Основания политической экономии // Австрийская школа в политической экономии М., 1992.
7. *Верховен В.И.* Экономическое поведение как предмет социологического анализа // Социологические исследования. 1994. №10.
8. *Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег. М., 1978.
9. *Беккер Г.С.* Экономический анализ и человеческое поведение // THESIS, М., 1993. Вып. 1.
10. *Уокер Дж.Р.* Введение в гостеприимство / Пер. с англ. М., 1999.
11. *Воронкова Л.П.* История туризма и гостеприимства. М., 2004.

2 июня 2007 г.