

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

КУБАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ



ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

**Вестник
студенческого научно-творческого общества КСЭИ:
материалы XVIII Международной
студенческой конференции
13 апреля 2015 г.**

ВЫПУСК СТО ТРИНАДЦАТЫЙ

Краснодар 2015

Редакционная коллегия:

О.Т. Паламарчук, доктор филологических наук,
кандидат исторических наук (ответственный редактор)
А.В. Жинкин, кандидат исторических наук (научный редактор)
Х.Ш. Хуако, кандидат экономических наук
Л.А. Прохоров, доктор юридических наук
Н.И. Щербакова, кандидат филологических наук
М.И. Ленкова, кандидат экономических наук
Иншаков В., председатель Совета СНТО

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ. ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО
НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА КСЭИ:** материалы XVIII Между-
народной научно-творческой студенческой конференции 13 апреля 2015 г. /
под науч. ред. А.В. Жинкина. Краснодар: КСЭИ, 2015. 84 с.

Настоящий, очередной вестник студенческого научно-творческого общества КСЭИ – сборник статей студентов-участников и докладчиков XVIII Международной научно-творческой студенческой конференции. В сборнике опубликованы материалы, посвященные проблемам экономики и менеджмента.

Печатается по решению научно-методического и редакционно-издательского Советов КСЭИ.

©Издательство Кубанского социально-экономического института, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Агафонова А.</i> УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	5
<i>Асадчиев Г.</i> НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: СУЩНОСТЬ И СПОСОБЫ ОЦЕНКИ	11
<i>Бородин В.</i> ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ВЕЛИКОЙ ДЕПРЕССИИ В США	15
<i>Василицкая В.</i> ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ	19
<i>Геворкян Л.</i> ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА	24
<i>Гучетль Р.</i> СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ И КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ	30
<i>Зиенко Е.</i> СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ	34
<i>Кийкова В.</i> МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ НЕФТЯНОЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА	38
<i>Куценко И.</i> СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ: ПРОБЛЕМЫ И СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	42
<i>Лебедева А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ	45
<i>Лозовская А.</i> ПЕРЕСТРОЙКА НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА СССР В ПЕРИОД ВОВ	49
<i>Макаренко Н.</i> РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	54
<i>Новинская В.</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА В СССР В ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД	57
<i>Позигун А.</i> РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ В ТРУДАХ	60

ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ УЧЕНЫХ	
<i>Тихих А.</i>	66
ВНУТРЕННИЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРИМЕРЕ КОРПОРАЦИИ «CHRYSLER»	
<i>Хокон А.</i>	69
СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ТУРИЗМЕ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	
<i>Цыбина В.</i>	74
ПОТЕРИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В ВОЕННЫЙ ПЕРИОД 1941-1945 гг.	
<i>Черников С.</i>	79
КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ В СФЕРЕ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ	

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Управление человеческими ресурсами (HRM) – человеческий аспект управления предприятием и отношений работников со своими компаниями. Цель HRM - обеспечить использование человеческого потенциала компании таким образом, чтобы наниматель мог получить максимально возможную выгоду от их умений и навыков, а работники - максимально возможное материальное и психологическое удовлетворение от своего труда. Управление человеческими ресурсами основывается на достижениях психологии труда и использует технологии и процедуры совокупно называемые «управление кадрами» т.е. касающиеся комплектования штата предприятия, выявления и удовлетворения потребностей работников и практических правил и процедур, которые управляют взаимоотношениями между организацией и её работником.

Управление человеческими ресурсами берет свое начало в управлении персоналом, развитию которого в Великобритании во второй половине XIX в. способствовала деятельность движения за улучшение условий труда промышленных рабочих. Однако на протяжении всей истории становления HRM преобладал единственный фактор – это потребности людей в процессе работы. На первом этапе горстка предпринимателей и филантропов, движимых стремлением улучшить условия работы, создавали различные программы улучшения условий физического труда, среды трудовой деятельности и качества жизни рабочих. Вторым этапом HRM приходится на период Первой мировой войны, когда воюющие страны Европы и США столкнулись с острой нехваткой человеческих ресурсов и не менее острой необходимостью в короткие сроки существенно увеличить производительность труда. В это время правительства США и европейских стран активно поощряли систематические исследования в области трудовых отношений «работодатель – работник» и человеческого фактора в промышленности. Это привело к новому пониманию проблем управления человеческими ресурсами, а отсюда – к более грамотному и изощренному подходу к роли менеджера по персоналу. Третий этап развития HRM характеризуется появлением в 30-40-х гг. XX в. различных академических теорий управления и интеграцией менеджмента в общий круг так называемых социальных наук. К началу 1960-х гг. в пределах общей функции управления персоналом стали выделяться отдельные отрасли специализации, которые оформлялись как отдельные науки со своим предметом и сферой изучения, приложимые практически ко всем формам и размерам бизнеса и любым ситуациям с участием человеческих ресурсов. Сейчас кадровая политика и соответствующие общепринятые процедуры применяются при привлечении, отборе и подготовке персонала, в процессе трудовых отношений, при планировании труда, управлении системой заработной платы и оценке эффективности работы каждого сотрудника. Интенсивная конкуренция в сфере бизнеса в 1980-1990-х гг., разработка и внедрение новейших промышленных

технологий, которые во многом зависят от наличия высококвалифицированных работников, гибкой рабочей практики (часто связанной с работой в команде) и необходимости изменения культуры как на общенациональном уровне, так и на уровне отдельно взятого предприятия, – все это энергично выдвинуло управление персоналом на первый план в бизнес-организации. Работа с персоналом стала постепенно связываться со все более широким кругом функций бизнес-организации, а также со стратегией бизнеса. Таким образом, менеджеры по персоналу неизбежно все больше и больше вовлекались в процесс общего управления бизнесом и стали касаться таких максимизирующих прибыль сторон деятельности компании, как мотивация персонала, управление эффективностью деятельности персонала, наделение рабочих полномочиями, всеобщий менеджмент качества (TQM – total quality management), организационные изменения и т.д. Решения по человеческим ресурсам стали приниматься на самых высоких уровнях управления компаниями [1].

Все организации в мире испытывают потребность в привлечении, мотивации, аттестации и контроле рабочего персонала. Однако осуществляется практика HRM в разных странах по-разному. Основные различия в практике управления человеческими ресурсами в разных странах обуславливаются следующими факторами.

а) Культурные факторы, в том числе отношение к работе, представления о взаимоотношениях работника с его рабочей группой, понятия справедливости и честности в различных трудовых ситуациях, а также роль заработной платы и прочих видов материального вознаграждения как факторов мотивации. Некоторые утверждают, что культурные факторы становятся все менее важными в бизнесе, что гармонизируются методы ведения бизнеса, что успешное управление бизнесом все больше зависит от технических аспектов, свободных от влияния культуры конкретных народов.

б) Законодательные основы. В разных странах существенно различаются законы и инструкции по предоставлению равных возможностей в области занятости, порядок увольнения, охрана здоровья и техника безопасности на производстве, защита прав временных работников и тех, кто занят неполный рабочий день, а также многие другие ключевые факторы, определяющие трудовые отношения.

в) Экономическое положение страны, например уровень безработицы, темпы экономического роста, степень жесткости конкуренции на внутренних рынках. Интенсивная конкуренция заставляет компании применять гибкую трудовую практику и постоянно изыскивать новые методы управления человеческими ресурсами, которые могли бы способствовать завоеванию компанией конкурентной мощи.

г) Система взаимоотношений с работниками, включающая степень участия государства в разрешении трудовых споров и конфликтов, уровень профсоюзного движения, сложившиеся взаимоотношения между профсоюзами и компаниями-работодателями и т.д.

д) Роль государства в обеспечении профессионально-технического обучения. Если государство уделяет мало внимания обучению работников, то компаниям, испытывающим потребность в квалифицированной рабочей силе, придется уделять их подготовке и обучению больше своих ресурсов, чем компаниям, действующим в странах с развитой государственной системой профессионально-технического образования.

Современная Россия в настоящее время также пока находится на стадии признания необходимости создания реальных условий для перехода к более полному использованию потенциала человека в процессе труда. Для этого по примеру развитых стран мира потребуются, прежде всего, продуманная государственная социально-экономическая стратегия подготовки трудовых ресурсов высокой квалификации в системе образования, которая в последние годы в результате неудачных экспериментов не только не улучшается, а теряет достигнутые ранее позиции [2].

В условиях глобальной конкуренции международная конкурентоспособность каждой страны все в меньшей степени зависит от ее запасов полезных ископаемых, уровня расходов на заработную плату и на иные производственные факторы. Фундаментальную основу долгосрочных уникальных преимуществ в конкурентной борьбе, которые страна может достичь или увеличить, представляют собой ее человеческие ресурсы, т.е. люди, их стремление к достижению поставленных целей, их знания и система ценностей, их творческие и новаторские способности. Именно эти факторы позволяют обеспечить экономический рост и благосостояние страны.

Таблица 1 – Обобщение зарубежного опыта управления человеческими ресурсами

Основные процессы	Содержание работ
1. Подготовка государством трудовых ресурсов высокого уровня квалификации. 2. Обеспечение государством достаточного качества жизни населения. 3. Создание привлекательных условий для внешних трудовых ресурсов. 4. Внимание к реализации потенциала талантливых личностей. 5. Создание приверженности человеческих ресурсов интересам корпораций. 6. Трудовая миграция в условиях глобализации рынка. 7. Реализация корпоративных кадровых стратегий. 8. Формирование философии управления человеческим капиталом.	Формирование стратегии подготовки трудовых ресурсов высокой квалификации долгосрочными инвестициями в систему образования. Создание благоприятных условий для творческой активности личностей с гарантией достойной оплаты интеллектуального труда. Международное сотрудничество в сфере научных разработок и реализации сложных инновационных проектов. Рост инвестиций в развитие фундаментальной науки, государственная поддержка высокотехнологичных производств, упрощение въездных процедур. Получение корпорациями конкурентного преимущества высоким потенциалом челове-

<p>9. Сокращение численности среднего управленческого состава.</p> <p>10. Реализация концепции менеджерами низового звена.</p>	<p>ских ресурсов, единство целей работодателей и работников. Привлечение квалифицированных иностранных трудовых ресурсов с инновационным поведением, создание условий для реализации потенциала. Вложения в развитие сотрудников как инвестиции в человеческий капитал, формирование корпоративных учебных центров. Создание единой команды на основе доверия, сближение условий и оплаты труда руководства и наемных работников. Оптимизация структуры системы управления, аудит численности аппарата управления, противодействие его бюрократизации. Рациональное распределение функций между специалистами кадровой службы и линейными менеджерами.</p>
--	--

Наиболее полное раскрытие потенциала личности, как показал зарубежный опыт, происходит при обеспечении государством достаточного качества жизни населения. Творческая активность работников проявляется в полном объеме в тех странах, которые создают благоприятные условия труда и возможность реализации потенциальных способностей, а также гарантируют достойную оплату интеллектуального труда.

В современной теории и практике управления персоналом на фирмах индустриально развитых стран доминируют два диаметрально противоположных подхода – американский и японский. Американский – предусматривает начальное определение профессионально-квалификационной модели «должности» и «подтягивания» к наиболее соответствующим работникам по схеме «должность – работник».

Особенности системы управления в американских фирмах следующее:

- персонал рассматривается как основной источник повышения эффективности производства;
- ему предоставляется определенная автономия;
- подбор осуществляется по таким критериями, как образование, практический опыт работы, психологическая совместимость, умение работать в коллективе; ориентация на узкую специализацию менеджеров, инженеров, ученых.

Американские менеджеры традиционно ориентированы на индивидуальные ценности и результаты. Вся управленческая деятельность в американских компаниях основывается на механизме индивидуальной ответственности, оценке индивидуальных результатов, разработке количественных выражений

целей, какие имеют краткосрочный характер. Управленческие решения, как правило, принимают конкретные лица и несут ответственность за их реализацию.

Характерными условиями труда являются:

- уменьшение объемов работы в центральных службах и сокращения административного аппарата;
- более широкий перечень профессий и должностных инструкций;
- переход на гибкие формы оплаты труда;
- объединение инженеров, ученых и производителей в сквозные коллективы – проектно-целевые группы.

Традиционно в индустриальных странах, Канаде, США, как малые, так и большие предприятия придерживаются открытой политики «вход - выход», при которой процедура подбора кадров простая, поэтому рабочего можно освободить или переместить, если это нужно фирме.

Японская модель предусматривает начальное изучение сильных и слабых сторон личности работника и подбор для него соответствующего рабочего места (система «работник - должность»).

Для японской модели характерна ориентация на:

- длинную перспективу работы на одном предприятии;
- качество образования и личный потенциал рабочего;
- оплата труда определяется комплексно, с учетом возраста, стажа работы, образования и способностей к выполнению поставленного задания;
- участие работников в профсоюзах, которые создаются в пределах организации, а не отрасли.

Основными принципами управления персоналом является:

- переплетение интересов и сфер жизнедеятельности фирмы и работников;
- высокая зависимость работников от фирмы, предоставление ему значительных гарантий в обмен на преданность фирме и желание защищать ее интересы;
- приоритет коллективным формам, поощрение трудовой кооперации в середине фирмы в рамках небольших групп;
- атмосфера равенства между работниками независимо от их должностей;
- поддержание баланса влияния и интересов трех основных сил, что обеспечивают деятельность фирмы: руководителей, инвесторов и работников.

В Японии не существует традиции распределения работников на три категории (высококвалифицированных, малоквалифицированных и неквалифицированных). Все работники во время принятия их на работу являются неквалифицированными. Они обязательно будут повышать свою квалификацию. К тому же, здесь нет четкого предела между инженерно-техническим персоналом и рабочими. В Европе и США четко определены служебные обязанности инженера, техника и рабочего. Обе модели – американская и японская – имеют как «плюсы», так и «минусы». Поэтому в мировой практике наметилась тенденция применения смешанной системы управления человеческими ресурсами [3].

Как показал зарубежный опыт, проявляется историческая международная тенденция к неоправданной численности управленческого аппарата среднего

звена, что приводит к излишней бюрократизации системы управления, торможению процесса внедрения инноваций из-за необходимости многочисленных согласований.

Громоздкая структура российской системы управления в настоящее время, кроме того, становится источником невиданного роста масштабов коррупции. Зарубежная практика управления человеческими ресурсами свидетельствует о необходимости оптимизации структуры системы управления за счет периодического ее аудита и сокращения численности, прежде всего, управленческого аппарата среднего звена.

Практика управления человеческими ресурсами в зарубежных компаниях выявила необходимость корректировки взаимодействия специалистов кадровой службы и руководителей подразделений (менеджеров низового звена). Кадровые работники как специалисты по человеческим ресурсам обязаны оказывать содействие высшему руководству по формированию стратегии управления человеческими ресурсами и помогать руководителям подразделений по управлению подчиненным персоналом, включая повышение квалификации, поддержание производственной дисциплины и разрешение трудовых конфликтов.

В то же время руководители подразделений должны руководить своими подчиненными, а специалисты по человеческим ресурсам не должны узурпировать власть в подборе кадров, развитии и поощрении работников. Менеджеры низового звена реализуют процессы управления человеческими ресурсами, включая распределение объема работ между работниками, контроль качества и осуществление обратной связи с подчиненными и коммуникаций с вышестоящими менеджерами, обучение (коучинг) подчиненных.

Таким образом, основные направления зарубежного опыта управления человеческими ресурсами проявляются на государственном, корпоративном и низовом уровне. Государственная система призвана обеспечить подготовку трудовых ресурсов высокой квалификации и создать условия для эффективного интеллектуального труда. Корпоративный уровень формирует специфическую философию трудового процесса, направленную на инновационный путь развития и формирования человеческого капитала. Низовой уровень управления реализует концепцию управления человеческими ресурсами.

Литература:

1. Управление персоналом: Учебник / А.Г. Дементьева, М.И. Соколова; Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. - М.: Магистр, 2008. - 287 с.

2. Грэхем Х.Т., Беннетт Р. Управление человеческими ресурсами. Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Т. Ю. Базарова и Б. Л. Еремина. – м.: юнити-дана, 2003

3. Дейнека, А. В. Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. В. Дейнека, В. А. Беспалько. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 392 с.

НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: СУЩНОСТЬ И СПОСОБЫ ОЦЕНКИ

В самом общем смысле под конкурентоспособностью понимается способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.

Конкурентоспособность является одной из важнейших интегральных характеристик, используемых для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Само слово «конкурентоспособность», применительно к какому бы субъекту оно ни рассматривалось, означает способность данного субъекта (потенциальную и/или реальную) выдержать конкуренцию.

Р.А. Фатхутдинов дает следующее определение конкурентоспособности – это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Автор подчеркивает, что товар или услуга являются конкурентоспособными или неконкурентоспособными на конкретном рынке.

Многообразие существующих подходов к понятию конкурентоспособности в настоящее время в экономической литературе определяется либо особенностями постановки задачи и цели исследования, что приводит автора к необходимости акцентирования своего внимания на том или ином аспекте конкурентоспособности, либо особенностями выбора предмета исследования, в качестве которого могут выступать предметы конкуренции (товар, услуга) и субъекты конкуренции (предприятия, отрасли, регионы, национальная экономика, государство), и объекты конкуренции (спрос, рынок, факторы производства: природно-сырьевые ресурсы, рабочая сила, капитал, ценные бумаги, информация, политическая власть), и масштабы деятельности (товарные рынки, отраслевые рынки, региональные рынки, межрегиональные рынки, мировые рынки).

Основные виды конкурентоспособности:

- конкурентоспособность страны: способность страны производить больше материальных ценностей, чем ее конкуренты, на мировых рынках; степень возможности страны при условиях свободного и справедливого рынка производить товары и услуги (комиссия по промышленной конкурентоспособности при президенте США); экономическая возможность расплачиваться за полученные средства (Всемирный банк развития); способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений.

- конкурентоспособность отрасли: эффективность работы отдельных отраслей национального хозяйства, оцениваемая помимо традиционных критериев по показателям, характерным для данной отрасли и описывающим степень ее

живучести и динамичности при различных вариантах развития экономики данной страны и всего мира в целом. Конкурентоспособность отрасли определяется наличием у нее технических, экономических и организационных условий для создания производства и сбыта (с издержками не выше интернациональных) продукции высокого качества, удовлетворяющей требованиям конкретных групп потребителей.

- конкурентоспособность региона: его роль и место в экономическом пространстве России, способность обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать имеющийся в регионе экономический потенциал (финансовый, производственный, трудовой, инвестиционный, ресурсный); обусловленное экономическими, социальными и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику; способность региона производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания региональных ресурсов (инновационные, интеллектуальные, инвестиционные) для обеспечения роста потенциала конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВРП и качество жизни населения региона на уровне мировых значений.

- конкурентоспособность организации: совокупность свойств, отличающих ее от других хозяйствующих субъектов более высокой степенью удовлетворения своими товарами (работами, услугами) потребностей населения, эффективностью деятельности, возможностью и динамикой адаптации к условиям рыночной конъюнктуры, способностью к экономическому развитию на основе разработки и реализации стратегий конкурентоспособности; совокупность особенностей и возможностей предприятия, обеспечивающих ему победу в конкурентной борьбе с другими агентами; совокупность свойств субъекта, имеющего определенную долю соответствующего динамичного рынка, которая характеризует степень соответствия вырабатываемых им объектов требованиям потребителей в условиях конкуренции на свободном рынке; способность фирмы, компании конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров посредством обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания удобства для покупателей, потребителей.

- конкурентоспособность продукции: совокупность свойств реализованного объекта, удовлетворяющих ту или иную потребность человека в данный период времени в условиях конкуренции на свободном рынке; способность продукции быть привлекательной для покупателя по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения, благодаря лучшему соответствию ее качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам; относительная и обобщенная характеристики товара, отражающие его выгодные отличия от товара конкурента по степени удовлетворения потребности и по затратам на ее удовлетворение; такой уровень его экономико-технических, эксплуатационных параметров, который позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке.

Национальная конкурентоспособность определяется Всемирным экономическим форумом на основе многофакторных моделей, в которых 381 показатель сводится в восемь агрегированных групп: внутренний экономический потенциал, внешнеэкономические связи, государственное регулирование, финансово-кредитная система, инфраструктура, система управления, научно-технический потенциал, трудовые ресурсы.

Экономические показатели по каждой стране составляют около 70 % всей совокупности данных, дополняются оценками аналитиков и опросами авторитетных экспертов (синтез количественных и качественных характеристик).

Страны ранжируются по количеству баллов, сумма которых позволяет составить представление не только об уровне развития производительных сил, но и о гибкости хозяйственной системы в соответствии с изменениями в мировой экономике.

Расчеты конкурентоспособности национальной экономики в международной практике стали повседневной реальностью, и внимание к ним мирового сообщества постоянно растет.

А.З. Селезнев обосновывает, что при оценке конкурентоспособности страны на товарных рынках может быть использована система экономических индикаторов, которые характеризуют:

- макроэкономические условия функционирования производителей товаров;

- конкурентоспособность страны в интегральной, обобщенной форме как отражение положения страны на внутреннем и внешнем рынках, позволяющее отслеживать «критические точки», по которым генерируется информация для принятия соответствующих решений в области макрорегулирования экономики;

- конкурентные позиции региона, изучаемые на предмет выявления условий, благоприятствующих конкурентоспособности производителей товаров;

- позиции страны на конкретных товарных рынках;

- непосредственные экономические и квалиметрические показатели конкурирующих товаров в сравнении с товарами-аналогами.

Р.А. Фатхутдинов предлагает использовать следующие принципы оценки конкурентоспособности страны:

- 1) применение преимущественно количественных методов оценки (количество показателей должно быть минимальным, но достаточным для соблюдения принципа комплексности);

- 2) использование статистических данных страны и международных организаций с тем, чтобы один человек мог собрать информацию, другой рассчитать показатель, а третий проверить работу первых двух;

- 3) применение к формированию показателей комплексного подхода (оценка конкурентоспособности с учетом политического, социального, духовного, экологического, технического, экономического развития страны);

- 4) структура формулы оценки конкурентоспособности страны должна быть идентична структурам формул оценки товаров и организации с определением весовости частных показателей конкурентоспособности;

5) применение показателей, характеризующих прошлое, настоящее и будущее страны;

6) в формулу оценки конкурентоспособности страны должен быть включен показатель, отражающий естественные конкурентные преимущества;

7) показатели не должны зависеть от размера страны и численности ее населения;

8) оценка конкурентоспособности страны должна проводиться ежегодно;

9) по результатам оценки должны быть установлены ежегодные международные знаки отличия.

В современной России очень важно осознать необходимость регулирования экономики. М. Портер отмечал, что «правительства стран должны ставить правильную соответствующую цель – достижение высокой продуктивности, так как на ней основывается национальное процветание. Они должны стремиться к тому, что действительно определяет продуктивность, к поощрению развития, к работе с полной отдачей и к конкуренции, а не соблазняться такими вещами, как субсидии, широкомасштабные программы международной кооперации или временный протекционизм, который им часто предлагают: эти меры зачастую снижают продуктивность. Роль государства должна заключаться в том, чтобы побуждать отечественную промышленность к развитию, а не предлагать помощь, позволяющую промышленности не развиваться».

Проблемы повышения конкурентоспособности России укрупнено можно подразделить на следующие:

– осуществление финансирования образования, науки, развития производства и инфраструктуры в необходимых объемах;

– проведение фундаментальных исследований по формированию принципов управления важнейшими экономическими, социально-экономическими, производственными системами;

– применение к менеджменту и разработке управленческих решений научных подходов;

– рассмотрение функций менеджмента как единого процесса осуществления работ по стратегическому маркетингу, планированию, организации процессов, учету и контролю, мотивации и регулированию;

– ориентация развития экономики России преимущественно на инновационный тип развития.

В развитых странах разработаны и реализуются конкретные стратегии. В США принят Комплексный закон о торговле и конкурентоспособности. В ЕС издана Белая книга ЕС, в которой четко обозначены ориентиры глобальной стратегии формирования конкурентных преимуществ. В Японии действуют механизмы поддержки национальных экспортеров. Франция многие годы развивается по плану, имеющему специальный раздел по развитию экспорта.

Формирование национальных конкурентных преимуществ и поддержание национальной конкурентоспособности, таким образом, - задача государства, которая должна проявляться через совокупность экономико-правовых и социальных институтов.

Литература:

1. Энциклопедия экономиста : [Электронный ресурс]: URL: <http://www.grandars.ru/>
2. Информационный портал «Центр управления финансами» : [Электронный ресурс]: URL: <http://center-yf.ru>
3. Электронная библиотека Elib.me [Электронный ресурс]: URL: <http://elib.me/>

В. БОРОДИН
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ВЕЛИКОЙ ДЕПРЕССИИ В США

На сегодняшний день в мировой экономике существует огромное количество вопросов, которые за многие десятилетия так и не были объяснены. Один из таких вопросов – Великая депрессия в Соединенных Штатах Америки. Эту проблему рассматривали многие экономические эксперты двадцатого и двадцать первого века, но их мнение по поводу возникновения этого кризиса так и не сошлось в единую точку.

Началом Великой Депрессии в США считают 29 октября 1929 года, так называемый «черный вторник». Фондовый рынок обрушился, за один день акции упали на десять миллиардов долларов, что означало исчезновение кредитных денег. Из-за этого падения фондового рынка 20-25 миллионов человек в Соединенных Штатах Америки понесли серьезные убытки. Существует ряд теорий от экономистов разных направлений, объясняющих феномен Великой депрессии, однако причиной возникновения нельзя считать только один фактор – необходимо рассмотреть их совокупность. Одной из причин, подстегнувшей наступление Великой депрессии, называют принятие Закона Смута-Хоули в 1930 году, вводившим высокие таможенные пошлины на импортные товары. Пытаясь таким образом защитить внутреннего производителя, правительство протекционистскими мерами повысило цены на ранее дешёвый импорт. Это в свою очередь снизило покупательную способность населения, а также вынудило другие страны применить контрмеры, навредившие американским экспортёрам. Лишь в середине 1930-х годов после вступления в силу Закона о соглашениях взаимной торговли, существенно снизившего таможенные пошлины, международная торговля начала восстанавливаться, оказывая позитивное влияние на мировую экономику. Первая мировая война также послужила одной из причин Великой депрессии. Американская экономика была сначала «накачана» военными заказами правительства, которые после окончания Первой Мировой резко сократились, что привело к рецессии в ВПК страны и в смежных секторах экономики. Ещё один факт весьма интересен тем, что он оказался «тяжелым ранением» для банковской системы Соединенных Штатов Америки – маржинальные займы. Суть займа проста – можно приобрести акции компаний, внося всего 10 % от их стоимости. Например: акции стоимостью 1000 долларов можно приобрести за 100 долларов. Этот тип ссуды был популярен в 1920-е годы, потому что все играли

на рынке акций. Но в этом займе есть одна хитрость. Брокер в любой момент может потребовать уплаты долга и его нужно вернуть в течение 24 часов. Это называется маржевое требование и обычно оно вызывает продажу акций, купленных в кредит. 24 октября 1929 нью-йоркские брокеры, которые выдавали маржевые займы, стали массово требовать уплаты по ним. Биржу стало лихорадить ещё накануне «черного вторника» – в четверг 24 октября 1929 года. Все начали избавляться от акций, чтобы избежать уплаты по маржевым займам. В тот день было продано более 12,9 миллиона ценных бумаг. А в последующие дни ещё 30 миллионов акций оказались выброшены на рынок. Необходимость оплаты по маржевым требованиям вызвала нехватку средств в банках по сходным причинам (так как активы банков были вложены в ценные бумаги и банки были вынуждены срочно продавать их) и привело к краху шестнадцати тысяч банков. Это позволило международным банкирам не только скупить банки конкурентов, но и за сущие копейки скупить крупные американские компании. В первые четыре года кризиса промышленное производство упало на 46 %. Безработица стала массовой, треть работоспособного населения Америки оказалась без средств к существованию, зарплаты тоже существенно упали. Когда общество было полностью разорено, банкиры Федерального резерва США решили отменить золотой стандарт США. С этой целью они решили собрать оставшееся в США золото. Так в 1933 году под предлогом борьбы с последствиями депрессии была проведена конфискация золота у населения США. Также представляется любопытной теория, которую выдвинули экономисты школы неоконномики – кризис эффективности капитала. Начало кризиса произошло при достижении верхнего предела глубины разделения труда в американской технологической зоне, в которую на тот момент уже входили Великобритания, Франция и другие страны. Как только рынок расширяется до естественной границы технологической зоны (конечный спрос ограничен сверху количеством потребителей), конкуренция продолжает заставлять снижать издержки, а прибыль исчезает, так как издержки уже невозможно снижать за счёт эффекта от расширения масштаба, потому что расширять производство далее невозможно – спрос не растёт. Поэтому зарплаты уменьшаются, а прибыль в конечном итоге обнуляется и даже переходит в убыток – останавливается мотор капитализма, капиталовложения перестают приносить прибыль. Из-за снижения зарплат падает спрос на ряд товаров с длинной производственной цепочкой, эти цепочки становятся нерентабельными и поэтому рвутся: начинается каскадное закрытие производств этих цепочек, прекращается экспорт таких товаров, растёт безработица. С ростом безработицы падает спрос на все товары [1].

Последствия Великой депрессии в США как для капиталистической страны были ужасными, так как кризис тяжело ударил по всем сферам общества. Во-первых, уровень промышленного производства был отброшен к уровню начала XX века, то есть на 30 лет назад. По сравнению с докризисным уровнем 1929 г. общий объем продукции американской промышленности составил: в 1930 г. – 80,7%, в 1931 г. – 68,1%, а в 1932 году – всего лишь 53,8%. Период с лета 1932 г. до весны 1933 г. стал временем наибольшего углубления кризиса. И

только с весны 1933 г. уровень промышленного производства США стал медленно повышаться, знаменуя собой начало перехода экономики из кризиса в длительную депрессию. Самое сильное падение выпуска продукции в годы экономического кризиса имело место в отраслях тяжелой промышленности. Это объяснялось тем, что позиции монополий были там особенно прочными и сокращение производства явилось в их руках основным средством, с помощью которого они пытались не допустить чрезмерного падения цен и поддержать на высоком уровне свои прибыли. В результате добыча угля, например, снизилась в США за 1929-1932 гг. с 535 млн. до 310 млн. т, или на 42%, а выплавка стали упала за эти годы с 61,7 млн. до 15,1 млн. т, т. е. более чем в четыре раза. То есть летом 1932 г. сталелитейная промышленность была отброшена к уровню 1901 г., а выплавка чугуна снизилась даже до отметки 1896 г. Из 285 доменных печей, числившихся тогда в стране, действовали всего 46.

Во-вторых, в стране появился огромный уровень безработицы. Армия безработных, весьма значительная и в период капиталистической стабилизации 20-х годов, возросла теперь во много раз. По данным правительственной статистики, в 1933 г. в Соединенных Штатах насчитывалось 12830 тыс. полностью безработных, а доля безработных в общей численности рабочей силы страны достигла 24,9%. Однако прогрессивная общественность США справедливо расценивала эти официальные данные как значительно заниженные. Так, по оценке прогрессивной организации американских экономистов – Ассоциации по исследованию проблем труда, число безработных в США к началу 1933 г. составило 16,9 млн. Это означало, что в период наибольшего обострения экономического кризиса каждый третий рабочий был лишен занятости. Очень широкое распространение получила частичная безработица. По данным АФТ, в 1932 г. полностью занятыми остались только 10% рабочих. По выражению одного из современников, в начале 30-х годов «безработица стала постоянной чертой американской жизни».

В-третьих, ухудшилось положение фермеров, мелких торговцев, представителей среднего класса. Многие оказались за чертой бедности. Даже в наиболее благоприятные годы стабилизации широкие массы трудящегося фермерства оставались за бортом «просперити». Теперь же, с наступлением промышленного кризиса и новым, еще более сильным обострением кризиса перепроизводства в сельском хозяйстве, большинство из них оказалось на грани полного разорения. Цены на важнейшие продукты земледелия и животноводства упали в 1932 г. в 2-3 раза по сравнению с 1929 г. Соответственно денежные доходы фермеров сократились за эти годы с 11 312 млн. до 4748 млн. долларов или на 58%. Люди начали продавать свое имущество, землю и т.п. Сильно возросло количество сторонников правозкстремистских партий. Расизм вышел за контролируемые рамки. В 1932 году в Детройте полиция и частная охранная служба Генри Форда расстреляла шествие голодающих рабочих, которые проводили голодный марш. Было убито пять человек, десятки ранены, неугодные были подвергнуты репрессиям. В период самого сильного обострения экономического кризиса в сознание значительной части американцев стали все чаще закрадываться сомнения

в справедливости и разумности самой капиталистической системы. «Капитализм подвергся сейчас испытанию, и он его не выдержал, – говорилось, например, на одном из собраний местных церковных общин в штате Огайо в сентябре 1932 г. –... Экономическая система, при которой погоня за прибылью ведет к разрушению благосостояния народа, должна быть либо полностью отброшена, либо фундаментально изменена». Конечно, лишь в немногих случаях разочарованные американцы выражали недовольство существующим строем в столь четкой и ясной форме. Гораздо чаще их антикапиталистические настроения были весьма смутными и неопределенными. Однако то, что характерная для периода «просперити» почти всеобщая убежденность в превосходстве «американского образа жизни» стала сменяться сомнениями, неуверенностью, а иногда и осознанием несправедливости капиталистической системы, показало всю чрезвычайность политической ситуации, сложившейся в стране в начале 30-х годов [2].

Как бы ужасно не выглядели последствия Великой депрессии, существует интересный факт – некоторые олигархи того времени уже знали или догадывались о наступлении кризиса. Они не только не разорились во времена Великой депрессии, но и сумели сохранить, а затем приумножить свой капитал. Данное обстоятельство заинтересовало комиссию конгресса США, куда они были вызваны для дачи показаний. Нашего внимания заслуживает ответ Дж. П. Морган-младшего. На вопрос: «Каким образом вам удалось сохранить свои средства во время падения бирж?», он поведал историю, которая произошла с ним. Морган сказал примерно следующее: «Каждый день, по дороге в свой офис на Уолл-стрит, я чищу ботинки у одного и того же чистильщика. В один из дней он спросил меня, какие акции в ближайшее время будут расти. Я был удивлен вопросом и поинтересовался у него, зачем ему это нужно. Чистильщик мне рассказал, что держит свои сбережения в акциях железнодорожных компаний, вот ему и нужно знать, стоит ли держать данные акции или прикупить другие. После этого разговора я поспешил в свой офис и отдал срочное распоряжение, продать все активы по текущей цене. Вскоре курсы акций покатались вниз». Свой рассказ Морган закончил следующей фразой: «Если даже чистильщики сапог начинают торговать акциями, то профессиональные инвесторы должны бежать с фондового рынка (т.е. фиксировать прибыль как можно скорее)». Но кто же знает, откуда у них была эта информация [3].

В итоге можно сказать, что Великая депрессия началась в США и большинство стран ожидало решительных действий от властей Соединенных Штатов Америки. Антикризисные реформы правительства Ф. Рузвельта помогли преодолеть Великую Депрессию и обеспечить экономический рост в США. Однако они не решили всех проблем, связанных с Великой Депрессией: к концу Великой Депрессии в стране оставались миллионы безработных, тысячи заброшенных предприятий и ферм. Кроме того, в 1937-1938 гг. экономику США поразил очередной кризис, что говорит о том, что меры, предпринятые правительством Рузвельта, имели положительный результат лишь в краткосрочной перспективе, но они не позволили обеспечить дальнейшее бескризисное функционирование экономики.

Список источников и литературы:

1. Великая депрессия: материалы свободной энциклопедии: [Электронный ресурс]: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
2. Великая депрессия / Темная сторона Америки [Электронный ресурс]: URL: <http://www.usinfo.ru/greatdepression.htm>
3. Кризис в США: Великая депрессия 1929-2933 гг. / Биржевой лидер [Электронный ресурс]: URL: <http://www.profi-forex.org/journal/number15/page8.html>

В. ВАСИЛИЦКАЯ
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Начавшаяся Великая Отечественная Война потребовала в кратчайший срок создать слаженное и быстро развивающееся военное хозяйство. Это возможно было сделать путем перевода всей экономики с мирного положения на военное. С самого начала войны все основные промышленные предприятия края полностью или частично переводились на выпуск военной продукции. Так, на краснодарском заводе «Октябрь» был освоен выпуск комплектующих деталей для снарядов знаменитых «катюш». Сейчас это завод разрушен.

На заводе имени Седина, во время войны, продолжая выпускать станки, стали изготавливать отдельные узлы для танков, корпуса для бронебойных артиллерийских снарядов, минометов, ручных гранат. В 1942 г. во время фашистской оккупации, завод был превращен в руины. В 1950г. завод был частично восстановлен. В настоящее время завод имени Седина является одним из самых крупных в Краснодаре и выпускает большое количество продукции.

Маргариновый завод и Адыгейский консервный комбинат начали изготавливать детали для минометов; лаборатория Краснодарского химико-технологического института приступила к выпуску бутылок с самовоспламеняющейся жидкостью. Различные артели стали производить гранаты и мины или детали к ним. На новороссийском заводе «Красный двигатель» организовали производство минометов. В 1960-е годы был возведён мемориальный знак, посвященный памяти рабочих завода «Красный двигатель», погибших на фронтах Великой Отечественной войны.

Следует отметить, что важнейшей составной частью перестройки народного хозяйства в условиях начавшейся войны был переход сельского хозяйства на рельсы военной экономики. Одной из главных задач военной перестройки сельского хозяйства была организация уборки урожая. В первые же дни войны тысячи механизаторов были призваны в армию. В крае к 1942 г. трактористов осталось в два раза меньше. Исключительную роль в решении проблемы механизаторских кадров сыграло патриотическое движение женщин и девушек-комсомолок за овладение сельхозтехникой, за возвращение на работу по своей бывшей специальности. Как писал журнал «Социалистическое сельское хозяйство»

летом 1941 г., «Только в Краснодарском крае повело машины более 4000 ранее подготовленных трактористок. Повсеместно в машинно-тракторных станциях (МТС) были открыты курсы по подготовке женщин-механизаторов. Если в большинстве тыловых районов страны срок обучения трактористок был 30-35 дней, то в машинно-тракторных станциях Кубани, где уборка началась раньше всех, их обучали две-три недели. Всего в крае летом 1941 г. встали за штурвал комбайна более 900 женщин. В уборке первого военного урожая участвовало все трудоспособное население деревень, а также подростки, учащиеся 5-10-х классов, старики. В Куцевском районе на полях колхоза «Красный ударник» комсомольско-молодежное звено трое суток не покидало молотильный ток, стремясь быстрее закончить обмолот, досрочно рассчитаться с государством».

Еще большие трудности и испытания ожидали кубанцев в 1942 г. Тяжелее стало жить материально: с 1 сентября 1941 г. в городах и рабочих поселках края вводились карточки на хлеб, сахар, кондитерские изделия. Ужесточались условия труда. Для закрепления рабочих и служащих на военных предприятиях указом Президиума Верховного Совета СССР от 26 декабря 1941 г. все мужчины и женщины, занятые в военной промышленности, объявлялись мобилизованными на весь период войны. Лица, допускаявшие самовольный уход, считались дезертирами и предавались суду военного трибунала. 13 февраля 1942 г. был издан Указ Президиума Верховного Совета СССР «О мобилизации на период военного времени трудоспособного городского населения для работы на производстве и строительстве».

Промышленность Кубани продолжала наращивать выпуск военной продукции, несмотря ни на какие трудности. Например, для бесперебойной работы по выполнению заданий командования часть оборудования Новороссийского судоремонтного завода была перенесена в подземную штольню, где трудились круглосуточно. Основной персонал Новороссийского порта, в том числе инженерно-технический состав, перешел на казарменное положение.

Наступающие вражеские войска помешали эвакуировать многие предприятия. Пришлось спешно вывести из строя 38 промышленных предприятий Краснодара, 755 скважин нефтепромыслов, 11 компрессорных установок, нефтепровод. Наступали черные дни оккупации.

Ущерб, причиненный Краснодару, был огромен и составлял свыше двух миллиардов рублей (в довоенных ценах). В развалинах лежали заводы имени Седина и Калинина, «Октябрь», нефтеперегонный, мельницы и хлебозаводы, шорно-седельная фабрика, электростанция, водопровод, железнодорожная станция и речная пристань. Было разрушено и сожжено 807 домов, среди них 420 крупных зданий, в том числе 127 производственных, 98 общественных, 66 культурно-просветительных и 120 жилых.

В Новороссийске были разгромлены, сожжены, взорваны все промышленные предприятия, портовые сооружения, железнодорожный узел, культурно-бытовые учреждения, 11 315 жилых домов площадью 493 тыс. кв. м (из 517 тыс. - довоенного фонда). Из тридцати причалов был пригоден к эксплуатации только

один. Портальные краны и другие механизмы стали грудями металлолома, акватория порта была заминирована и загромождена затонувшими судами. На десятый день освобождения Новороссийска в городе насчитывалось 1200 человек, а по переписи 1939 г. его население составляло 111 тысяч человек. Оккупанты причинили городу ущерб на сумму почти 2 млрд. рублей, а по краю он составил более 15 млрд. рублей (в довоенных ценах).

В результате понесенных потерь промышленность края оказалась отброшенной далеко назад. Поэтому в постановлении пленума Краснодарского крайкома партии, состоявшегося 6-7 марта 1943 г., в области промышленности и транспорта предусматривалось восстановление разрушенных фабрик и заводов, бурового, энергетического и компрессорного оборудования нефтяной промышленности, предприятий лесной, легкой, пищевой, местной промышленности, промысловой кооперации, промышленности стройматериалов, электростанций, железных дорог, шоссейного и водного транспорта, пуск в эксплуатацию высокодебитных нефтяных скважин. Конкретную помощь краю оказывали центральные государственные органы. 22 мая 1943 г. СНК СССР принял постановление «О первоочередных мероприятиях по восстановлению хозяйства Краснодара и Краснодарского края». В 1943 г. на восстановление предприятий промышленности и транспорта Краснодара было выделено более 27 млн. рублей. В ноябре - декабре 1943 г. ГКО СССР принял решение о восстановлении краснодарских заводов: № 233 (нефтеперегонного), «Октябрь», имени Седина. В декабре 1943 г. СНК СССР принял постановление «О дополнительных мероприятиях по восстановлению хозяйства Краснодарского края». Большая государственная помощь краю была оказана в результате претворения в жизнь постановления СНК СССР и ЦК ВКП(б) от 21 августа 1943 г. «О неотложных мерах по восстановлению хозяйства в районах, освобожденных от немецкой оккупации». На помощь населению края пришли регионы страны, не пострадавшие от оккупации: Урал, Армения, Грузия. Например, из Свердловской области на Кубань прибыло 133 вагона с грузом. Это были стройматериалы, станки, инструменты, промышленные и хозяйственные товары, предметы домашнего обихода. Строительные бригады из Армении трудились в Новороссийске. Связисты Грузии помогали восстанавливать телеграфно-телефонную связь.

По мере расширения восстановительных работ все острее ощущалась потребность в кадрах. В крае возобновили работу 11 ремесленных и железнодорожных училищ, 16 школ фабрично-заводского обучения (ФЗО) с общим контингентом учащихся 7496 человек. Уже к концу первого года своей деятельности они выпустили для предприятий промышленности и транспорта 1558 квалифицированных молодых рабочих. Только в период с февраля по декабрь 1943 г. на краткосрочных курсах, действовавших непосредственно на промышленных предприятиях, в колхозах, совхозах и машинно-тракторных станциях (МТС), было подготовлено около 40 тыс. рабочих кадров различных специальностей и повысило квалификацию 17 тыс. человек.

Благодаря творческой и трудовой активности производственников в крае, как и в дооккупационный период, росло число «двухсотников», «трехсотников»,

(передовики, выполнявшие дневные нормы выработки на 200-300 процентов и более) комсомольско-молодежных фронтовых бригад. Только на предприятиях Краснодарского края в начале 1945 г. их было 470. Более 7000 жителей города в 1945-1947 гг. были награждены медалью «За доблестный труд в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.». Преодолевая немалые трудности и лишения, кубанцы упорно и настойчиво восстанавливали разрушенную промышленность и уже в 1943 г. смогли перевыполнить план выпуска промышленной продукции.

К январю 1944 г. на Кубани было восстановлено и вступило в строй действующих 504 государственных предприятия и 326 промышленных артелей. В 1945 г. выпуск валовой промышленной продукции края составил одну треть довоенного уровня. Предстояло еще многое сделать, чтобы добиться полного восстановления промышленного производства. Железнодорожники края при помощи тружеников других отраслей хозяйства уже в 1943 г. восстановили 2517 километров пути, 636 мостов, 4 туннеля, 25 вокзалов.

Наряду с восстановлением основных отраслей народного хозяйства возрождались образование, здравоохранение, культура. В 1944 г. в крае действовали 2293 общеобразовательные школы, возобновили работу все средние специальные и высшие учебные заведения. К началу 1944 г. в крае действовало 1289 домов и дворцов культуры, клубов, библиотек, кинотеатров, восстановленных методом народной стройки.

Всего у колхозников было собрано 109 тысяч 746 тон семян различных культур. Колхозы и совхозы Кубани, преодолевая тяжелейшие последствия оккупации, выполнили и даже несколько перевыполнили планы весеннего сева по ряду показателей. Но сделать это они смогли за счет значительного удлинения сроков посева, а при некачественной вспашке и плохих семенах это не могло не сказаться на урожайности и валовом сборе хлеба. Критическая ситуация сложилась с ремонтом уборочной техники. На 15 июня 1943 г. в крае было отремонтировано только 10 % комбайнов. По решению СНК СССР от 22 мая 1943 г. для МТС края должны были поступить 379 моторов, 600 шт. полотен хедера (ткань сделанная из растения хедер), 1036 шт. приводных ремней. Однако и при этом оставалось необеспеченных комбайнов: полотнами хедера - 1125, приводными ремнями - 1299, моторами - 836. В этих условиях необходимо было повседневное исключительное трудовое напряжение женщин, молодежи - решающей силы в деревнях. На первое октября 1943 г. в промышленности, совхозах и МТС края работало 66 770 женщин, или более 77 % состава рабочих. На полях Кубани хлеб убирали 150 комсомольско-молодежных агрегатов, в каждом районе было создано по 10-25 молодежных звеньев косарей по уборке вручную. За ударный труд 220 молодых передовиков сельского хозяйства края были награждены грамотами ЦК ВЛКСМ, а 43 человека - знаком «Отличник социалистического земледелия». Благодаря колоссальному трудовому напряжению женщин, подростков, всего сельского населения колхозы и совхозы края смогли вывезти на элеваторы 442 тысячи 260 тон зерна в счет хлебозаготовок. Это было намного меньше по сравнению с предшествующими годами (в 1940 г. государственные заготовки и закупки составили по всем категориям хозяйств 1 миллион 566 тысяч

тон), но все равно явилось существенным вкладом Кубани в обеспечение без серьезных перебоев снабжения Красной Армии и населения продовольствием, а промышленности - сырьем. В 1944 г. промышленность края поставила деталей к сельхозмашинам в два с лишним раза больше по сравнению с предыдущим годом. Благодаря трудовому энтузиазму земледельцев в 1944 г. колхозы и совхозы Кубани посеяли зерновых на 157 тыс. гектаров больше, чем в 1940 г. Однако вся посевная площадь в колхозах и совхозах края была еще в 1,5 раза меньше, чем в предвоенном году.

Трудно проходила уборка 1944 г. Из-за нехватки транспортных средств, рабочих лошадей необходимо было привлечь не менее 64 тыс. коров колхозников, рабочих и служащих. В крае в 1945 г. удалось поднять урожайность зерновых культур с 5,3 до 8,8 центнеров с гектара, а валовой сбор вырос до 1 260 200 тон, что составило более пяти процентов валового сбора зерновых и бобовых по РСФСР. Хлеба на Кубани было заготовлено в два с лишним раза больше, чем в 1943 г. Краснодарский край вновь становился крупной зерновой и продовольственной базой страны.

Новыми трудовыми успехами ознаменовали земледельцы края последнюю военную весну. Кубанцы выступили не только инициаторами Всесоюзного социалистического соревнования за высокий урожай 1945 г. и образцовое проведение весеннего сева, но и за наивысшие показатели работы на тракторах. На полях Кубани весной 1945 г. работало 480 тракторных бригад, 2880 молодежных звеньев высокого урожая. Большинство из них успешно справились с производственными заданиями. Ударным трудом ответили земледельцы Кубани на долгожданную весть о капитуляции фашистской Германии.

Яровой сев в колхозах края был выполнен почти на 100 процентов, а вся посевная площадь в крае под урожай 1945 г. выросла по сравнению с 1944 г. на 160,6 тыс. гектаров, составив 76,4 процента к уровню 1940 г. Таким образом, успехи, достигнутые колхозами, совхозами, МТС края в 1944 г., удалось закрепить и развить в 1945 г., когда Кубань сдала хлеба на 32 тыс. 760 тон больше по сравнению с предшествующим годом. Это была большая экономическая и политическая победа кубанских хлеборобов, которые в условиях еще не окончившейся войны, пережив оккупацию, поднимали сельское хозяйство и меняли его положение к лучшему. Это, в свою очередь, явилось важным фактором успешного восстановления и развития народного хозяйства края в первое послевоенное время.

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

Управление предприятием в условиях рынка сводится, по существу, к оценке и анализу факторов, повышающих или понижающих конкурентоспособность предприятия, выбору и реализации соответствующей стратегии и тактики для достижения той или иной намеченной цели.

С одной стороны, конкурентоспособность предприятия включает совокупность внутренних, реализуемых в процессе воспроизводства факторов, определяемых уровнем использования его научно-технического, производственного, кадрового потенциала, потенциала маркетинговых служб и т.д. С другой - внешние по отношению к предприятию социально-экономические и организационные факторы, такие как законодательные основы деятельности, финансово-кредитная, налоговая политика, тип и емкость рынка, характеристики конкурентов, особенности влияния общественных организаций и политических партий и т.д., позволяющие предприятию создавать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна для потребителя, чем продукция конкурентов.

Туристско-рекреационный комплекс (ТРК) является одним из важнейших блоков сферы жизнедеятельности общества - его социальной инфраструктуры. На сферу туризма приходится около 6 % мирового валового национального продукта, 7 % мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11 % мировых потребительских расходов. Туризм, таким образом, уже давно рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства, а в ряде высокоразвитых стран является важнейшей статьёй внешнеэкономической деятельности.

ТРК - это совокупность объектов, предметов, действий, целями которого являются отдых, лечение или занятие спортом. Туризм и рекреация в регионах России, наряду с агропромышленным комплексом, относятся к отраслям хозяйственной специализации, туризм обладает значительным потенциалом как инструмент экономического развития регионов. Это, однако, не снимает вопроса эффективности функционирования комплекса в целом.

Обладая мощным туристско-рекреационным потенциалом, Россия не уделяет развитию отрасли должного внимания. Отсутствует сама предпринимательская среда, необходимая для развития отрасли и, несмотря на озвученную на разных уровнях необходимость развивать внутренний туризм и привлекать средства иностранных туристов, большинство туроператоров продолжают работать исключительно на экспорт.

Для оценки достижений стран в сфере туризма Всемирным экономическим форумом принят индекс конкурентоспособности сектора туризма (ТТСИ). Ранжирование проводится на основе статистических данных из открытых источни-

ков, на основе данных международных организаций и экспертов в области туризма, а также результатов опроса руководителей компаний стран, задействованных в отчете.

В исследовании участвуют 140 стран, среди которых по итогам 2013 года Россия занимает 63-е место, что на четыре позиции ниже по сравнению с 2011 годом. Так, по числу природных и культурных объектов РФ занимает 23-е и 30-е места соответственно, однако туристский потенциал на сегодняшний день используется недостаточно эффективно. Наиболее проблемными точками российской туристской сферы является транспортная (104-е место по качеству дорог) и специализированная туристская инфраструктура. Так, по количеству гостиничных номеров на сто жителей Россия занимает 85-е место, а по ценовой доступности размещения в гостиницах – 115-е.

Другой немаловажной проблемой, по оценкам экспертов Всемирного экономического форума, остаются факторы государственного регулирования и эффективности государственной политики в области развития и продвижения туризма, а также безопасность туристов. Так, по эффективности маркетинговой политики и брендинга туризма Россия занимает 122-е место, а по приоритетности сектора туризма в системе государственной политики – 127-е место. Совокупный бюджет России на продвижение туризма составляет 4 млн. евро в год, что составляет порядка 2,7% от общего бюджета страны. Это меньше бюджета Словакии, не говоря о том, что только на рекламу в России Кипр тратит столько же, сколько Россия – в совокупности на все туристские направления (рисунок 1).

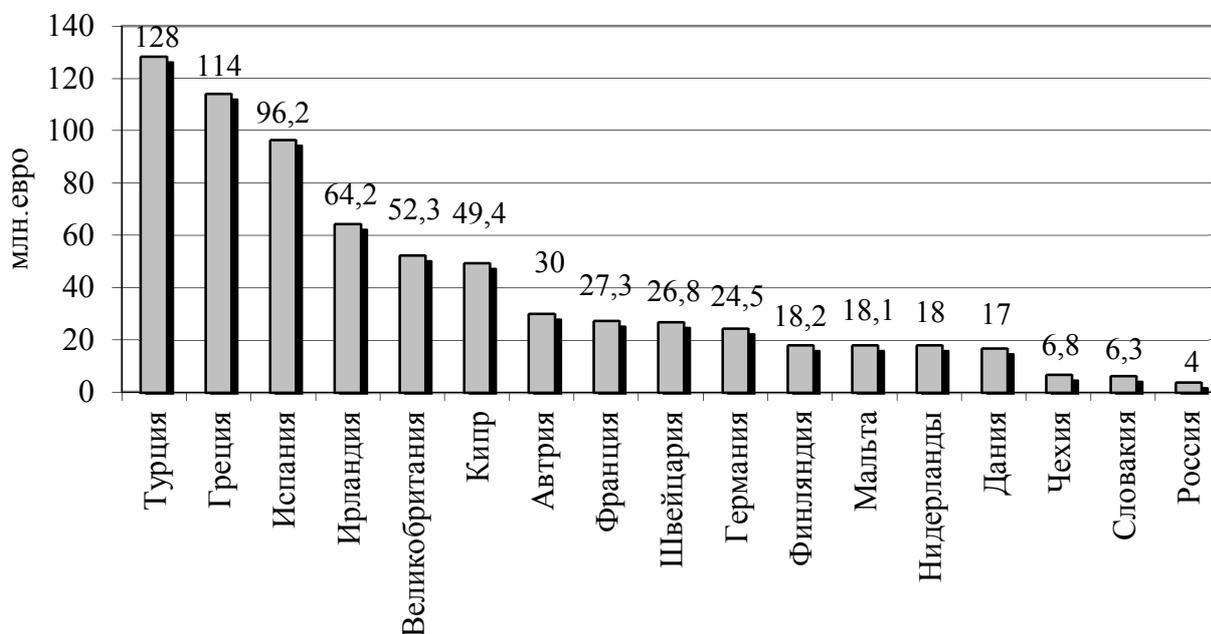


Рисунок 1 - Сравнение совокупных бюджетов стран на продвижение туризма, млрд. евро

Примечательно, что из всех составляющих индекса ТТСІ для РФ одни из наиболее низких позиций отведены безопасности и отношению к внешним туристам – 129-е и 123-е места соответственно из возможных 133-х. Основными аргументами такого заключения эксперты ВЭФ выдвигают большое количество ДТП, разгул преступности и отсутствие веры в полицию как защиту от преступников, что препятствует не только привлечению иностранных туристов, но и значительно осложняет развитие внутреннего экологического и этнотуризма. Однако проблема здесь не столько в силах правопорядка, сколько в не сформировавшейся культуре общения и сервиса, начиная от прохождения таможенных формальностей и заканчивая обслуживанием в музеях, гостиницах, кафе и т.д.

В настоящее время соотношение въездного и выездного потока в России крайне неравномерно. Имеющийся культурно-исторический и природный туристский потенциал перекрывается неразвитостью инфраструктуры, низким уровнем сервиса, высокими ценами и общим низким уровнем социально-экономического развития страны. Курорты Черного моря не выдерживают конкуренции со стороны таких популярных пляжных направлений, как Турция, Египет, Кипр. Развитие познавательного, экологического и делового туризма значительно затрудняет неразвитость не только туристской, но и информационной, транспортной, производственной инфраструктур. Во многих регионах остро ощущается инвестиционный голод и отсутствие эффективных механизмов взаимодействия частного капитала и региональной власти. Решение этих проблем лежит, прежде всего, в организации жесткого мониторинга и контроля за исполнением федеральных и региональных программ стратегического развития отрасли туризма. На сегодняшний день разработано множество нормативно-правовых документов, программ и концепций, регулирующих развитие туристского бизнеса и ставящих целью повышение его конкурентоспособности как для внутреннего, так и для въездного туризма, однако их практическая реализация не отвечает поставленным задачам. В общем виде конкурентные преимущества и слабые стороны отечественного туристского сектора представлены в таблице 1.

Таблица 1. Конкурентные преимущества и слабости России в туристской отрасли

Конкурентные преимущества	Конкурентные слабости
Наличие богатейших природно-климатических и культурно-исторических ресурсов	Относительно высокая (по сравнению с другими странами) стоимость туристских услуг
Рост доходов граждан на душу населения	Неразвитая транспортная и специализированная туристская инфраструктура
Разработка новых туристских продуктов, удовлетворяющих потребность в путешествиях в более отдаленные, малоизвестные и малодоступные места	Наличие административных барьеров и невыгодных условий земельной аренды для привлечения инвестиций в региональную туристскую инфраструктуру

Мощная курортно-оздоровительная база, позволяющая сочетать отдых с лечением	Сохранение негативных стереотипов восприятия образа России
Политическая стабильность и стабилизация общеэкономических условий	Недостаточно высокий уровень личной безопасности туристов
Формирование имиджа России как туристской территории благодаря проведению событийных мероприятий мирового уровня	Невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии из-за дефицита квалифицированных кадров
	Несовершенная визовая политика в отношении государств, не представляющих миграционной опасности
	Неэффективный некоммерческий маркетинг как для иностранных, так и для российских туристов

Что касается конкурентных позиций предприятий туристско-рекреационной сферы Краснодарского края, то стоит отметить, что высокая внутристрановая конкурентоспособность и относительно низкая рискованность бизнеса здесь обусловлена факторами естественного порядка – природно-климатическими условиями, богатой флорой, историческими достопримечательностями и т.д., в то время как приобретенные факторы (развитая инфраструктура, сервис, информационные коммуникации) представлены недостаточно и требуют дальнейшего развития. Остаются нерешенными множество проблем, связанных с качеством предоставляемых услуг, соблюдением санитарно-эпидемиологических норм, утилизацией отходов, недостаточной пропускной способностью трасс в период сезонной загрузки, труднодоступностью исторических и природных достопримечательностей. Все перечисленные проблемы снижают привлекательность курортов Краснодарского края для иностранных туристов и создают уязвимость для их конкурентоспособности по сравнению с более высококлассными и в то же время доступными по цене зарубежными курортами. Кроме того, возникает структурный перевес в обслуживании граждан по месту проживания (рисунок 2), снижающий привлекательность и имидж курортов края за пределами России.

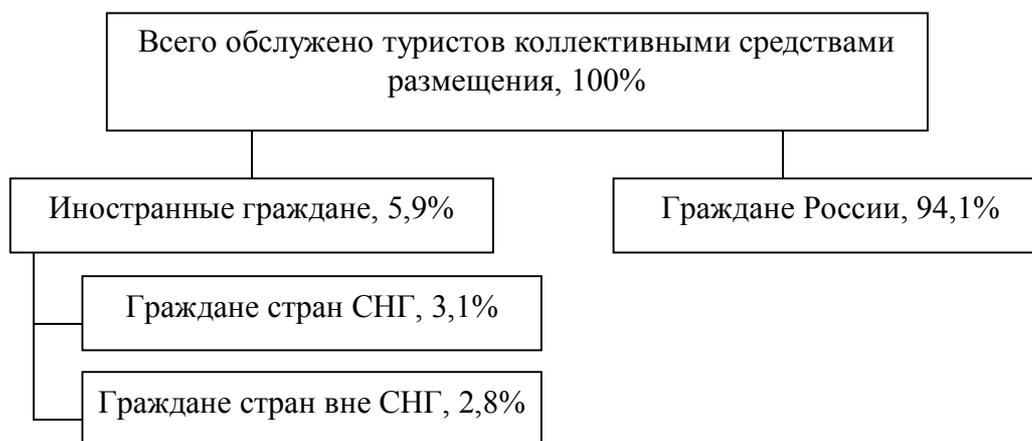


Рисунок 2 - Распределение численности лиц, обслуженных коллективными средствами размещения, по месту проживания, %

Основными негативными факторами, сдерживающими приток иностранных туристов, выступают:

- низкий уровень сервиса, порожденный нехваткой высококвалифицированных кадров и отсутствием опыта работы с иностранными туристами;
- неразвитая инфраструктура, затрудняющая доступ к историческим и природным достопримечательностям, недостаточное количество гостиничных средств размещения, соответствующих европейскому уровню комфорта при классовости 2-3 звезды либо несоответствие заявленного класса фактическим условиям проживания; значительный износ материальной базы санаторно-курортных учреждений;
- несоответствие качества предоставляемых услуг их стоимости;
- бюрократические проволочки, затрудняющие порядок выдачи российских виз иностранным гражданам, отсутствие или недостаточная проработка международных соглашений по упрощению порядка въезда с целью туризма.

Решение этих проблем невозможно без активного взаимодействия бизнеса и государства, без выстраивания прозрачной взаимовыгодной политики с обеих сторон. Роль государства в поддержке рекреационной сферы должна заключаться в формировании соответствующей нормативно-правовой базы, обеспечении более эффективного использования трудовых ресурсов, создании институциональных и экономических условий для привлечения инвестиций, прежде всего, в такие сферы рекреации, как услуги физической культуры и спорта и санаторно-оздоровительные услуги. Необходимо проведение широкомасштабных маркетинговых кампаний для привлечения как российских, так и иностранных туристов, создание информационной базы по объектам рекреационной сферы и предоставляемым рекреационным услугам, организация и проведение международных форумов, конференций и семинаров, организация международных проектов, совместные инвестиционные проекты в области строительства и инфраструктуры. Рекреационная сфера сегодня – это динамично развивающаяся, перспективная отрасль как для Краснодарского края, так и для России. Однако ее

потенциал, обусловленный множеством факторов геополитического, исторического, культурного и природно-климатического порядка, до сих пор остается нереализованным.

Работа большинства туристских фирм ориентирована на выездной туризм и лишь немногие специализируются на привлечении иностранных граждан на отдых и лечение в Краснодарском крае. Это является своего рода индикатором привлекательности отечественных курортов, в противном случае бизнес занял бы свободную рыночную нишу въездного туризма. Следует, однако, отметить, что за последние годы, во многом благодаря Олимпийскому Сочи-2014 и активной имиджевой деятельности администрации края, присутствие иностранных инвесторов в рекреационной сфере активизировалось.

В контексте государственных программ по поддержке малого бизнеса способствование развитию рекреационной сферы представляется особенно значимым, поскольку данная отрасль – благоприятная почва для функционирования малых предприятий, привлечения иностранных инвестиций и стимулирования развития смежных отраслей, таких как связь, строительство, торговля, производство товаров народного потребления. Как сфера бизнеса, не требующая значительных стартовых вложений, быстро окупающаяся, высокорентабельная и подкрепленная растущим потребительским спросом, рекреационная сфера представляется одной из наиболее гибких и перспективных отраслей приложения предпринимательского потенциала.

Реализация задач, стоящих перед санаторно-курортным и туристским комплексом края, станет возможной только при наличии выверенной маркетинговой стратегии и тактики, включая коммуникационную составляющую по продвижению курортного и туристского продукта на внутреннем и международном рынках.

Литература:

1. Белицкая О.В. Диверсификация туристского предложения как фактор повышения конкурентоспособности рекреационной сферы Краснодарского края // Известия Сочинского государственного университета. 2011. № 1. С. 7-12.

2. Белицкая О.В. Факторы сдерживания бизнеса в рекреационной сфере Кубани // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2010. № 2. С. 192-194.

3. Сидорова Н.А. Формирование маркетинговой стратегии повышения конкурентоспособности туристско-рекреационного комплекса региона [Электронный ресурс]: Автореф. дисс. ... канд. эконом. наук. 08.00.05. / Н.А. Сидорова. – Москва, 2009. URL: <http://economy-lib.com/disser/37278/a?#?page=1>

4. Ткачева Я.С. Характеристика составляющих инвестиционной привлекательности предприятий туристско-рекреационного комплекса региона // Креативная экономика. - 2011. - №2(50). - С.105-110.

5. The World Economic Forum. [Электронный ресурс]: URL: www.weforum.org

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ И КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Потребителям необходима продукция, характеристики которой удовлетворяли бы их потребности и ожидания. Эти потребности и ожидания, как правило, отражаются в технических условиях на продукцию и обычно считаются требованиями потребителя. Требования могут быть установлены потребителем в контракте или определены самой организацией. Приемлемость продукции, в конечном счете, устанавливает потребитель. Поскольку потребности и ожидания потребителей меняются, организации также испытывают давление, обусловленное конкуренцией и техническим процессом, и должны постоянно совершенствовать свою продукцию и процессы. Системный подход к управлению качеством побуждает организации анализировать требования потребителей, определять процессы, способствующие выпуску продукции, приемлемой для потребителей.

Согласно терминологии ИСО, международной организации по стандартизации, деятельность по управлению качеством – стратегия бизнеса, направленная на долгосрочное, планомерное получение прибыли, основанная на сотрудничестве с партнерами, потребителями, государством и персоналом [1].

Современная концепция управления качеством начинается с ситуации, сложившейся в 90-х гг. прошлого века в мировом сообществе, экономике и в человеческих отношениях, характеризуется тремя тенденциями, изменившими роль качества в развитии современного мира и отношение к нему. Первая тенденция заключается в глобализации, интернационализации и открытости мирового рынка, ужесточении конкуренции на нем. Конкуренция стала всеобщей, в ней практически могут участвовать все производители. Для достижения успеха предприятия, обеспечения его устойчивой позиции в отрасли и на мировом рынке необходимо существенно повысить качество продукции и производительность. Вторая тенденция вызвана повышением активности покупателей в развитии рынка (как «рынка покупателя») для наиболее полного удовлетворения их потребностей и пожеланий. Это нашло отражение в изменении ценностей с точки зрения потребителей. Главной характеристикой качества становится удовлетворение требований и удовлетворенность покупателя. Третья тенденция связана с изменением условий конкуренции на рынке. Это проявляется в огромном экономическом давлении, связанном с противоречивостью конкретных требований, которые должен обеспечить производитель, в том числе дополнительные затраты, связанные с максимальным удовлетворением требований и пожеланий покупателя к качеству продукции, обеспечение рыночной цены этого качества, которую может оплатить покупатель. Необходимость решения возникшей проблемы привела к концепции всеобщего управления качеством, которое позволяет добиться удовлетворения интересов потребителя средствами, имеющимися в распоряжении производителя. Главная цель производителя в этих условиях за-

ключается в том, чтобы снижение затрат сочеталось с высоким стабильным качеством продукции (услуг) и быстрым выводом ее на рынок. Подход к управлению производством с позиций всеобщего управления качеством стимулирует оптимальное соотношение в триаде показателей, определяющих результативность и эффективность деятельности предприятия: «качество – затраты – время». Концепция менеджмента, отражающая новый подход к управлению качеством, базируется на том, что в основу этого подхода положен постулат тесной взаимосвязи общего управления предприятием с управлением качеством.

Суть нового подхода заключается в том, что управление качеством является составной частью общего управления предприятием, охватывая все подразделения и влияя на все показатели результативности и эффективности предприятия. Для достижения успеха необходимо адаптировать всеобщее управление качеством к общему управлению предприятием. Это связано, прежде всего, с необходимостью комплексного учета экономических, экологических и ресурсных трудностей современного периода, что требует от руководства предприятий больших затрат времени для осмысливания и соответствующей реакции на усложнение продукции, процессов производства и всей обстановки. В то же время существенно изменившаяся динамика происходящих перемен во внешней среде оставляет фактически все меньше и меньше времени на адаптацию управления предприятием к этим изменениям. Возникла необходимость управлять всем процессом создания, производства и эксплуатации, охватывая все функциональные направления деятельности предприятия (разработку, производство, сбыт и т. д.) с учетом обеспечения качества, удовлетворяющего ожидания потребителя. Новая концепция может быть представлена многомерной моделью управления предприятием. Модель имеет три уровня управления: нормативный, стратегический и оперативный (текущий); три направления организации и управления качеством и предприятием в целом: структуру, деятельность и поведение; три фактора, формирующие успех предприятия: затраты, качество, время. Все составляющие этой модели существенно влияют на развитие предприятия, обеспечивая результативность и эффективность его деятельности. Качество оказывается комплексным фактором, который увязывает одномерные подходы в многомерном процессе в силу того, что оно (качество) является необходимым и объективным фактором, признаваемым рынком (оцениваемым покупателем) и обеспечивающим успех предприятия. Внедрение новой концепции требует проведения обучения как по линии повышения квалификации управленческого персонала и специалистов, так и по линии технической учебы всех исполнителей. Для реализации конкретных систем всеобщего управления качеством необходимы разработка и внедрение практических методов и моделей, используя опыт внедрения систем качества по ИСО 9000 [2].

Управление качеством – это вид профессиональной деятельности менеджеров, занимающихся управлением процессами достижения системы целей с использованием научных подходов, концепций маркетинга и с учетом человеческого фактора [3].

Управление качеством начиналось с выходного контроля готовой продукции. Стройный механизм управления качеством каждого отдельного изделия дала система Фредерика Уинслоу Тейлора, датируемая 1905 г. Эта система устанавливала требования к качеству продукции в виде шаблонов (интервалов допусков), названных калибрами. Контроль осуществлялся специалистами (инспекторами). Система Тейлора ввела деление продукции на качественную, дефектную [2].

Чуть позже была сформулирована модель всеобщего управления качеством. Всеобщее управление качеством (Total Quality Management) – это философия организации, которая основана на стремлении к качеству и практике управления, приводящей к всеобщему качеству. Отсюда качество – это не то, что приходится отслеживать или добавлять на каком-то этапе производственного процесса, это сама сущность организации [4].

Три ключевых элемента модели связаны обстоятельствами, культурой и коммуникациями. Обязательства вытекают из системы институциональных отношений. Культура предприятий является внутренним свойством и взаимосвязана с его философией. Коммуникации определяют степень эффективности передачи информации в процессе функционирования модели. Модель TQM базируется на семи принципах новой концепции качества:

- Качество – неотъемлемый элемент продукции.
- Качество – это то, что говорит потребитель, а не производитель.
- Ответственность за качество должна быть адресной.
- Для реального повышения качества нужны новые технологии.
- Повысить качество можно только усилиями всех работников предприятия.
- Контролировать процесс всегда эффективнее, чем результат (продукцию).
- Политика в области качества должна быть частью общей политики предприятия.

Эффективность управления качеством на предприятии обеспечивается за счет выполнения следующих основополагающих условий:

- Отношение к потребителю – важнейшая составляющая процесса управления;
- Принятие руководством долгосрочных обязательств по внедрению процесса улучшения работы – составная часть системы управления предприятием;
- Вера в то, что нет предела совершенству;
- Уверенность в том, что предотвращение проблем лучше, чем реагирование на них, когда они возникают;
- Заинтересованность, ведущая роль и непосредственное участие руководства;
- Стандарт работы – «ноль ошибок»;
- Участие всех работников предприятия, как коллективное, так и индивидуальное;

- Основное внимание обращается на совершенствование процессов, а не людей;
- Вера в то, что поставщики станут нашими партнерами, если будут понимать наши задачи;
- Признание заслуг [1].

Не менее важным является опыт Европейских стран в области управления качеством. Методика, предложенная Европейским фондом управления качеством (European Foundation for Quality Management), предлагает структурированное множество критериев управления качеством, которые могут эффективно применяться для совершенствования деятельности любой компании или ее подразделения.

Методика EFQM используется при проведении конкурса на присуждение Европейской Премии Качества и преследует следующие цели:

- удовлетворение потребностей клиентов;
- удовлетворение интересов персонала;
- влияние на общество.

Одной из основных задач EFQM является содействие компаниям в совершенствовании их деятельности.

Методика EFQM для развития бизнеса представляет собой гибкую структуру, которая может быть реализована различными способами. Главное, чтобы используемый метод опирался на основные положения модели EFQM, описание которых приводится ниже.

Модель EFQM базируется на следующих положениях:

- В центре внимания – клиент;
- Сотрудничество с поставщиками;
- Повышение квалификации и участия персонала;
- Процессы и факты;
- Непрерывное совершенствование и новаторство;
- Руководство и последовательность в достижении целей;
- Взаимная ответственность;
- Распределение результатов.

Реализация перечисленных положений достигается посредством эффективного руководства, осуществляемого в отношении Политики и Стратегии, Кадровой Политики, Ресурсов и Процессов, и приводящего в конечном счете к Достижению Результатов. Каждый из девяти элементов, лежащих в основе модели EFQM, представляет собой критерий, который можно использовать для оценивания прогресса, достигнутого компанией на пути развития бизнеса.

Ключевыми моментами в области управления качеством являются высокая степень ответственности руководства за деятельность организации и ориентация на потребителя. При исследовании рынка формируются требования потенциальных потребителей. После обработки результатов получают требования к продукции. Выпуская качественную продукцию, предприятие снижает затраты на производство.

Таким образом, управление качеством – жизненная необходимость для любого предприятия, работающего на конкурентном рынке.

Литература:

1. Современный подход к управлению качеством [Электронный ресурс]: URL: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=5171>
2. Метрология, стандартизация, сертификация и управление качеством / М.И. Николаев. – М.: ИНТУИТ – 2011.
3. Управление качеством: практикум / Б. Н. Герасимов, Ю. В. Чуриков. – М.: 2013.
4. Управление качеством: учебное пособие / Ю. Т. Шестопал, В. Д. Дорофеев, Н. Ю. Шестопал, Э. А. Андреева. – М.: 2010.

Е. ЗИЕНКО
н.р. Е.В. ФОМЕНКО

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

В середине 70-х гг. прошлого века в мировой практике сложилось понимание того, что предпринимательские цели, экономическая и социальная ответственность равнозначны, не противоречат, а дополняют друг друга. Разумный баланс интересов, формирование солидарной ответственности государства, бизнеса и гражданина, в основе которой - демократия, соблюдение гражданских прав и свобод, включая право частной собственности, равенство возможностей, уважение человеческого достоинства и приоритет закона - условие экономического и социального благополучия страны. В России процесс формирования этой модели еще далеко не завершен [1].

Понятие социальной ответственности бизнеса (СОБ) основано на том, что организации, особенно коммерческого плана, несут на себе обязанность позаботиться обо всех людях, которые имеют к ним отношение, т.е. сообщества, в котором существует данный бизнес. Существует ряд определений СОБ. Приведем несколько из них.

Социальная ответственность бизнеса - это ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют. Социальная ответственность бизнеса - это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Так же под социальной ответственностью бизнеса понимают ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом.

Существует такое понятие как политика социальной ответственности бизнеса. Это взаимосвязанный набор политики, практики и программ, которые ин-

тегрированы в процесс бизнеса, цепочки поставок, процедуры принятия решений на всех уровнях компании и включают ответственность за текущую и прошлую деятельность и будущее влияние деятельности компании на внешнюю среду.

Концепция СОБ в компаниях разного уровня, различных сфер бизнеса включает разные компоненты. Но самая широкая трактовка концепции СОБ включает в себя:

- корпоративную этику;
- корпоративную социальную политику в отношении общества;
- политику в сфере охраны окружающей среды;
- принципы и подходы к корпоративному управлению;
- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом;
- политику в отношении персонала.

Поскольку определений понятия СОБ достаточно много, выявим наиболее, на наш взгляд, точное и определим то, что связывает их между собой. На сегодняшний день не существует единого подхода к определению социальной ответственности бизнеса.

Единственное, что можно определить точно - это элементы СОБ, к которым можно отнести:

- ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами;
- ответственность в отношении потребителей;
- ответственная политика в отношении работников;
- экологическая ответственность;
- ответственность компании перед обществом в целом.

Все представленные точки зрения едины в одном: СОБ - это ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, и перед обществом в целом.

Рассмотрим связь СОБ с устойчивым развитием.

Данное понятие тесно связано с понятием устойчивого развития, согласно которому, предприятия должны принимать решения, базируясь не только на финансовых или экономических факторах, но также на краткосрочных и долгосрочных социальных, экологических и других последствиях их деятельности.

Примеры мероприятия по социальной ответственности бизнеса:

- спонсорство детского дома;
- экономное использование воды и электроэнергии;
- организация тренинга по сплочению команды на предприятии;
- помощь семье инвалида;
- бесплатные лекции по туризму работниками турагентства в местной школе;
- участие в экологических мероприятиях.

Существует определенный ряд принципов, на которых строится социальная ответственность бизнеса:

- отчетность;

- открытость;
- устойчивое развитие;
- социальная договоренность с обществом [4].

Процессы глобализации, позволившие фирмам разных стран повысить свои доходы за счет расширения рыночной позиции, привели к еще большему разрыву с доходами населения. Общество разделилось на два класса: элиту (собственников, руководителей, работников корпораций мирового масштаба) и население, обслуживающее эту элиту. Однако возросший разрыв в доходах этих классов не вызвал ответной реакции со стороны крупных корпораций в отношении повышения защищенности общества, уровня и качества его жизни. В России это особенно заметно.

Если российские компании и внедряют корпоративные кодексы, то в основном для того, чтобы заявить рынку капиталов, потенциальным инвесторам о том, что у них есть кодекс корпоративного управления, что они готовы раскрываться, готовы осуществлять цивилизованные нормы ведения бизнеса.

Появилась необходимость использования единых принципов социальной ответственности бизнеса перед всем обществом, понимания значимости социальной политики предприятия как необходимого условия его «принятия» всеми группами корпоративной аудитории.

Для России этот путь только начинается. Российские предприятия, с одной стороны, предпринимают попытки разработки конкретных подходов к социальной ответственности, внедрения международных принципов прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений, поддержки общества. С другой стороны, они вынуждены строить свою политику в условиях кризисного состояния социальной сферы российских регионов. В этой ситуации выходом может стать разработка таких подходов к социальной ответственности, которые были бы основаны на общепринятых международных принципах, но учитывали бы характерные для российской бизнес-среды реалии.

Реализация социально ответственной политики бизнеса активно влияла бы на повышение уровня и качества жизни населения, изменение отношения потребителя к социально ответственным корпорациям, а также повышение конкурентоспособности российских предприятий на мировых рынках за счет использования единых этических норм и стандартов ведения бизнеса. И, что немаловажно, на моральную легитимизацию крупных состояний, возникших в итоге «первоначального накопления».

Достижение этой общей цели предполагает решение ряда задач.

На макроэкономическом уровне:

- формирование институциональной базы по вопросам социальной ответственности российских корпораций, которая позволит реализовывать их политику по единым стандартам, а также даст четкое представление российским предпринимателям о сущности социальной ответственности, ее назначении и механизме создания;
- активное содействие развитию социальной ответственности бизнеса в российских регионах;

- создание благоприятных условий жизнедеятельности хозяйствующих субъектов, проводящих политику социальной ответственности.

На микроэкономическом уровне (уровне хозяйствующего субъекта):

- формирование системы корпоративной ответственности, учитывающей как опыт зарубежных корпораций, так и специфику регионов базирования;

- использование в управлении бизнесом социально-корпоративных технологий – системы согласованного взаимодействия работодателей и наемных работников в рамках совместной производственной деятельности, представляющей собой совокупность методов управления экономическим, профессиональным и общественным поведением участников корпоративных объединений, направленным на достижение совместных общественно значимых целей.

На нануровне (уровне индивида):

- изменение менталитета российского индивида - члена общества, заключающееся в осознании того, что его социальная защищенность обеспечивается не только личными возможностями и способностями, но и личным участием в формировании окружающей среды (бизнеса, государства, природы).

Стратегический курс на социальную ответственность бизнеса требует разработки целого комплекса финансово-экономических, государственно-правовых, образовательных, просветительских программ, из которых укажем только некоторые.

На макроэкономическом уровне:

- разработка нормативной документации (законов, постановлений, рекомендаций, кодексов) по реализации политики социальной ответственности бизнеса;

- создание государственных и общественных институтов, деятельность которых была бы связана с освещением (продвижением) социальной ответственности предприятий как в России, так и за рубежом; координацией, контролем за деятельностью корпораций в рамках социальной ответственности перед всеми группами корпоративной аудитории; консультированием предприятий по вопросам создания и внедрения системы социальной ответственности на предприятии.

На микроэкономическом уровне:

- разработка и следование принципам корпоративных кодексов, включающих положения обо всех направлениях социальной ответственности (ответственность в отношении всех групп корпоративной аудитории, экологическая ответственность, ответственность перед обществом в целом);

- повышение уровня и качества знаний (развитие интеллектуального капитала) работников предприятий в области социальной ответственности;

- реализация концепции «экономики участия» (системы участия работников в прибылях, в управлении и собственности корпораций), повышающей заинтересованность работников в результатах деятельности своего предприятия и, как следствие, их социальную ответственность.

На нануровне:

- использование внутриличностного механизма повышения корпоративной социальной ответственности, реализуемого через самоорганизацию.

Сегодня социальная ответственность бизнеса как общественное явление находится на начальном этапе своего становления. Есть надежда, что через органы власти, депутатов, политические партии, систему муниципалитетов и общественные организации удастся выработать консолидированную позицию общества по вопросам социальной ответственности. Далее возможна апробация ее на местах, на уровне отдельных предприятий. Когда же накопленный опыт позволит уклоняться от системных ошибок, станет возможным его закрепление в виде федерального закона [3].

Несмотря на то, что Россия еще далека от западного уровня понимания социальной ответственности, осознание значимости данной проблемы как для обеспечения конкурентоспособности национальных производителей, так и для улучшения благосостояния общества в целом, дает основания предполагать, что социальная ответственность бизнеса в нашей стране должна и будет развиваться. Без этого в современных условиях невозможно создание конкурентоспособной экономики [2].

Литература:

1. Бахтин М.Б. Корпоративная социальная ответственность: интернет-курс по дисциплине [Электронный ресурс]: URL: http://www.e-biblio.ru/book/bib/02_estestv_nauki/korporat_soc_otvetstv/sg.html
2. Белицкая О.В., Тютюнников А.С. Конкурентоспособность и социальная ответственность бизнеса // Экономика и бизнес в России: проблемы и перспективы глазами молодого поколения / материалы межвузовской научно-практической конференции. Краснодар.: КИМПМ, 2011. – 132 с.
3. Фомина Е.В. Социальная ответственность российского бизнеса // Официальный сайт журнала «Стратегия России». Издание Фонда «Единство во имя России» [Электронный ресурс]: URL: http://sr.fondedin.ru/new/fullnews.php?archive=1101388796&id=1101387589&start_from=&subaction=showfull&ucat=14
4. Фомина Е.В. Социально-ответственный бизнес в региональных экономических системах [Электронный ресурс]: Автореф. дисс. ... канд. эконом. наук. 08.00.05. / Е.В. Фомина. – Волгоград, 2006. URL: <http://economy-lib.com/disser/27914/a?#?page=1>

В. КИЙКОВА
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ НЕФТЯНОЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА

Нефть, природный газ и продукты их переработки глубоко проникли в жизнь современного человека. Мы уже не представляем своё существование без нефтепродуктов (их более 2000), которые широко используются в промышленности, транспорте, в сельском хозяйстве и в быту. Нефть добывали и использовали с глубокой древности там, где наблюдались естественные выходы её на поверхность Земли. Археологи установили, что нефть добывали за 5-6

тысяч лет до н.э. Самые древние промыслы известны: на Ближнем Востоке, в районе Мёртвого моря, на берегах Евфрата, на Керченском и Таманском полуостровах [2].

Сегодня в нефтяной отрасли нашей страны осуществляют деятельность не только крупные вертикально интегрированные нефтяные компании (ВИНК), но и малые и средние независимые нефтяные компании (ННК). Данный тип предприятий привлекает к себе существенно меньше внимания, чем нефтяные гиганты. Однако именно средние и малые предприятия в своей деятельности особенно активно используют новые технологии.

Малым компаниям в существующих на сегодняшний день в энергетической отрасли условиях трудно конкурировать с крупнейшими в мире вертикально интегрированными корпорациями, однако их деятельность все же является востребованной на российском рынке. Основная ниша для малого бизнеса в нефтегазовой отрасли – это ведение работ и оказание услуг в той сфере, где крупные игроки считают экономически нецелесообразным ведение деятельности. В первую очередь это относится к разработке месторождений с относительно небольшими запасами полезных ископаемых, а также к трудноизвлекаемым запасам. Подобные месторождения могут как принадлежать самим малым и средним компаниям, так и быть сданы им в аренду более крупными партнерами. Малый бизнес часто берет на себя возобновление ранее замороженных скважин, их ремонт и обслуживание, поставку и установку более современного оборудования. Различные виды экологической деятельности, к примеру утилизация неиспользованных во время производства нефтепродуктов, также входят в сферу интересов малых компаний.

Возникновение малых предприятий как необходимой составляющей в структуре нефтяной промышленности России, неизбежно предопределено следующими объективными факторами:

- изменение сырьевой базы, увеличение роли малых и средних нефтяных месторождений, рост доли трудноизвлекаемых запасов углеводородов, значительные затраты на содержание региональной инфраструктуры;
- отсутствие экономической заинтересованности крупных компаний в разработке отдельных участков месторождений в связи с их низкой рентабельностью, увеличение числа бездействующих скважин;
- необходимость широкого и оперативного внедрения методов увеличения нефтеотдачи (МУН);
- низкий уровень инновационной активности в нефтедобывающей отрасли.

Необходимо отметить, что деятельность малых и средних предприятий осложняется рядом принципиальных проблем:

- В связи с тем, что малые и средние компании зачастую работают на трудноизвлекаемых месторождениях, где добыча полезных ископаемых неминуемо сопряжена с высокой себестоимостью, им приходится затрачивать больше средств на обслуживание скважин, чем крупным корпорациям, в основном предпочитающим работать на месторождениях, где себестоимость добычи как можно ниже.

- Только благодаря внедрению нового и современного оборудования малый бизнес способен вести работы на малоэффективных месторождениях, что влечет за собой дополнительные затраты на покупку и обслуживание этого оборудования.

- Малые и средние компании в основном ориентируются на внутренний рынок, вывозя за рубеж малую часть своей продукции, что обуславливает их зависимость от состояния внутреннего рынка и скачков цен на нем.

- Избыточная налоговая нагрузка. Малые и средние предприятия платят в 1,5 раза больше рентных платежей, чем в целом по нефтегазовой отрасли, поскольку в РФ (как, впрочем, и в некоторых других странах) рентные платежи исчисляются без учета качества месторождений. Напротив, крупные добытчики, используя заниженные внутрикорпоративные цены, сильно занижают налоговые платежи.

- Малые компании, в отличие от крупных игроков, зачастую сталкиваются с проблемой нехватки квалифицированных кадров. Данная проблема усложняется расположением месторождений малого бизнеса в удаленных, труднодоступных районах страны.

Малая компания в среднем эксплуатирует 50 скважин, из которых 25 относятся к малодобитным (0,5 т в сутки, т.е. 3,5 барреля), при этом 60% общего количества добываемой нефти добывается из малодобитных скважин.

Положение малого и среднего бизнеса в нефтегазовой отрасли в России осложняется тем, что на государственном уровне дана не совсем верная оценка его деятельности. В частности, существуют мнения, что независимые нефтяные компании не заинтересованы в сбыте своей продукции на внутреннем рынке, а стремятся лишь достичь мировой арены с целью продажи нефтепродуктов за рубеж. Более того, некоторые специалисты говорят о том, что малый бизнес использует устаревшее и несовершенное оборудование, не позволяющее производить качественные товары.

Заблуждения относительно независимых нефтяных компаний, которые являются представителями малого и среднего бизнеса в нефтегазовой отрасли, приводят к ошибочным выводам и, как следствие, к недооценке эффективности и важности таких компаний для экономики страны.

Широко распространено мнение относительно того, что малый бизнес в нефтяной и газовой сфере – неэффективный собственник капитала и не использует вложенные инвестиции с максимальной отдачей. Подобное мнение в корне ошибочно. Малые компании, не имея такой существенной поддержки, как крупные, стараются извлекать максимум выгоды из любых доступных им средств. Инвесторы не будут финансировать компании, в чьих успехах на рынке они сомневаются, а значит, достижение положительных результатов и поддержание репутации на высоком уровне является первоочередной задачей независимых нефтяных компаний. Все вышеупомянутое подтверждают цифры. К примеру, в 2005 году, когда наблюдался пик экономического роста малого бизнеса в нефте-

газовой сфере, рост объемов добычи нефти по отношению к 2004 г. по вертикально интегрированным компаниям составил 1,5%; по отрасли – 2,5%, а по малым компаниям – 18,9%.

Также в средствах массовой информации активно развивается позиция относительно того, что малые и средние нефтегазовые компании не обеспечивают внутренний рынок России своим сырьем и отправляют всю продукцию на экспорт. Действительно, малый бизнес не имеет собственных нефтеперерабатывающих заводов и может поставлять только сырую продукцию. Однако парадокс заключается в том, что независимые нефтяные компании экспортируют лишь треть всей добытой продукции, в то время как вертикально интегрированные корпорации увозят за рубеж порядка двух третей.

Некоторые специалисты ошибочно аргументируют свою позицию относительно неэффективности малых нефтяных и газовых компаний тем, что они (малые компании) используют давно устаревшие методы и способы добычи сырья, в связи с чем не являются надежными и перспективными партнерами. Но при более глубоком изучении проблемы можно сделать вывод, что в настоящее время малый бизнес наоборот старается использовать самые передовые технологии для улучшения производительности. Как малые, так и средние компании не могут рассчитывать на получение дополнительной прибыли от эффекта масштаба. Именно поэтому первоочередной задачей для них является максимальная отдача от каждой единицы техники и от персонала. Если бы малый бизнес действительно работал с применением устаревших технологий и с использованием несовременного оборудования, он стал бы совершенно неконкурентоспособным. Следовательно, утверждение некоторых экспертов относительно низкого технологического уровня малых независимых компаний является ошибочным. Малый и средний бизнес в нашей стране производит пятую часть валового внутреннего продукта. Вклад малого и среднего предпринимательства в развитие экономики России определяется его гибкостью и мобильностью реагирования на изменение рыночного спроса. Однако почему России столь необходимо развитие малых и средних компаний в энергетической отрасли? Основная причина заключается в том, что 75% всех полезных ископаемых располагаются в мелких залежах, разработка которых не представляет никакого интереса для крупных энергетических корпораций и является уникальной нишей для малого и среднего бизнеса. Для России с её природно-климатическими и территориально-географическими особенностями большое значение имеют выработка и реализация национальной энергетической политики. Её основополагающим моментом является сохранение роли государства в качестве гаранта энергетической безопасности регионов [3].

С целью надёжного удовлетворения потребностей экономики страны в топливно-энергетических ресурсах, необходимо осуществление долгосрочных государственных реформ, предусматривающих:

- повышение надежности энергоснабжения экономики и населения страны;
- снижению вредного воздействия отрасли на окружающую среду;

- повышение эффективности функционирования и обеспечение устойчивого развития энергетики на базе новых современных технологий;
- совершенствование форм организации и участия государства в управлении энергетической отраслью, максимальную регламентацию мер государственного регулирования и повышение их эффективности [1].

Литературы:

1. Фролов П.Е., Загнитко В.Н. Экономика и управление предприятиями нефтегазового комплекса: учебное пособие / Кубанский социально-экономический институт. Краснодар, 2014. – 235 с.
2. Мстиславская Л.П. Основы нефтегазового дела: учебное пособие / Л. П. Мстиславская ; Российский государственный университет нефти и газа им. И. М. Губкина (РГУ Нефти и Газа). – М. : ЦентрЛитНефтеГаз, 2010. – 254 с.
3. Высшая школа экономики [Электронный ресурс]: URL: www.hse.ru/data/2013/

И. КУЦЕНКО
н.р. И.Н. ШАМРАЙ

СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ: ПРОБЛЕМЫ И СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Строительный комплекс Краснодарского края является одним из крупнейших в России, который насчитывает свыше 250 крупных и средних подрядных организаций и предприятий, выпускающих строительные материалы, более пяти тысяч предпринимательских структур. Краснодарский край входит в число лидеров среди регионов России по объемам жилищного строительства. В строительстве на Кубани сегодня работают около 250 тыс. человек, здесь создается более 1/6 валового регионального продукта, ежегодно реализуются десятки серьезных инвестиционных проектов.

Промышленность строительных материалов считается одной из базовых отраслей экономики Краснодарского края. Кубань продолжает сохранять ведущие позиции в стране по объемам производства основных видов строительных материалов: по выпуску цемента – первое место, кирпича и гипсокартонных листов – второе, гипса и бетонной смеси – четвертое, нерудных строительных материалов – шестое, железобетонных изделий – седьмое. Благодаря богатой и уникальной по своему разнообразию минерально-сырьевой базе работа предприятий строительного комплекса Кубани обеспечена запасами основных видов общераспространенных полезных ископаемых примерно на 50 лет.

Строительный комплекс Краснодарского края в масштабе Южного федерального округа по объему инвестиций и строительно-монтажных работ, вводу жилья, выпуску стройматериалов опережает все субъекты ЮФО, а в масштабе страны край входит в десятку регионов по инвестиционной активности и занимает одно из ведущих мест по объемам ввода жилья.

В строительном комплексе Краснодарского края создается 18% регионального валового продукта и формируется до 12% всех налоговых поступлений в

бюджетную систему. В настоящее время в стройкомплексе занято свыше 170 тысяч человек. Основной производственный потенциал составляют 480 крупных и средних подрядных организаций, 90 крупных промышленных предприятий стройиндустрии и промышленности строительных материалов, 27 ведущих проектно-изыскательских организаций и более 7 тысяч предпринимательских структур.

На протяжении последних лет Краснодарский край устойчиво входит в число лидеров по объемам ввода жилья. Важно, что помимо многоэтажного строительства, большое внимание в крае уделяется, учитывая традиции и специфику региона, созданию благоприятных условий для развития малоэтажного индивидуального жилищного строительства. Крупные строительные компании и многочисленные частные застройщики вводят в строй объекты, закладывают новые. Краснодар по-прежнему сохраняет одно из ведущих мест по объемам жилищного строительства в стране. Ежегодно в городе вводится в эксплуатацию более 1 млн. кв. метров жилья. На период 2013-2017 гг. из краевого бюджета в развитие краевой столицы будет вложено почти 28 млрд. рублей. Это позволит городу планировать и системно развивать ключевые сферы жизнедеятельности, требующие значительных капитальных затрат.

Строительный комплекс является одним из трех основных производственных комплексов, который наравне с такими комплексами, как промышленный и сельскохозяйственный, обеспечивает своей продукцией все отрасли и сферы человеческой деятельности.

Особо важную проблему для строительных предприятий представляет разработка концепции, принципов и методов стратегического планирования и управления с целью обеспечения их устойчивого долгосрочного функционирования в условиях конкуренции. Отечественные предприятия нуждаются в достоверной оценке технико-экономического потенциала производства, разработке стратегических решений, реализации системных преобразований, связанных с организацией и управлением предприятием в изменяющихся рыночных условиях. Так же проблема, это нерациональное территориальное размещение производственных мощностей и как следствие — высокие транспортные издержки, которые ложатся на себестоимость и строительных материалов, и строительных работ. И в итоге негативно влияют на стоимость объектов.

Еще одной из важных проблем строительного комплекса Краснодарского края является инвестирование. Значительную долю в этой структуре (в среднем около 50%) занимают инвестиции в строительство и реконструкцию зданий и сооружений. При этом лидером как в абсолютных объемах инвестирования в здания и сооружения (453,5 млрд руб.), так и в доленом отношении (56,8% своей структуры инвестиций в основной капитал) является Краснодарский край. Обновление производственных фондов происходит с меньшей интенсивностью: лидер здесь – Республика Адыгея, что может быть обосновано непропорционально меньшим значением совокупного объема инвестиций в основной капитал (16 млрд. руб.), ввиду чего его долевая структура подвержена конъюнктурным коле-

баниям в зависимости от реализации разовых крупных инвестиционных проектов. Из состава субъектов ЮФО выделяется Ростовская область, в которой снижена доля инвестиций в строительство и реконструкцию зданий и сооружений (31,3% – антилидер в ЮФО) и увеличена доля инвестиций в жилища (27,7% – лидер в ЮФО). Это свидетельствует о наличии разбалансированности в инвестиционной деятельности: инвесторы в меньшей степени развивают новые производства, бытовую и инженерно-транспортную инфраструктуру, нежели в других субъектах и, одновременно, с большим интересом осваивают жилищное строительство. С точки зрения перспектив развития экономической сферы, такая ситуация ведёт к упущению возможностей экономического роста, поскольку строительство производительных (нежилых) объектов должно опережать строительство жилых объектов.

Видовая структура инвестиций в основной капитал по субъектам ЮФО в 2014г., (в процентах от общего объема инвестиций) представлена в таблице ниже:

Субъект ЮФО	Жилища	Здания (кроме жилых) и сооружения	Машины, оборудование, транспортные средства	Прочие
Краснодарский край	21,6	58,2	19,6	3
Республика Адыгея	12,6	38,5	45,5	1,3

Если проанализировать структуру инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в разрезе субъектов ЮФО, можно обнаружить наличие ярко выраженной направленности регионов, но в то же время Краснодарский край и Республика Адыгея обладают большей дифференциацией инвестиционных потоков.

Также положительным стимулом для развития строительного комплекса краснодарского края стала олимпиада в Сочи 2014. Получив импульс от реконструкции транспортно-логистической инфраструктуры и подготовки к Сочинской Олимпиаде, далее инвестиционно-строительный комплекс Краснодарского края стал самовоспроизводиться на расширенной основе. Если в 2005 году в структуре кубанского ВРП доля строительства составляла 9,1%, то в 2009-м году – уже 13,1%, в 2010-м г. – 16,8%, а в 2012 г. – 19,8%. Одним из наиболее наглядных проявлений этого стала опережающая динамика жилищного строительства. Так, в 2013 году величина ввода в действие жилых домов в Краснодарском крае составила 3,9 млн. кв. метров, в то время как в Ростовской области – 2,1 млн. кв. метров, в Волгоградской области – 0,8 млн. кв. метров, в Астраханской области – 0,6 млн. кв. метров, республиках Калмыкия и Адыгея по 0,1 млн. кв. метров.

Во многом высокие темпы жилищного строительства способствовали значительному росту численности населения Краснодара. Так, на 2003 г. население

города составляло 646 тыс. жителей, а на начало 2014 г. собственно городское население в рамках городского округа насчитывало 806 тысяч. В сфере промышленного производства значительные инвестиции, в том числе и в новые предприятия в Западной промзоне г. Краснодара, способствовали высоким темпам (свыше 40% в год) выпуска индустриальной продукции. Так, если в 2011 г. Краснодар находился на 61-м месте в рейтинге крупнейших индустриальных центров, то по итогам 2013 года занял 40-ю строчку с объемом производства 162,8 млрд. рублей. Подобный строительно-индустриальный прорыв позволил городу вплотную приблизиться к Ростову-на-Дону, занимающему 37-ю позицию (объем промышленного производства – 170,6 млрд. рублей), по абсолютным объемам промпроизводства и впервые в истории обойти Ростов-на-Дону по выпуску промышленной продукции на душу населения. Примечательно, что согласно последнему интегральному рейтингу ста крупнейших городов России петербургского института территориального планирования «Урбаника», Краснодар оказался на первой строчке, что во многом было обусловлено именно высоким динамизмом инвестиционно-строительной сферы, в частности обеспеченностью жильем на душу населения и объемами индустриального строительства. Таким образом, пример Краснодарского края демонстрирует, что реализация крупных инвестиционно-строительных проектов (прежде всего стройка в Сочи, модернизация портовых терминалов и активное жилищное строительство) значительно преобразила курортный регион, вывела его на первые места в рейтинге инвестиционной привлекательности, а город Краснодар, благодаря значительным инвестициям в строительство, превратился в межрегиональный деловой центр.

В результате проведенного анализа строительного комплекса Краснодарского края можно сделать вывод, что инвестиционно-строительная деятельность оказывает определяющее значение на преобразование структуры ВПР и создание предпосылок для технологического, качественного роста, перехода к новому технологическому укладу. Так, г. Краснодар трансформируется из аграрно-промышленного региона с развитой рекреацией в индустриально-деловой центр юга России.

А. ЛЕБЕДЕВА
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Р. Кантильон рассматривал предпринимателя как лицо, принимающее решения и удовлетворяющее свои потребности в условиях неопределенности. Прибыли и потери предпринимателя есть следствие риска и неопределенности, сопровождающих его решения. Прибыль зависит от разницы между вполне определенной закупочной ценой факторов производства и той неопределенной ценой, по которой результирующий продукт можно будет продать. Движимый собственными интересами, предприниматель выполняет важнейшую социально-экономическую функцию приведения рыночной системы к равновесию, т.е. к

установлению цен равновесия. По Кантильону, предприниматель - это любой индивид, обладающий предвидением и желанием принять на себя риск, устремленный в будущее, чьи действия характеризуются надеждой получить доход, и готовностью к потерям.

Особенностью предпринимательской деятельности в сфере туризма является то, что предоставление туристских услуг обусловлено договором купли-продажи конкретного тура, согласно которому одна сторона (туроператор, турагент) за согласованную плату обязуется обеспечить предоставление заказанного другой стороной (туристом) комплекса туристских услуг, то есть туристского продукта. Договор на туристское обслуживание заключается по общим положениям договора о предоставлении услуг. В договорах оговариваются: виды услуг и сроки их предоставления, общая стоимость, размер финансовой ответственности туроператора, другие данные, обусловленные характером соглашения. Таким образом, турист, оплатив полный комплекс туристских услуг, сможет с ним ознакомиться только в месте приема.

Предпринимательская деятельность в сфере туризма связана с воздействием на нее внешних эффектов. Суть этих эффектов состоит в том, что производство, формирование, реализация и потребление туристских услуг образуют внешние выгоды для туристского бизнеса различного уровня и направленности. Однако внешние эффекты, создаваемые туризмом, могут быть как положительными, так и отрицательными. К положительным эффектам относятся: доходы нетуристских субъектов предпринимательства, связанные с увеличением реализации товаров и услуг, не входящих в турпродукт; развитие инфраструктуры дестинации в связи с туризмом; увеличение количества рабочих мест и сокращение безработицы; рост государственных доходов за счет получения налогов и пошлин от туристской деятельности. К негативным воздействиям туризма относятся: загрязнение окружающей среды, нанесение ущерба живой природе и ухудшение экологической обстановки в целом.

И, наконец, важной особенностью предпринимательской деятельности в туризме является то, что туристские услуги и турпродукты не могут накапливаться и сохраняться для последующего потребления. Это касается, например, нереализованного места в гостинице, каюте на круизном лайнере, купе в поезде. Если продажа не состоялась, значит, туристское предприятие понесло убытки. Поэтому многие предприниматели предлагают скидки или другие льготы для стимулирования сбыта туристских услуг.

Поскольку туристская деятельность характеризуется совпадением во времени процесса производства и потребления услуг, то туристский бизнес выступает как единая во времени и пространстве система производства и потребления услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов, а предпринимательство в туризме – это совокупность различных видов деятельности, призванных удовлетворять комплекс потребностей туристов и обеспечивать получение прибыли предпринимателям.

Таким образом, туристское предпринимательство предполагает деятельность с целью получения прибыли от производства и реализации турпродуктов или отдельных услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов.

К началу нового тысячелетия коренным образом изменились потребительские запросы людей и возможности их удовлетворения. Изменился рынок как поле деятельности предпринимателя. На рубеже XX-XXI столетий хозяйственная обстановка во всех странах характеризуется максимальной насыщенностью рынка, неустойчивостью структуры спроса, ужесточением конкуренции, необходимостью непрерывного обновления продукции. В этих условиях устойчивость положения предприятий одновременно зависит как от обоснованности технической и коммерческой политики, так и от обеспечения высокой рентабельности хозяйственной деятельности. Хозяйственная практика предприятия должна базироваться на таких требованиях как поддержание низких цен на продукцию (благодаря минимизации затрат), обеспечение безукоризненного качества, соблюдение жестких сроков поставок готовой продукции, выпуск продукции малыми сериями, но в широком ассортименте, поддержание минимальных запасов, быстрая адаптация к новым технологиям и конструкторским идеям. Важным требованием к планированию и управлению предприятием в таких условиях является максимальная гибкость. Этому требованию должны отвечать и технологический аппарат предприятия, и вся система управления его производственно-хозяйственной деятельностью.

На нынешнем этапе развития предпринимательства действие рыночных механизмов приводит к тому, что предприятия малого бизнеса концентрируются в сферах деятельности с низкой фондоемкостью и высокой трудоемкостью, где прибыли традиционно высоки - в сфере услуг и торговле. Социальная сфера, к которой принадлежит также отрасль туризма и гостиничного хозяйства, является одной из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики.

И тем не менее, существуют определенные факторы, отрицательно воздействующие на туризм. Среди них можно выделить:

- экономические и структурные кризисы, которые приводят к спаду во всех отраслях национальной экономики;
- увеличение безработицы и снижение заработной платы, которые вызывают спад платежеспособности населения; в такой ситуации денежные средства расходуются на приобретение товаров первой необходимости, а отдых становится роскошью;
- снижение курса национальной валюты, приводящее к падению покупательной способности рубля и, соответственно, к спаду спроса на туристские услуги;
- невыгодная конъюнктура для туризма, которая выражается преимущественно в государственной политике. Известно, что финансовая и правовая поддержка приоритетных отраслей экономики — мощное стимулирование их развития.

Одна из проблем туризма России - дорогая стоимость отдыха в собственном государстве. Это относится как к высоким ценам на проживание в гостиницах и пансионатах, так и к дорогостоящей авиаперевозке. Не менее актуальна для нашей страны проблема плохой инфраструктуры. Недостаток дешевых гостиниц в России, плохая инфраструктура провинций отпугивает иностранных туристов от посещения нашей страны.

Туристская деятельность в России постепенно преобразуется и развивается. Не смотря на то, что имеющиеся туристские ресурсы применяются не целесообразно, динамика развития туристского рынка России говорит о тенденциях к увеличению числа туристов, и иностранных - в частности.

Для этого в социальной сфере предпринимательства требуется высокая степень индивидуализации обслуживания в соответствии с требованиями потребителя. Таким образом, управление производством в сервисном бизнесе труднее, чем в промышленности, с точки зрения обеспечения эффективности. Чтобы достичь поставленных целей, таким организациям необходимо особое внимание при разработке системы производства и предоставления услуг обратить на переупрофилирование данной системы на инновационный путь с учетом следующих важных факторов:

- 1) месторасположение предприятия в основном определяется месторасположением потребителей, а не исходных материалов;
- 2) необходимо в первую очередь руководствоваться потребностями и желаниями потребителей, а не соображениями эффективности;
- 3) календарное планирование работ зависит в основном от спроса потребителей;
- 4) определение и измерение качества услуг может оказаться затруднительным;
- 5) работники должны владеть навыками общения с потребителями;
- 6) производственные мощности обычно рассчитываются по «пиковому» спросу со стороны потребителей, а не по среднему уровню спроса;
- 7) создание запасов продукции (услуг) в периоды низкого спроса для их использования в пиках спроса обычно не представляется возможным;
- 8) эффективность работы персонала с трудом поддается измерению, поскольку низкая производительность может быть обусловлена отсутствием спроса со стороны потребителей, а не плохой работой персонала.

Технология предоставления услуг состоит из следующих стадий:

- прием клиента и установление контакта;
- выявление потребностей, выслушивание клиента;
- аргументация и предложение услуги;
- прием заказов (заявок) на услуги;
- производство услуг или работ;
- обеспечение удовлетворенности клиента.

С учетом этих факторов и должны прорабатываться вся система компонентов организации и предоставления услуг и внедряться эффективное внутрифирменное управление.

В настоящее время гостиничное хозяйство использует новейшие методы организации производства, рекламы, маркетинга, технологий. Постоянно растет количество средств размещения гостиничного типа самых разных видов и типов - в зависимости от расположения, величины номерного фонда, уровня обслуживания, оказания дополнительных услуг. Эти критерии должны удовлетворять постоянно растущий спрос потребителей. Такое разнообразие подходов к организации гостиничного бизнеса в России и за рубежом в очередной раз подтверждает наличие положительной динамики предпринимательства в гостиничном хозяйстве.

А. ЛОЗОВСКАЯ
н.р. И.Н. ШАМРАЙ

ПЕРЕСТРОЙКА НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА СССР В ПЕРИОД ВОВ

Великая Отечественная Война 1941-1945 – война Союза Советских Социалистических Республик против Германской империи и её союзников (Болгарии, Венгрии, Италии, Румынии, Словакии, Финляндии, Хорватии), решающая часть Второй мировой войны.

Советский Союз принял на себя главный удар всей военной мощи фашистской Германии и ее союзников. К моменту вероломного нападения на СССР гитлеровская Германия имела полностью отмобилизованную армию, милитаризованную экономику и большой опыт ведения современной войны.

Целью нападения гитлеровской Германии на СССР было уничтожение первого социалистического государства, захват и ограбление советских земель, национальное порабощение народов СССР и их истребление. 22 мая 1941 г. Гитлер заявил, что Россия будет быстро уничтожена и что осенью 1941 г. должна начаться бомбардировка американских городов в восточной части США.

Советскому Союзу пришлось перестраивать народное хозяйство на военный лад в период защиты страны от фашистской агрессии. Коммунистической партии и Советскому правительству предстояло решить беспрецедентную в истории задачу – в сложнейших условиях войны в кратчайший срок перевести народное хозяйство на военные рельсы, организовать слаженную военную экономику, превратить в реальную экономическую и военную мощь потенциальные возможности, созданные в СССР за годы мирного строительства и создать военное хозяйство, превосходящее экономику фашистской Германии со всеми ее дополнительными ресурсами, полученными из оккупированных и зависимых государств Европы. При этом Советский Союз мог рассчитывать в основном только на собственные ресурсы, ибо союзники неохотно шли на оказание военно-экономической помощи Советскому государству.

Вся тяжесть обеспечения военных нужд легла на плечи советского тыла. Необходимые для Красной Армии вооружение, боеприпасы, военно-инженерное имущество производились в годы войны на отечественных промышленных предприятиях и из советских материалов. 1941-1945 годы были особым периодом в развитии социалистической экономики миролюбивого Советского государства.

В создании советской военной экономики проявились только ей присущие специфические особенности и закономерности.

С первых дней войны Коммунистическая партия разработала научно обоснованную программу всенародной борьбы против немецко-фашистских захватчиков и экономического обеспечения разгрома врага. В тот трудный час, когда враг вторгся в пределы СССР, Коммунистической партии и Советскому правительству пришлось решать много важных проблем, связанных с организацией отпора врагу и с переходом мирной социалистической экономики на рельсы военной социалистической экономики, осуществить эвакуацию в тыл из угрожаемых районов предприятий, материальных и художественных ценностей, населения и организовать на новом месте массовый выпуск продукции для фронта и народного хозяйства [1].

Первое военное лето было очень трудным. Потребовалось привести в действие все резервы села, чтобы в максимально сжатые сроки убрать урожай и провести государственные заготовки и закупки зерна.

Война оторвала от мирной созидательной работы наиболее трудоспособную и квалифицированную часть сельского населения. Из-за призыва в армию, мобилизации на сооружение оборонительных сооружений, в промышленность и на транспорт, а также из-за временной оккупации части районов страны число трудоспособных в сельском хозяйстве резко сократилось. Фронту было передано большое количество тракторов, автомашин и лошадей, что, естественно, значительно ослабило материально-техническую базу сельского хозяйства. Резко упало и снабжение горючим, запасными частями, смазочными материалами, минеральными удобрениями.

На поля страны вышло поголовно все сельское население – от подростков до стариков. Женщины всегда играли важную роль в колхозах и совхозах, теперь же заботы, возлагавшиеся в мирное время на мужчин, почти целиком легли на их плечи. Сотни тысяч женщин освоили тракторы и комбайны.

Трудовой героизм стал повседневным явлением на колхозных и совхозных полях. В западных районах европейской части страны колхозники, работники совхозов и МТС убирали хлеб нередко под вражеским обстрелом.

В течение последних четырех месяцев 1941 года в Поволжье и на Урале, на базе перемещенных и некоторых вновь созданных предприятий были развернуты 8 танковых, 6 корпусных, 3 дизельных завода. На базе Челябинского тракторного завода вырос мощный танкостроительный завод, заслуженно получивший в народе название «Танкоград». Уральский завод тяжелого машиностроения им. Орджоникидзе в Свердловске стал строить корпуса и башни для тяжелых танков КВ. Группа заводов, среди которых ведущее место занимал Сталинградский тракторный, стала важной комплексной базой танкостроения в Поволжье.

Кроме танков фронту требовались и боевые самолеты. Поэтому принимались срочные меры для ускоренного развития авиационной промышленности. Уже в первом военном полугодии, хотя с перебоями, удалось наладить массовое производство самолетов-истребителей Як-1 и Як7б, пикирующих бомбардиров-

щиков Пе-2, штурмовиков Ил-2. Новые самолеты не только не уступали аналогам противника, но и превосходили их по многим характеристикам.

Также налаживалось производство оружия. 12 июля 1941 года ГКО принял специальное постановление о производстве противотанковых и танковых пушек 45-и и 76-и мм. калибра. Расширялось производство и минометного вооружения. В первый год войны в основном выпускали 82- и 120-мм. минометы. Большое внимание уделялось производству реактивных минометов («Катюш»), которые уже в начале войны своими сокрушительными залпами наводили ужас на врага.

Процесс перестройки экономики осложняло вынужденное отступление Красной Армии. К ноябрю 1941 года враг захватил районы, где выплавлялось примерно 70 % чугуна, почти 60 % стали, где была сосредоточена основная оборонная промышленность.

Благодаря усилиям советского народа к середине 1942 года была завершена перестройка экономики на военный лад. К лету на востоке страны действовало уже 1200 крупных эвакуированных предприятий. Кроме того, было введено в эксплуатацию 850 новых заводов, шахт, электростанций, доменных и мартеновских печей, прокатных станков и других важных объектов.

Летом и осенью возникли новые трудности, связанные, прежде всего с временной потерей южных районов страны и с необходимостью проведения эвакуации из угрожаемой зоны. Сложное положение усугублялось тем, что созданные резервы в мирное время исчерпаны. Чтобы преодолеть диспропорцию, требовалось максимально и рационально использовать внутренние ресурсы, наращивание мощности тяжелой индустрии, усиление темпов промышленного строительства.

Отечественная Война внесла изменения в размещение производительных сил СССР. Основной базой снабжения фронта и военного хозяйства стали восточные экономические районы страны. В 1943 году производство всей промышленной индустрии Поволжья, Урала, Западной Сибири и Средней Азии по сравнению с 1940 годом увеличилось в 2,1 раза. А их доля во всем промышленном производстве СССР выросла более чем втрое. Во время войны на Урале и в Сибири была создана качественная металлургия, обеспечившая потребности военной промышленности [2].

Успехи экономики страны позволили укрепить и усовершенствовать Вооруженные Силы страны. Количество автоматического оружия в действующей армии к июлю 1943 года по сравнению с апрелем увеличилось почти в 2 раза, противотанковой артиллерии - в 1,5 раза, зенитной - в 1,2 раза, танков в 2 раза, самолетов в 1,7 раза. Действующая армия и флот насчитывали к этому времени 6612 человек, имели на вооружении 105 тыс. орудий и минометов, более 10 тыс. танков, свыше 10 тыс. боевых самолетов, более 120 боевых кораблей основных классов.

Большие усилия потребовались от советского народа для преодоления трудностей в сельском хозяйстве, валовая продукция которого снизилась по ряду причин. Колхозники, рабочие совхозов и МТС стремились максимально исполь-

зовать все резервы сельскохозяйственного производства. С огромным напряжением был проведен сев на разоренной земле, освобожденной от врага. Колхозное крестьянство делало, казалось, невозможное для обеспечения фронта и тыла продовольствием. На помощь деревне приходили горожане: летом 1943 года на полях трудились 2,7 млн. жителей городов. Сельское хозяйство обеспечивало Советскую Армию и население продовольствием, а промышленность – сырьем практически без серьезных перебоев.

Победы, одержанные Советской Армией в 1944 году, стали возможными благодаря новым достижениям тружеников тыла. Увеличение размаха наступательных операций Вооруженных Сил, завершение освобождения советской территории, осуществление освободительной миссии стало возможно благодаря сплочению усилий воинов и тружеников тыла, мобилизации всех резервов и возможностей страны.

В 1944 году возникали новые проблемы. Нужно было восстанавливать освобожденные от врага территории. Это требовало колоссальных усилий от людей и больших затрат. Самоотверженно трудились работники транспорта, обеспечивая бесперебойную связь фронта и тыла, выполняя возросшие задачи по перевозке воинских и народнохозяйственных грузов. Грузооборот всех видов транспорта возрос на 15,3 % и в основном удовлетворял потребности страны. В Государственном плане восстановления и развития народного хозяйства на 1944 год и в специальных решениях по отраслям народного хозяйства, экономическим районам, республикам, отраслям, краям и городам были определены основные объекты восстановления, очередность восстановительных работ. Особую заботу люди проявляли о возрождении промышленности Ленинграда, угольных шахт Донбасса, металлургических и машиностроительных заводов Юга страны.

Промышленность и народное хозяйство страны набирало обороты. В 1944 году было выработано 39,2 млн. тон угля, 18,3 млн. тон нефти, произведено 7,3 млн. тон проката и т.д.

Основой побед Советских Вооруженных сил являлись: рост военно-экономической мощи Советского Союза, целеустремленная работа коммунистической партии. 25 марта 1945 года ЦК ВКП(б) и СНК СССР утвердили Государственный план восстановления и развития народного хозяйства на 1945 год. Он предусматривал полное обеспечение потребностей Красной Армии, хотя в целом удельный вес производства военной промышленности сократился. Военные расходы продолжали занимать значительное место, однако по сравнению с предшествовавшим годом они сократились с 52,2 до 42,9 % всех расходов государства.

С начала 1945 года еще шире развернулось Всесоюзное социалистическое соревнование, стимулировавшее развитие технического прогресса и повышение производительности труда. Исключительно большое значение имело внедрение опыта новаторов. Только в танковой промышленности широкое применение передового опыта фронтовой бригады Е. П. Агаркова позволило за четыре с половиной месяца высвободить 6087 человек, а по 23 областям около 19 тыс. квалифицированных рабочих. Большое распространение получило соревнование среди колхозников, работников совхозов и МТС. Весной в него включилось

22450 тракторных бригад.

В первом полугодии значительные результаты были достигнуты в промышленности. Ускоренными темпами продолжала развиваться энергетика. Успехи в области строительства и восстановления энергетической промышленности СССР позволили увеличить выработку электроэнергии. По сравнению со вторым полугодием 1944 года производство в стране основных видов промышленной продукции значительно выросло. Так, было добыто угля больше на 8,6 %, железной руды - на 15,4 %, выпуск чугуна - на 5 %, стали - на 1,7 %, проката - на 5,1 %.

На развитии сельского хозяйства, как и на других отраслях, сказались тяжелые последствия вражеского нашествия и, прежде всего, тяжелый урон, нанесенный гитлеровцами сельскохозяйственным районам европейской части страны. В разоренных, сожженных, разграбленных деревнях повсеместно не хватало рабочих рук, особенно механизаторов, а также машин, техники, скота, семян, удобрений. Восстановление сельского хозяйства на освобожденной от врага территории проходило с огромными трудностями. Однако благодаря руководству партии, труду в основном женщин, стариков и подростков, активной помощи рабочих сельское хозяйство постепенно набирало силу. Успехи в восстановлении народного хозяйства страны позволили Советскому государству уже в 1945 году увеличить производство машин, горючего и минеральных удобрений для сельского хозяйства. Труженики села, несмотря на позднюю весну, организовано провели посевную компанию. При этом впервые за годы войны колхозники сумели выполнить государственный план сева яровых, а работники совхозов даже перевыполнить его. Самоотверженный труд советского крестьянства, усилие механизации в сельском хозяйстве позволили довести посевные площади в последний военный год до 113,8 млн. га, что составило 75 % посевных площадей 1940 года [3].

Достижения советской экономики в годы Великой Отечественной войны были бы невозможны без трудового героизма советских людей. Работая в тяжелых условиях, не жалея сил, здоровья и времени, они проявляли стойкость и упорство в выполнении заданий.

Небывалый размах приобрело социалистическое соревнование за выпуск сверхплановой продукции. Подвигом можно назвать героический труд молодежи и женщин, делавших все необходимое для победы над врагом.

Литература:

1. Чадаев Я.Е. Экономика СССР в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.) – М.: Мысль, 1985. – 388 с.

2. Перестройка народного хозяйства в первые годы ВОВ // Биофайл: научно-информационный журнал: [Электронный ресурс]: URL: <http://biofile.ru/his/26663.html>

3. Народное хозяйство СССР в годы ВОВ: [Электронный ресурс]: URL: <http://all5ballov.ru/abstracts/143272>

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

В современном процессе модернизации и технологического усовершенствования малые и средние промышленные предприятия уже давно играют весьма заметную роль. Они являются движущей силой инновационного экономического развития, в значительной степени определяют экономический рост через создание новых рабочих мест, что критически важно для страны, где безработица остается серьезной проблемой, увеличение инвестиций и экспорта продукции любой страны. Нельзя недооценивать вклад малого и среднего бизнеса в сокращении уровня бедности и обеспечении более равномерного и справедливого распределения национального дохода в развивающихся странах мира. В развитых странах именно малому и среднему бизнесу уделяют внимание в государственном масштабе. Государство поддерживает как деньгами, так и различными льготами в сфере налоговой политики. Например, в Японии, где особенно высоко количество малых предприятий, специально выделяют те из них, которые в условиях рыночной экономики без помощи государства развиваться не могут.

Для такой страны, как Россия, малый и средний бизнес может стать основой экономики, но для начала следует определить те отрасли и сферы экономики, в которых они будут играть решающую роль. Во-первых, это вся сфера услуг, в том числе технические и консультационные услуги, бытовое обслуживание населения. Во-вторых, торгово-закупочные операции, а так же посредническая деятельность.

Основным условием эффективной деятельности малых предприятий в рыночной экономике является конкуренция. Она позволяет сдерживать рост цен на товары и услуги, и побуждает предпринимателей постоянно повышать качество продукции и внедрять новые технологии. В то же время, именно разработка и внедрение инноваций является основой для развития малых предприятий и основой их конкурентоспособности. Сегодня в условиях экономического спада и в будущем в условиях выхода из экономического кризиса, именно инновационное развитие малых предприятий даст необходимые стимулы для развития не только отдельных отраслей экономики, в числе которых немаловажную роль занимает сфера сервиса, но и всей экономики России в целом.

Ключевым, стратегическим фактором обеспечения конкурентоспособности, значение которого неуклонно возрастает, является технологическое перевооружение, оптимизация процесса производства и т. д. Поэтому инновационный вариант экономического развития не имеет альтернатив.

Интенсивность инновационной деятельности во многом определяет уровень экономического развития. Анализ развития экономики показывает, что наиболее прибыльными в настоящее время стали предприятия и отрасли в целом, которые ориентированы на производство высокотехнологичных товаров, таких

как компьютеры и полупроводники, лекарственные средства и медицинское оборудование, средства связи и системы коммуникаций. Освоение высоких технологий в промышленности и выпуск новой наукоемкой продукции являются ключевыми факторами устойчивого экономического роста для большинства индустриально развитых стран мира.

Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений. Как правило, в основе предпринимательской деятельности лежит нововведение в области продукции или услуг, позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности. Инновационное предпринимательство - это особый новаторский процесс создания чего-то нового, процесс хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации. Оно связано с готовностью предпринимателя брать на себя весь риск по осуществлению нового проекта или улучшению существующего, а также возникшую при этом финансовую, моральную и социальную ответственность.

На основе способа организации инновационного процесса в фирме можно выделить три модели инновационного предпринимательства:

1) инновационное предпринимательство на основе внутренней организации, когда инновация создается и (или) осваивается внутри фирмы ее специализированными подразделениями на базе планирования и мониторинга их взаимодействия по инновационному проекту;

2) инновационное предпринимательство на основе внешней организации при помощи контрактов, когда заказ на создание и (или) освоение инновации размещается между сторонними организациями;

3) инновационное предпринимательство на основе внешней организации при помощи венчуров, когда фирма для реализации инновационного проекта учреждает дочерние венчурные фирмы, привлекающие дополнительные сторонние средства.

В настоящее время инновационная деятельность в технологической сфере осуществляется преимущественно на промышленных предприятиях, а также в организациях малого бизнеса. Основными разработчиками нововведений являются организации научно-технологической сферы России – отраслевые научно-исследовательские и конструкторские организации, академические научные организации и вузы, а также сами промышленные и малые предприятия.

Согласно стратегии инновационного развития РФ, к 2020 году количество инновационных предприятий в промышленности должно увеличиться в четырех-пять раз относительно нынешних 9,5 %. Общие расходы на инновацию также должны вырасти к этому сроку в два раза с нынешних 1,8 % ВВП.

Важнейшим сектором реализации знаний, занятости населения и производства доходов в предстоящие 5-10 лет будут базовые отрасли промышленности, транспорта, строительства и аграрного сектора. Именно в этих секторах Россия обладает значительными конкурентными преимуществами, однако именно здесь накопились основные барьеры роста и провалы в эффективности. Интен-

сивное технологическое обновление всех базовых секторов экономики, опирающееся уже на новые информационные нано- и биотехнологии, является важнейшим условием успеха инновационного социально ориентированного развития и успеха страны в глобальной конкуренции.

В настоящее время проекты в сфере высокотехнологичных отраслей и услуг не могут быстро обеспечить значимый вклад в рост ВВП в силу неразвитости этих сфер и недостаточно высокой конкурентоспособности их продукции. Все машиностроительные производства создают около 3% ВВП, тогда как нефтегазовый комплекс и сырьевые отрасли - 28-30% ВВП.

Потенциал вклада в ускорение темпов роста ВВП наукоемкой продукцией и экономики знаний в 2014-2017 годах может сравняться с вкладом традиционных секторов и превысить вклад нефтегазового комплекса. К 2020 году доля нефтегазового комплекса в структуре ВВП сократится до 10-12% (с 18,7% в 2007 году), а вклад сектора экономики знаний и высоких технологий увеличится до 17-19% (с 10,9% в 2007 году).

В среднесрочной перспективе особенно высок потенциал роста (в том числе путем импортозамещения) среднетехнологичного производства - пищевой промышленности, промышленности строительных материалов, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, а также экспортно ориентированных химической промышленности и цветной металлургии. Нахождение оптимального баланса между экспортом и внутренним потреблением углеводородов создаст условия для мощного развития нефте- и газохимии.

Наибольшими потенциальными конкурентными преимуществами в высоко- и среднетехнологичных секторах Россия обладает в сфере оборонного производства (авиационной, судостроительной, ракетно-космической промышленности и т.д.). Однако отставание гражданских высоко- и среднетехнологичных отраслей (электроники, гражданского авиастроения, автомобилестроения и др.) не только лишает российскую промышленность перспективы прорыва на мировых рынках и эффективного импортозамещения, но и создает в долгосрочной перспективе угрозу утраты имеющихся заделов в оборонном производстве.

В этих условиях государство вынуждено принимать активные усилия не только по модернизации оборонного комплекса, но и стимулировать развитие двойных технологий, технологическое обновление таких массовых секторов экономики, как автомобилестроение, транспортное машиностроение и станкостроение, которые имеют решающее значение для повышения среднего технологического уровня промышленности и импортозамещения.

Необходимые изменения в структуре производства могут произойти только при расширении масштабов конкуренции, внедрении инноваций при ведении бизнеса, формировании как мощного слоя малого и среднего предпринимательства, так и крупных российских компаний, играющих значимую роль на мировых рынках.

Литература:

1. Повышение национальной конкурентоспособности России / Федеральный портал protown.ru: [Электронный ресурс]: URL: <http://protown.ru/information/hide/7449.html>
2. Рахимова М. Инновационное предпринимательство – кластерный подход [Текст] / М. Рахимова // Молодой ученый. – 2014. – №11. – С. 226-230.
3. Ельмеева И. Г. Инновационное предпринимательство в России: положение среди мировых лидеров инновационной деятельности [Текст] / И. Г. Ельмеева // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 296-299.
4. Кошелева Т.Н. Инновации и конкурентоспособность малых предприятий // Глобальный экономический кризис: реалии и пути преодоления. СПб.: Институт бизнеса и права, 2009

В. НОВИНСКАЯ
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА В СССР В ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД

На фронтах, в тылу врага, в концентрационных лагерях погибло более 25 млн. советских граждан. Многие сотни тысяч людей были изувечены и не могли вернуться к полнокровной человеческой жизни. Страна потеряла лучшие производственные кадры, было приостановлено техническое обеспечение производства, резко сократился товарно-денежный оборот.

13 сентября 1945 г. газета «Правда» опубликовала сообщение Чрезвычайной государственной комиссии по установлению и расследованию злодеяний немецко-фашистских захватчиков. Оккупанты разграбили, разрушили и сожгли на территории СССР 1700 городов, более 70 тыс. сел и деревень, лишили крова 25 млн. человек. Было выведено из строя около 32 тыс. промышленных предприятий, 65 тыс. км. железнодорожной колеи, 13 тыс. железнодорожных мостов, 16 тыс. паровозов, свыше 400 тыс. вагонов. Фашисты разграбили и разорили 98 тыс. колхозов, около 2 тыс. совхозов, 3 тыс. машинно-тракторных станций, похитили 17 млн. крупного рогатого скота, 47 млн. овец, коз, свиней. За годы войны сельское хозяйство СССР лишилось 7 млн. лошадей, 137 тыс. тракторов и многого другого. Этот список занимал несколько газетных страниц.

Материальный ущерб составлял 679 млрд. руб., что примерно равно суммарным капиталовложениям СССР за первые четыре пятилетки. Если же учесть расходы нашей страны на перестройку промышленности на военный лад, ведение войны и потери доходов районов, захваченных фашистами, то ущерб составлял 2 трлн. 596 млрд. руб. Для сравнения – все доходы государственного бюджета в 1940 г. равнялись 180 млрд. руб.[1].

Первоочередной экономической задачей послевоенного времени было восстановление разрушенного народного хозяйства. Техническая оснащенность колхозов была сведена фактически до нуля. Сбор урожая зерновых составил половину от показателей предвоенных лет. В связи с колоссальными людскими по-

терями, преимущественно мужчин трудоспособного возраста, кадровый потенциал страны существенно понизился. По оценкам западных экспертов, восстановительный период в СССР должен был продлиться около 15-20 лет. Между тем, в феврале 1946 г. И.В.Сталин заявил о необходимости в течение трех пятилеток добиться трехкратного превышения уровня объемов промышленного производства предвоенного времени. Он подчеркнул, что «только при этом условии можно считать, что наша Родина будет гарантирована от всяких случайностей». Уже по плану пятилетки 1946-1950 гг. объем валовой продукции должен был превзойти предвоенные показатели на 48%. Стратегия переориентации экономики на мирные рельсы выразилась в упразднении 4 сентября 1945 г. Государственного Комитета Оборона. Проводилась широкая демобилизация. Однако вследствие начавшейся «холодной войны» глобальной демилитаризации советской экономики не произошло.

Посредством действия комплекса факторов, среди которых первостепенное значение принадлежало энтузиазму победителей в войне (например, неостановившееся движение «скоростников»), мобилизационным мерам руководства (включая принудительный труд заключенных), репарациям из Германии, за четвертую пятилетку довоенный экономический потенциал фактически был восстановлен. Конечно, это был трудовой подвиг страны. Способом изыскания дотаций на осуществление экономического рывка послужила денежная реформа, проведенная на основании постановления от 14 декабря 1947 г. «О проведении денежной реформы и отмене карточек на продовольственные и промышленные товары». Реформа носила конфискационный характер, отразившись на материально преуспевающих слоях населения. Старые деньги подлежали обмену по курсу 10:1. Вклады в сберегательные кассы в размере свыше 3000 руб. переоценивались в пропорции 2:1. Хотя в 1947 г. карточки на продукты питания в СССР были отменены (в первой из стран, существенно пострадавших от войны), твердые цены повысились в 2,5-3,5 раза [2].

Улучшение материального положения широких слоев населения обеспечивалось снижением розничных цен на предметы потребления массового спроса и на бытовые услуги. В госторговле ежегодно в апреле снижались цены. Если их уровень до отмены карточной системы распределения принять за 100%, то на 1 марта 1949 г. их индекс составлял 71%, на 1 апреля 1954 г. – 43%, и все же цены более чем на 1/3 превышали довоенный уровень. От снижения цен в большей степени выигрывали люди с высокими заработками: работники торговли, общественного питания, различных заготовок, материального снабжения, а также служащие аппаратов органов управления [1].

Война тяжело отразилась и на состоянии сельского хозяйства. В деревнях почти на треть сократилось число трудоспособного населения, уменьшились посевные площади, была уничтожена значительная часть скота, предельно износилась сельскохозяйственная техника. Крупнейшие заводы сельскохозяйственного машиностроения - Сталинградский и Харьковский тракторные, Ростсельмаш за годы войны оказались почти полностью разрушенными. Единственным средством выживания крестьянства стало личное подсобное хозяйство, которое даже

выросло за годы войны. Глубочайший кризис, переживаемый сельским хозяйством, усугубила катастрофическая засуха 1946 г., поразившая наиболее плодородные регионы страны - Поволжье, Северный Кавказ, Центральную черноземную область, Украину и Молдавию. В 1947 г. в эти районы приходит голод, что также усиливает массовый отток людей из деревни.

Трудности восстановления сельского хозяйства усиливались налоговой политикой государства. Оно по-прежнему выкачивало из села все средства для промышленности. Если города восстанавливались за счет государственных средств, то деревни - за счет средств самих колхозов. Помощь государства колхозникам выражалась в поставках сельскохозяйственной техники, за которую они расплачивались сельскохозяйственной продукцией по очень высоким ценам. Колхозы не разрешалось подключать к государственным электростанциям. Они должны были строить свои, на которых себестоимость электричества была намного выше. В результате, хотя к 1953 г. 22% колхозов было электрифицировано, все же большинство крестьянских изб освещалось свечами и даже лучинами. Крестьяне не были материально заинтересованы в производительном труде, а колхозный труд все более носил принудительный характер. Закупочные цены на продукты крестьянского труда были в десятки раз ниже розничных цен на них. Кроме того, денежный налог с личного подсобного хозяйства за 1940-е годы увеличился почти в 5 раз. Налоговый гнет сопровождался силовым давлением на крестьян. Даже в условиях засухи и неурожая государство заставило колхозы и совхозы сдать более половины собранного хлеба, обрекая тем самым их на голодное существование. Между прочим, значительная часть этого хлеба по льготным ценам была вывезена в страны народной демократии. Чтобы лишить крестьян иных источников дохода и заставить работать на колхозных полях, велось наступление на личное подсобное хозяйство. За уклонение от трудовой деятельности их выселяли в отдаленные районы на принудительные работы.

Несмотря на ограбление крестьянства, к концу четвертой пятилетки довоенный уровень сельского хозяйства был восстановлен. Его валовая продукция в 1950 г. составила 97% от уровня 1940 г. Однако и после этого кризисное положение в сельском хозяйстве сохранялось. Некоторые положительные изменения наметились лишь с середины 1950-х годов [3].

Таким образом, задача послевоенного развития советской экономики заключается в том, чтобы в ближайшие годы восстановить в освобожденных районах СССР хозяйство, разрушенное немецкими оккупантами, и существенно превзойти на всей советской территории довоенный уровень производства. Решая задачу восстановления и дальнейшего мощного развития народного хозяйства СССР, был сделан значительный шаг вперед в экономическом развитии общества и в осуществлении генеральной идеологической хозяйственной задачи – догнать и перегнать в экономическом отношении главные капиталистические страны.

Литература:

1. Федеральный портал [Электронный ресурс]: URL: <http://protown.ru/information/hide/5986.html>
2. Центр научно-политической мысли и идеологии [Электронный ресурс]: URL: <http://rusrand.ru/analytics/stalinskaja-modernizatsija-v-sssr-poslevoennyj-period>
3. Экономическое развитие СССР в послевоенный период / Отечественная история [Электронный ресурс]: URL: <http://mf096.narod.ru/index/0-37>

А. ПОЗИГУН
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ В ТРУДАХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ УЧЕНЫХ

По мере развития хозяйственной системы общества представления о содержании конкуренции, которая является одним из основных аспектов процесса функционирования рыночного механизма, постепенно эволюционировали. Можно выделить ряд крупных этапов, которые прошла теория конкуренции [4].

Проявление конкуренции как социально-экономического явления общества можно проследить еще в античности и средневековье. Для этого периода развития человечества характерно в ведении хозяйства отказ от родовых традиций и переход к рабовладельческой системе хозяйствования, что предопределило развитие товарно-денежных отношений как основы конкуренции. Экономические проблемы становятся объектом специальных исследований того времени в работах Катона, Сократа, Колумеллы, Ксенофонта, Варрона, Платона, Аристотеля.

Мыслители греческой цивилизации отмечают стремление индивидуумов к богатству и наживе, причем последнее осуждается философами. Присутствие конкуренции во взаимоотношениях между домохозяйствами и между индивидуумами объективно обусловлено появлением товарно-денежных отношений, товарного типа хозяйств.

Мыслители того времени не говорят о конкуренции как о социально-экономическом явлении экономики, но в своих работах они подразумевают, что в процессе хозяйствования и обмена в основе поведения индивидуумов лежит стремление к «наживе», а современная экономическая литература утверждает, что именно это стремление лежит в основе конкурентного поведения субъектов хозяйствования. Таким образом, можно сделать вывод, что в экономическом поведении субъектов хозяйствования того времени присутствовали элементы конкурентного поведения, а именно борьба за право владения богатством, под которым в более поздний период понимали деньги [3].

Второй этап развития конкуренции – этап господства совершенной (свободной) конкуренции – начинается с повсеместным развитием капиталистических отношений (конкуренцией охватываются не только товары, но все факторы общественного производства: рабочая сила, земля, средства производства) и продолжается до 1870-х годов.

В зарубежной экономической литературе такую конкуренцию называют чистой: она свободна от вмешательства государства, рынок свободен от монополий. Участники рыночных сделок имеют достаточную и неискаженную информацию о качестве товаров, ценах и выгоде торговли. Этот этап считается классическим в экономической науке, основоположниками представлений об этом этапе были А. Смит, Д. Рикардо, А. Курно, Дж.С. Милль, К. Маркс и многие другие экономисты, уделившие большое внимание проблемам конкурентного соперничества на рынке [4].

Отправной точкой в развитии классических представлений о конкуренции стал фундаментальный труд А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», изданный в 1776 г. Смит вводит широко известное в среде экономистов понятие «невидимой руки» рынка, которое описывает конкуренцию, как нечто необходимое для успешного функционирования экономики, способствующее наиболее эффективному распределению ресурсов и предпринимательского капитала. Преследуя эгоистичные цели, связанные с желанием получить как можно большую отдачу на вложенный капитал, предприниматели стремятся направить его в те сферы хозяйства, где вследствие товарного дефицита можно получить больший доход. Тем самым удовлетворяются общественные потребности в дефицитном благе, а капитал применяется наиболее производительно. Таким образом, в представлении Смита конкуренция – нечто естественное, не требующее государственного регулирования. Историческая узость взглядов великого классика проявилась, однако, в том, что рассматривалась только ценовая конкуренция.

Представитель неоклассического направления экономической мысли, А. Маршалл, рассматривал модель совершенной конкуренции, которая рассматривалась как совокупность большого числа независимых друг от друга участников рынка. Неотъемлемыми чертами такой конкуренции выступали:

- отсутствие входных барьеров на рынок;
- выпуск технически однородной продукции;
- отсутствие возможности участников рынка влиять на цены;
- осведомленность участников рынка о состоянии рыночной конъюнктуры.

А. Маршалл считал монополию полной противоположностью конкуренции. Либо одно существует на рынке, либо другое. А если свободная конкуренция – это оптимальное состояние экономики, то монополия как ее антипод – такая организация, которая уменьшает общественное благосостояние.

Существенный вклад в развитие модели совершенной конкуренции внес К. Маркс, который разграничил внутри- и межотраслевую формы конкуренции, определил их содержание, а также предположил, что капиталистическая конкуренция основывается на разнице между стоимостью товара и издержками его производства [4].

Таким образом, к началу XX века в экономической науке складывается статическая модель конкуренции и монополии как двух полярных состояний рынка, между которыми не существуют промежуточные состояния [1].

Но уже в начале 20-х гг. XX века представления о конкуренции меняются, выдвигая на историческую сцену теорию несовершенной конкуренции.

Следствием усилившейся монополистической организации бизнеса и хозяйственной жизни стал продолжавшийся в течение 1929-1933 гг. мировой экономический кризис. Проблемы несовершенного рынка, представленного монополизированными структурами хозяйствующих субъектов, из числа представителей неоклассической экономической мысли почти одновременно рассмотрели в своих работах профессор Гарвардского университета Э. Чемберлин и профессор Кембриджского университета Дж. Робинсон. Их теории стали, несомненно, важным успехом ученых-экономистов XX в.

В 1933 г. на противоположных берегах Атлантики американец Э. Чемберлин и англичанка Дж. Робинсон издали свои книги, назвав их соответственно «Теория монополистической конкуренции» и «Экономическая теория несовершенной конкуренции».

При всей несхожести данные произведения объединяют достаточно глубокий анализ и осмысление действия рыночного механизма при обстоятельствах, нарушающих (исключающих) условия свободной конкуренции.

Согласно теории Э. Чемберлина, вместо нереальной, являющейся искусственной абстракцией, категории «чистая конкуренция» правомерно вести речь о конкуренции монополистической, когда продавцы при этом всегда сохраняют возможность конкурировать между собой, манипулируя ценой и контролируя ее уровень, и быть хозяином «на своем рынке».

Во-вторых, введенное им понятие «монополистическая конкуренция» стало альтернативой понятию «чистая конкуренция». Ведь при монополистической конкуренции рыночная структура представлена достаточно большим числом продавцов и на деятельность одной фирмы не влияет эффективность деятельности другой соперничающей с ней фирмы; покупатели предпочитают ту продукцию, разнородность которой обусловлена торговой маркой и прочими качественными характеристиками конкретного продавца; «дифференцированный продукт», т.е. ту или иную марку продукта, являющегося близким субститутом, имеет возможность производить любой «новый» продавец или, как говорят, «вход» в отрасль или в рынок группы товаров не ограничен.

В-третьих, если прежде «классики» и «неоклассики» решающим условием экономического роста считали чистую конкуренцию и конкретная борьба допускалась только на слитом воедино рынке, то, по теории Э. Чемберлина, конкуренция имеет место и в условиях монополии на базе «дифференциации продукта», когда у товаров одного и того же вида возникают особые свойства и покупатель получает возможность выразить свое предпочтение одному из товаров этого вида.

В-четвертых, если «классики» и «неоклассики» вытеснение чистой конкуренции монополией видели в затухании ценовой борьбы, то, на взгляд Э. Чемберлина, конкурентная борьба всегда имела место между конкурентами-монополистами, проявляясь через развитие и ценовой и неценовой конкуренции, обусловленной совершенствованием качества продукта и рекламы.

В-пятых, суждения Э. Чемберлина впервые навели исследователей идей экономического либерализма на мысль о том, что не существует ни чистой конкуренции, ни чистой монополии, что монополистическая по своей сути конкуренция может иметь место и при достаточно большом количестве продавцов, обостряясь по мере увеличения взаимозаменяемости соперничающих товаров [5].

Для Дж. Робинсон же совершенная конкуренция остается идеалом рыночной экономики, а любые отклонения от подобного идеала в реальности должны быть соответствующим образом скорректированы с помощью государственной политики. Робинсон первой указала связь между совершенной конкуренцией и ценовой эластичностью рыночного спроса фирмы.

Исследуя монополию, Робинсон выделяет отрасли, где конкуренция невозможна в силу технологических особенностей (масштаба производства в первую очередь): железнодорожный транспорт, электроэнергетика, газовая промышленность. Это те отрасли, которые позже будут названы «естественной монополией» [1].

Австрийский экономист Йозеф Шумпетер (1883-1950) основным фактором развития считает инновации - изменения в способах производства и реализации товаров; нововведение - есть стержень конкуренции нового типа, гораздо более действенной, чем традиционная ценовая конкуренция. Любое нововведение, по его словам, порождает ситуацию монополистической конкуренции. Механизм конкуренции вытесняет с рынка предприятия, использующие устаревшие технологии и выпускающие не пользующуюся спросом продукцию.

Механизм, очищающий экономику от всего отжившего, Шумпетер назвал «созидательным разрушением». Конкуренция ведет к открытию нового товара, новой технологии, нового источника сырья или нового типа организации. Эта конкуренция, с одной стороны, обеспечивает существенное сокращение издержек и повышение качества продукции, но с другой стороны, «она угрожает существующим фирмам незначительным сокращением прибылей и выпуска, а полным банкротством» [8].

Наконец, последний этап в развитии конкуренции – этап современной конкуренции, начавшийся примерно после Второй мировой войны и продолжающийся до настоящего времени. Этот этап характеризуется тем, что конкуренция не только не уступила место монополии, а возродилась с усиленной энергией. Главное отличие конкуренции на данной стадии от существующей в эпоху «классического» рынка состоит в том, что современная конкуренция имеет более выраженный, чем прежде, социальный характер [9]. При этом важной характеристикой является поддержка конкуренции со стороны государства через регулирование посредством антимонопольного законодательства, контролирование соглашений между крупными компаниями, что препятствует появлению недобросовестной (нечестной) конкуренции.

Существенный вклад в развитие теории конкуренции внес американский экономист Майкл Портер (1947). Он обобщил взгляды различных экономических школ и предложил собственную модель пяти конкурентных сил, которые

формируют структуру отрасли. Эта модель может помочь найти конкурентное преимущество, позволяющее компании занять более выгодную позицию. Профессор М. Портер выделил 5 сил (угроз), которые влияют на компанию в отрасли:

1) риск входа потенциальных конкурентов: создаёт опасность прибыльности компании (если этот риск мал, компания может повышать цену и увеличивать доходы) и зависит от высоты барьеров входа в отрасль;

2) соперничество существующих в отрасли компаний;

3) возможность покупателей «торговаться»: представляет угрозу давления на цены из-за потребителей;

4) давление со стороны поставщиков: заключается в их угрозе поднять цены, вынуждая компании снизить количество поставляемой продукции, а, следовательно, и прибыль;

5) угроза появления заменяющих продуктов: существование полностью заменяющих продуктов - серьезная конкурентная угроза, ограничивающая цены компании и её прибыльность.

М. Портер не представляет себе свободный рынок без правительства, выступающего «в роли катализатора и искателя нового; оно должно вдохновлять – или даже подталкивать – компании к повышению своих стремлений и движению к более высоким уровням конкуренции» [6].

Существенный вклад в развитие теории конкуренции внес русский экономист Фатхутдинов Раис Ахметович. Им разработана теория стратегической конкурентоспособности, суть которой заключается в обосновании необходимости прогнозирования каждого параметра конкурентоспособности на основе «дерева целей» (показателей конкурентоспособности) применительно к совокупности объектов конкурентоспособности: персоналу, товару, услуге, организации, отрасли, региону, стране.

Фатхутдинов Р.А. разработал механизм действия закона конкуренции как динамики удельной цены группы конкурирующих товаров и услуг по их моделям; расширил представления о методах конкуренции, не только ценовых и неценовых, но и на основе повышения качества сервиса потребителей объекта, снижения эксплуатационных затрат, повышения качества процессов управления, комплексной конкуренции предложил методики нормирования и оценки стратегической и фактической конкурентоспособности персонала, товара, организации и других объектов [10].

Новое слово в науке сказал также другой российский экономист-математик Е.Е. Слуцкий (1880-1948). Он внес крупный вклад в развитие маржинализма, создал теорию сбалансированного бюджета потребителя, суть которой состоит в том, что, выбирая товары, потребитель ориентируется не только на полезность того или иного блага и его цену, но постоянно соразмеряет объем и структуру запросов со своим доходом (бюджетом). Тем самым Слуцкий придал маржинальной теории потребительского поведения более реалистичный характер. Если до этого экономисты больше анализировали желания потребителя, то теперь требовалось сопоставлять эти желания с возможностями (бюджетом) потребителя [7].

На стыке XX-XXI вв. подходы к изучению сущности и роли конкуренции воплощаются в новых концепциях стратегического менеджмента, когда разрабатывают и реализуют на практике различные способы достижения лидерства компании на рынке. Итак, эволюцию взглядов экономистов на проблему конкуренции вкратце можно сформулировать следующим образом. Первоначально формируется модель совершенной конкуренции и разрабатываются черты конкурентного рынка. Совершенная конкуренция являлась неким эталоном, отклонения от которого расцениваются негативно. Представлялось, что монополия, как антипод свободной конкуренции, снижает эффективность экономики. Постепенное развитие теории конкуренции приводит к пониманию того, что конкуренция и монополия настолько переплетены, что целесообразнее говорить о монополистической конкуренции - такой структуре, где в каждый момент присутствуют черты и монополии и конкуренции. Складывается принципиально новый взгляд на структуры рынка. Затем, становится понятным, что фирме, чтобы одержать победу в конкурентной борьбе необходимо обладать не только конкурентным преимуществом, но и применять методы стратегического планирования.

Литература:

1. Гуляев Г.Ю. Эволюция теории конкуренции // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. 2012. №28. С.317-321.
2. Гридчина А.В. Генезис теории конкуренции и конкурентоспособности [Электронный ресурс]: URL: <http://www.e-rej.ru/Articles/2006/Gridchina1.pdf>
3. Кравцевич С.В. Историко-экономические взгляды на формирование представлений о конкуренции. Монография. – Чита: ЧитГУ, 2011. – 146 с.
4. Полусмакова Н.С. Развитие концепций конкуренции: эволюционный подход // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. 2011. № 1 (18), с. 13-19
5. Ядгаров Я.С. История экономических учений: Учебник для вузов. 3-е издание. – М.: ИНФРА-М, 2000. - 320 с.
6. Портер, М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с
7. Информационный портал «Большая библиотека» [Электронный ресурс]: http://www.eng.ru/ekonomika_i_ekonomicheskaya_teoriya/vklad_rossijskix_ucheniy_v_razvitie.html
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982. 864 с.
9. Дмитриева, М. В. Роль конкуренции в микроэкономических процессах переходного периода : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / М. В. Дмитриева. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 1998. – 168 с.
10. «Микроэкономика: теория и российская практика», под ред. А.Г.Грязновой и А.Ю.Юдановым, М., КноРус, 2007, 37 п.л. (в Соавторстве), семь изданий с 1999 г.

ВНУТРЕННИЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРИМЕРЕ КОРПОРАЦИИ «CHRYSLER»

Под внутренним антикризисным менеджментом понимается действующая на постоянной основе система, направленная на предупреждение, выявление и преодоление кризисов предприятия; внутренний антикризисный менеджмент предусматривает образование внутреннего антикризисного подразделения (службы) предприятия, которая реализует функции внутреннего антикризисного консалтинга руководителя кризисного или потенциально кризисного предприятия.

Внутренний антикризисный менеджмент главной своей целью имеет минимизацию убытков и ущерба, которые вызваны внезапными и тлеющими кризисами предприятия.

Внутренний антикризисный менеджмент служит для решения таких задач, как прогнозирование кризисов предприятия, их выявление, предотвращение и преодоление их негативных последствий.

Практика внутреннего антикризисного менеджмента основана на утверждениях:

1. Ущерб от кризиса предприятия может быть минимизирован в том случае, если кризис выявлен на ранней стадии и антикризисным менеджером своевременно приняты меры по недопущению перехода кризиса в самую неблагоприятную и опасную острую стадию;

2. Для недопущения перехода кризиса из начальной стадии в острую необходимо после того, как обнаружен кризис, незамедлительно реализовывать превентивно разработанный антикризисный план;

3. Для превентивной разработки плана антикризисных мероприятий анализируемый кризис следует включить в ранжированный перечень рисков.

Организационным обеспечением внутреннего антикризисного менеджмента выступает специальное антикризисное подразделение (отдел, управление, служба) предприятия, которое создается на постоянной основе и выполняет функции внутреннего консалтинга руководителя предприятия.

Цель статьи – рассмотреть антикризисные меры, проводимые корпорацией «Chrysler» под руководством Лидо Энтони «Ли» Якокка.

Лидо Энтони «Ли» Якокка – американский менеджер и промышленник. Был президентом «FordMotorCompany» и председателем правления корпорации «Chrysler». Ли Якокка родился в городке Аллентауне, штат Пенсильвания в семье итальянских иммигрантов. В 1939 г. Якокка заболел ревматизмом, в те времена болезнь считалась почти неизлечимой, но Ли впоследствии поправился. Из-за перенесённого заболевания, Ли Якокку не взяли в армию. По окончании школы Якокка поступил в Лихайский университет. Через некоторое время его пригласили на учёбу в Принстонский университет.

В 1980-х гг. Якокка пишет книгу о своей жизни «Карьера менеджера». В мемуарах он очень остро и откровенно рассказывает о Генри Форде II (внуке основателя компании FordMotorCompany) и о взаимоотношениях в компании, подробно рассказывает о своей жизни и объясняет свою мотивацию при принятии судьбоносных решений для Форда и Крайслера.

Ли Якокка начал свою карьеру в корпорации «Ford» в качестве инженера, но вскоре ему захотелось работать менеджером. Через некоторое время Якокке удалось стать одним из директоров корпорации «Ford». Именно Якокка разработал легендарный «FordMustang», а также принимал активное участие в организации работы по внедрению малолитражных переднеприводных автомобилей, одним из которых стал «FordFiesta». Именно Якокка одним из первых придумал систему покупки автомобилей в кредит. 13 июля 1978 г. был уволен из «Ford» Генри Фордом 2-м, несмотря на то, что уже на тот момент считался одним из талантливейших менеджеров в США.

После увольнения из корпорации «Ford» Якокке поступило предложение от корпорации «Chrysler», в то время находящейся на грани банкротства. Якокка смог досрочно вернуть правительству США займ в размере 1,2 млрд. долл., погасив его раньше срока на 7 лет.

В корпорации отсутствовала целостная система финансового контроля. Никто во всей корпорации не имел полного представления о том, как составляются финансовые планы и отчеты, и не мог дать ответа на простейшие вопросы, касающиеся ее финансового положения. В верхних эшелонах власти отсутствовала организационная дисциплина и элементарный порядок.

Компания функционировала отнюдь не как целостная корпорация. Она состояла из скопления малых фирм, каждая из которых управлялась своим авторитарным директором, причем ни один из них не обращал внимания на то, что делали другие.

В корпорации сложился нездоровый нравственный климат – люди были запуганы, морально подавлены, нравственные ценности у многих утрачены. Отсутствовал контроль за сохранением промышленных секретов, что породило промышленный шпионаж в значительных размерах. Безопасность в части сохранения секретов и имущества не была обеспечена.

Все вице-президенты не соответствовали своему назначению и пользовались известностью как игроки в гольф, а не как специалисты по автомобильному делу.

Низкий профессиональный и моральный уровень персонала непосредственно сказывался на неутешительных хозяйственных итогах. Доля «Chrysler» на американском автомобильном рынке продолжала снижаться, терялась клиентура. Проведенные исследования показали, что почти 2/3 покупателей были недовольны автомобилями «Chrysler», воспринимали их как чопорные и скучные. Срочно требовались новаторские модели.

Корпорация столкнулась еще с одной крупной проблемой – отсутствием заказов со стороны дилеров. На заводских площадках не хватало места для раз-

мещения новых автомобилей. Их количество достигло уже 100 тыс., запас готовой продукции составлял почти 600 млн. долл. В это же время наличность корпорации стремительно сокращалась. Издержки, связанные с хранением таких запасов готовой продукции, исчислялись астрономическими цифрами. Машины стояли под открытым небом и медленно приходили в негодность. «Я понимал, что корпорация «Chrysler» не сможет стать прибыльной, – писал Л. Якокка, – если мы не избавимся от этой системы, причем раз и навсегда. Я знал также, что добиться этого нелегко... они сочли меня фантазером».

Перед вновь назначенным руководителем стоит много очень сложных проблем, но на первом месте – проблема подбора персонала, создание единой сплоченной команды. Подбором сотрудников на высшие должности в органы управления фирмы Ли Якокка занимался лично.

Первым делом Якокка занялся поиском специалиста в области финансов. По его мнению, на эту должность подходил Джералд Гринуолд. Он был менеджером агрессивного типа, имел опыт самостоятельной работы и постоянно пытался вырваться из чисто финансовой деятельности. Якокке не сразу удалось уговорить Гринуолда. Проявив настойчивость, он добился его согласия на переход в «Chrysler». Когда Якокка окончательно убедился в его способностях, то обратился к нему с предложением занять новую должность при условии, что тот подберет на свое место столь же квалифицированного специалиста. Гринуолд сразу же привел Стива Миллера, который был его главным финансовым менеджером. В роли руководителя финансового отдела корпорации Миллер оказался великолепным участником созданной Якоккой команды менеджеров.

Третьим членом команды стал Хэл Сперлих. Он работал в корпорации уже два года и знал в ней положение дел. Основным его занятием было выявление хороших работников, которых прежнее руководство компании не замечало. На низших этажах управления было много талантливой молодежи. Это в значительной мере облегчало решение кадровых проблем.

Следующим своим шагом Якокка решил вернуть из отставки бывших менеджеров компании «Ford». Из этой группы Якокка первым пригласил Гэра Локса, которого он знал как крупного специалиста в области маркетинга и в сфере организации отношений с дилерами. Но Якокку привлекали не только профессиональные знания и опыт Гэра: он принадлежал к тому сорту людей, с которыми все любят общаться, выпить стаканчик, доверительно поговорить. Якокка надеялся, что Локс сумеет добиться улучшения отношений корпорации с дилерами. Помимо Гэра, Якокка пригласил знакомых ему профессионалов, которые понимали его с полуслова.

Следующим шагом стал подбор уникального специалиста в области качества автомобилей. Якокка привлек для этой работы Ханса Маттиаса, хорошо известного ему по работе в компании Ford, где тот работал главным конструктором. Его специальностью был контроль за качеством. За полтора года он заметно укрепил дисциплину в организации производства на предприятиях «Chrysler». Большую роль в повышении качества автомобилей сыграл другой специалист в

этой области - Джордж Бате, который уже служил в корпорации до прихода Ли Якокки. Для него был создан специальный отдел контроля за качеством.

Проблемами качества продукции корпорации активно и плодотворно занимались Дин Дог, Стив Шарф, которых привели из других компаний, где они раньше работали. Сложилась команда из опытных и молодых производственников и управленцев и все они хорошо сработались. Это оказался тот уникальный сплав, который столь быстро обеспечил возрождение качества автомобиля.

Кроме решения проблемы качества продукции перед руководителем корпорации стояла неотложная задача налаживания службы материально-технического снабжения. На этот самый сложный участок работы Ли Якокка пригласил еще одного вышедшего в отставку бывшего фордовского менеджера Пола Бергмозера, который на протяжении 30 лет в должности вице-президента курировал материально-техническое снабжение. Это был человек жесткого и новаторского склада, обладающий способностью изыскивать десяток способов сделать то, что любой другой объявляет неосуществимым.

Будучи сам специалистом по маркетингу, он пригласил знакомых ему профессионалов, которые понимали его с полуслова.

В качестве основных качеств, по которым он отбирал сотрудников, Ли Якокка выделял талант, энергию, трудолюбие, многолетний опыт. О набранном персонале сам Ли Якокка говорил: «Каждый из них обладал многолетним опытом и желанием этот опыт использовать... Я знал, что они относятся к тому сорту людей, которые откликаются на призыв и готовы подать руку помощи... Это были энергичные люди, обладающие твердым характером и большим мужеством».

Литература:

1. Деятельность Ли Якокки в крупнейшей корпорации Крайслер [Электронный ресурс]: URL: http://cribs.me/antikrizisnoe-upravlenie/deyatelnost-li-yakokki-v-krupneishei-korporatsii-kraisler_
2. Антикризисное управление: конспект лекций / Е. Бабушкина, Л. Верещагина, О. Бирюкова. Электронная библиотека «Грамотей» [Электронный ресурс]: URL: http://www.gramotey.com/?open_file=1269016894

А. ХОКОН
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ТУРИЗМЕ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Поскольку туризм является межотраслевой сферой экономики, сфера туризма влияет на любое государство или город. Туризм стал существенной потребностью современного человека, от которой опытный путешественник не сможет отказаться даже в результате влияния экономических или политических угроз.

В последнее время значение инноваций постоянно возрастает, так как практика бизнеса заставляет каждую компанию вводить разнообразные новшества и рационализировать производство для повышения собственной конкурентоспособности.

Более точным и адекватным считается толкование инновации в туризме с позиций объектно-процессного подхода. Инновации в туризме – это разработка, создание новых туристских маршрутов, проектов и т.д. с применением достижений науки, техники IT-технологий, а также передового опыта в областях управления и маркетинга, внедрение которых позволит повысить уровень занятости населения, обеспечить рост его доходов, ускорить социально-экономическое развитие и улучшить туристский имидж страны и регионов [8].

Необходимым условием экономического роста и повышения качества жизни любой страны является инновационная активность, которая проявляется через инновационные процессы. Инновационные процессы представляют собой целенаправленную деятельность по созданию, освоению в производстве и продвижению на рынок продуктовых, технологических и организационно-управленческих новшеств [3].

Основные принципы инноваций в туризме представлены на Рисунке 1

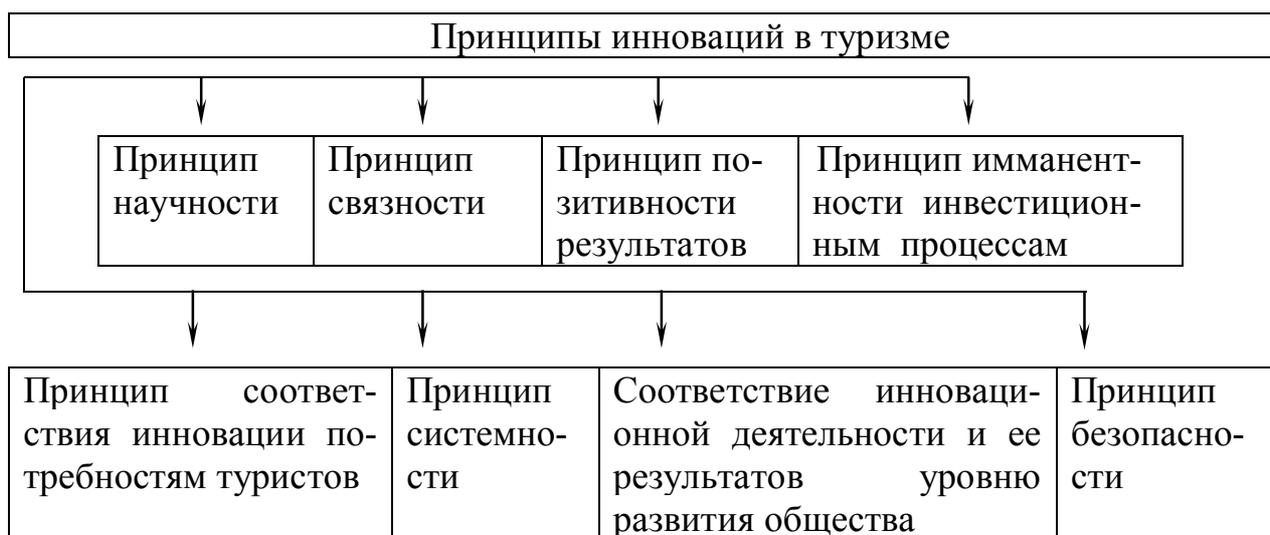


Рисунок 1 – Принципы инновации в туризме

Инновационная деятельность – комплекс научных, технологических, организационных, финансовых, коммерческих мероприятий, которые приводят к инновациям. Деятельность является инновационной, если в нее приносятся новые знания, технологии, приемы, подходы для получения результата, который широко востребован в обществе.

Рычагами влияния государства на инновационную деятельность туристских организаций являются: предоставление налоговых льгот инновационно активным организациям, установление приоритетных направлений развития

науки. Основу инновационной деятельности во всех секторах экономики составляет реализация достижений научно-технического прогресса. Сказанное в полной мере относится и к сфере социально-культурного сервиса и туризма [1].

Основные направления инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства:

- выпуск новых видов туристского продукта, ресторанного продукта и т.д.;
 - использование новой техники и технологии в производстве традиционных продуктов;
 - использование новых туристских ресурсов, ранее не использовавшихся.
- Уникальный пример – путешествия туристов на космических кораблях [4].

Для того, чтобы учесть совокупность всех этапов деятельности в период от поиска новых идей до их использования, коммерциализации и распространения, следует ввести понятие «инновационный цикл» (Рисунок 2)

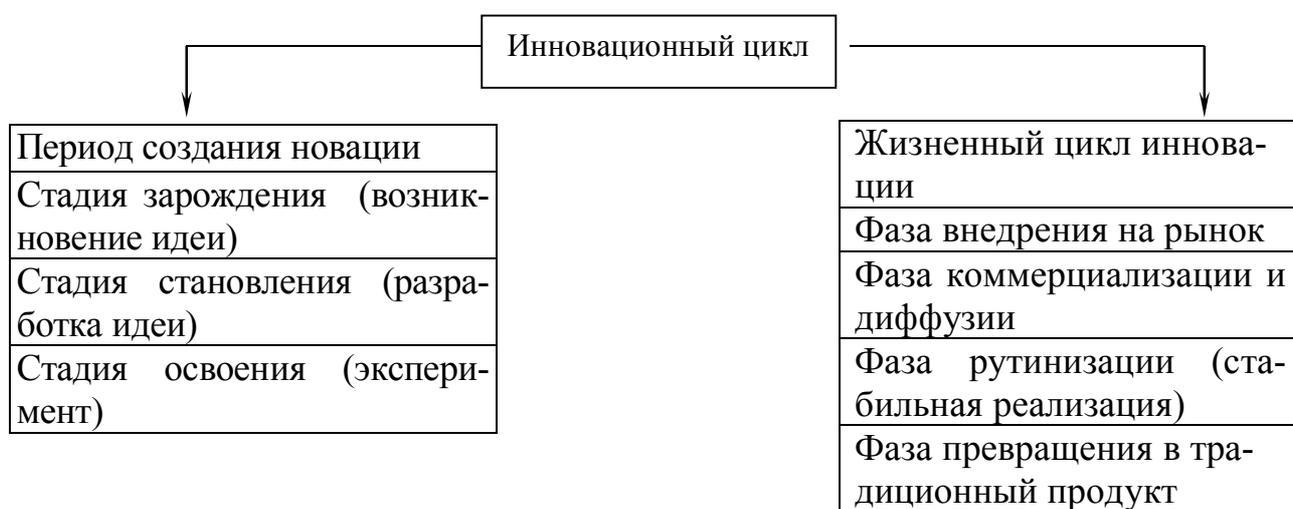


Рисунок 2 – Схема инновационного цикла

Появление полимерных, композитных и других новых материалов привело к появлению новых видов одежды и обуви, нового спортивного и иного снаряжения, новой тары и упаковки и т.д. Новые материалы стали материальной основой экстремального туризма, способствовали развитию водного, горного и ряда других видов туризма. Современная аудио-видео-техника существенно изменила технологию менеджмента. Управление переводится в режим реального времени и т.д.

Таким образом, инновационная деятельность в сфере туризма направлена на создание нового или изменение существующего продукта, на совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых рынков, внедрение передовых информационных и телекоммуникационных технологий и современных форм организационно-управленческой деятельности.

Российская цивилизация, как известно, развивалась преимущественно по экстенсивному пути. Исчерпав источники экстенсивного развития, цивилизация начинает развивать новые технологически приемы, наступает интенсивное развитие техники и технологии, базирующееся на научно-технических новациях,

осуществляемых за счет новых технологий. Особенности исторического развития российского общества, такие как революции, войны, репрессии, волны миграций, негативно подействовали на генофонд нации.

Значительную роль в создании благоприятного инновационного климата, а значит, мотивации к инновационной деятельности, играют система образования и средства массовой информации. В настоящее время в Российской Федерации большое внимание уделяется государственной политике в сфере внутреннего и въездного туризма [3].

Развитие туризма имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. Россия располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Прделана большая работа в сфере развития туризма. Стали наиболее доступными для иностранных туристов такие перспективные районы, как Дальний Восток, Сахалин, Курильские острова, Урал, Север России и т.д. Регулярно проводятся международные отраслевые выставки, форумы по различным перспективным для России видам туризма, созданы профессиональные образовательные стандарты, а также идет работа по формированию положительного имиджа страны в сфере туризма.

Была проделана большая работа для организации проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 г. в г. Сочи.

Стоят новые задачи перед сферой туристских услуг в связи с вхождением в состав Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и г. Севастополя.

«Стратегия 2020» полностью учитывает мировые тенденции и современное состояние отрасли в сфере экономики, культуры, работы с детьми и молодежью, содействия занятости сохранения природных и культурно-исторических ресурсов нашей страны. Стратегия является неотъемлемой частью Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. №1662-р, и полностью коррелирует с задачами государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы, продолжая реализовывать запланированные в предыдущие годы мероприятия в сфере туризма [5].

В мировой практике используются различные виды налоговых льгот, стимулирующие инновационную деятельность:

- предоставление налогового кредита;
- «налоговые каникулы» в течение нескольких лет на прибыль, полученную от реализации инновационных проектов;
- снижение ставок налога на прибыль и т.д.

В настоящее время можно выделить 3 типа моделей инновационной деятельности развитых стран:

1) ориентация на лидерство в науке, реализация крупномасштабных проектов (США, Англия, Франция);

2) ориентация на распространение нововведений, создание благоприятной инновационной среды (Германия, Швеция, Швейцария);

3) ориентация на стимулирование нововведений, рационализация всей структуры экономики (Япония, Южная Корея).

Рассмотрим опыт организации инновационной деятельности на примере нескольких стран.

Органами государственного регулирования в США являются:

- Американский научный фонд;
- Американский научный совет;
- Министерство обороны;
- Национальная академия наук и т.д.

Большинство структур финансируется из федерального бюджета. Государство стимулирует создание новых венчурных фирм и исследовательских центров. Наиболее эффективные фирмы могут в первые 5 лет частично или полностью финансироваться из федерального бюджета.

Следует также отметить практику бесплатной выдачи лицензий на коммерческое использование изобретений, запатентованных в ходе бюджетных исследований и являющихся собственностью федерального правительства [2].

Ключевую роль в инновационной деятельности Японии играет Министерство внешней торговли и промышленности (МТВПТ). Имеется долгосрочная программа инновационного развития страны, осуществляется стимулирование прикладных исследований, закупок лицензий за рубежом.

Долгосрочная цель государственной политики Японии – превращение страны из «имитатора» и «рационализатора» в творца технологий. Приоритетное направление – информационные системы, биотехнологии, новые материалы. Государство не только определяет стратегию общего и отраслевого развития промышленности и внешней торговли, но и имеет в своем распоряжении достаточно большой арсенал средств и методов, позволяющих конкретизировать эту стратегию. Помимо традиционных экономических и административных методов, японские государственные органы широко используют и косвенные методы:

- целевое распределение финансовых ресурсов, предоставляемых частными банками;
- содействие предприятиям в приобретении передовой иностранной технологии;
- контроль за научно-техническим обменом с зарубежными странами [6].

Самый быстрый рост туристских прибытий был зарегистрирован в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Данные Всемирной туристской организации при ООН показывают, что туристы отдают предпочтение маршрутам в пределах их собственного региона, в частности 4 из 5 туристских прибытий в мире происходит в пределах одного региона.

Таким образом, можно сказать, что сфера туризма постоянно развивается в последние годы. В настоящее время стоит задача сохранить достигнутые результаты, усовершенствовать качественные стороны организации туристских программ.

На развитие туризма влияют технологические уклады экономики, социальное и культурное состояние общества, новые знания, приобретаемые людьми. В наше время туризм превратился в ведущую экономическую отрасль, он прямо или косвенно связан со многими отраслями производства. И не только связан, но и активно влияет на их развитие, причем это влияние приносит экономическую выгоду, намного превышающую прямые доходы от туризма. Именно поэтому базовой инновацией, внедряемой сейчас во многих странах мира по инициативе Всемирной туристской организации, является система комплексной оценки экономического эффекта от туристской деятельности – вспомогательный счет туризма.

Литература:

1. Инновационный менеджмент. Ученик для вузов / Под ред. С.Д. Ильенковой. 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
2. Квартальнов, В.А. Стратегический менеджмент в туризме. Современный опыт управления [Текст] / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2010.
3. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010.- 244с.- (Туризм и сервис).
4. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. Учеб. заведений/ 3 –е изд., испр. и допол. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. №94-р г. Москва «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс] URL: m.rg.ru/2014/06/09/turizm-site-dok.html
6. Издательство «Креативная экономика»: [Электронный ресурс]: URL: www.creativeconomy.ru

В. ЦЫБИНА
н.р. Е.А. ГРИГОРЬЕВА

ПОТЕРИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В ВОЕННЫЙ ПЕРИОД 1941-1945 гг.

22 июня 1941 г. фашистская Германия вероломно напала на СССР. Преимущество врага в личном составе, качественном превосходстве в авиации, просчеты руководства нашей страны в подготовке к отражению агрессии - этого оказалось достаточно, чтобы посредством внезапного массированного удара достичь на начальном этапе войны существенного стратегического превосходства на главных направлениях военных действий. Под натиском наступающего противника части Красной Армии вынуждены были отступать, неся большие потери в живой силе и технике.

Одной из важнейших оборонных задач сельского хозяйства Краснодарского края являлось снабжение армии кондиционным конским поголовьем, повозками, упряжью. К октябрю 1941 г. из края в действующую армию было отправлено более 42 тыс. лошадей. Уменьшение механической и живой тягловой

силы вело к увеличению нагрузки на оставшийся рабочий скот и несло с собой дополнительные трудности земледельцам.

Однако благодаря самоотверженному труду хлеборобов, помощи городского населения Кубань в целом справилась с осенними полевыми работами 1941 г. и поставками сельхозпродукции. Только на 1 сентября 1941 г. колхозы и совхозы края сдали государству 1057 тыс. тонн хлеба, а затем заготовки достигли 1 381 850 тонн. Хотя этот показатель несколько меньше 1940 г., но все же самый высокий в стране по сравнению с другими краями и областями.

Повсеместно в колхозах и совхозах возросла нагрузка на каждый трактор, на каждую лошадь, не хватало механизаторов, особенно квалифицированных. Все силы были брошены на ремонт имеющейся техники. В МТС, совхозах, колхозах создавались комсомольско-молодежные ремонтные бригады (в колхозах края их трудилось более 2000), систематически проводились воскресники, декадни, месячники по ремонту машин и сельхозинвентаря. Колхозники и механизаторы работали не жалея себя. В Павловской МТС слесари Гладков, Ренков при выполнении задания по трое-четверо суток не покидали территорию мастерской. Слесари Федоров, Соломка, Семенчук выполняли нормы на 300-500 процентов. Повсеместно развернулась работа по выявлению и сбору запчастей, инструмента, металла для ремонта техники. Только в 24 районах края со 2 по 20 февраля 1942 г. было собрано 178 640 разных деталей, 12 170 штук инструмента, 56 тонн металла и ремонтного материала. Благодаря этому план ремонта тракторов в крае удалось выполнить на 97 процентов.

Из края только к 20 июля 1942 г. было вывезено 10 тыс. вагонов хлеба, отогнано свыше 942 тыс. голов скота, эвакуировано 6000 тракторов. 28 июля 1942 г. военный совет Северо-Кавказского фронта принял постановление о подготовке к уничтожению запасов хлеба, горючего, скота и других ценностей в случае невозможности их вывоза.

Наступающие вражеские войска помешали эвакуировать многие предприятия. Пришлось спешно вывести из строя 38 промышленных предприятий Краснодар, 755 скважин нефтепромыслов, 11 компрессорных установок, нефтепровод. Наступали черные дни оккупации.

В конце весны 1942 г. гитлеровское верховное командование сосредоточило основные усилия на южном крыле советско-германского фронта, делая ставку на захват нефтяных районов Кавказа и плодородных областей Дона, Кубани, Ставрополя. Под ударами вермахта наши войска вынуждены были отступать, и к середине июля вражеские соединения вышли в большую излучину Дона, создав угрозу прорыва к Волге и на Кавказ. 17 июля 1942 г. начался оборонительный период Сталинградской битвы, продолжавшийся до 18 ноября 1942 г. Двадцать четвертого июля, овладев Ростовом-на-Дону, гитлеровцы начали стремительно развивать наступление на Сталинградском направлении. Одновременно часть немецкой группировки приступила к выполнению плана по захвату Кавказа. Замысел врага по захвату Кавказа был изложен в директиве гитлеровского командования № 45 от 23 июля 1942 г., условное наименование «Эдельвейс», и состоял в том, чтобы окружить и уничтожить наши войска южнее и юго-

восточнее Ростова и овладеть Северным Кавказом. Затем предполагалось обойти Главный Кавказский хребет с запада и востока, одновременно преодолеть его с севера через перевалы. Для выполнения этих задач предназначалась группа армий «А». Двадцать пятого июля противник развернул наступление на Сальском, Ставропольском и Краснодарском направлениях. Началась битва за Кавказ. В ней выделяется два этапа: оборонительный (25 июля - 31 декабря 1942) и наступательный (1 января - 9 октября 1943) - операции, проведенные советскими войсками с целью обороны Кавказа и разгрома вторгшихся в его пределы немецко-фашистских войск.

В ходе тяжелых, кровопролитных боев войска Сталинградского и Донского фронтов, проявив стойкость и массовый героизм, не позволили вермахту с ходу овладеть Сталинградом. На Кавказском направлении войска Северо-Кавказского и Закавказского фронтов совместно с Черноморским флотом также в тяжелых и оборонительных боях сорвали планы германского командования по захвату Кавказа. Но враг смог во второй половине августа оккупировать почти весь край, за исключением Адлерского, Геленджикского, Шапсугского (с 24 мая 1945 г. - Лазаревского) районов, городов Сочи, Геленджик, Туапсе.

Оккупация Кубани - одна из самых трагических страниц ее истории. Еще до захвата районов края гитлеровцы направили на Северный Кавказ большую группу инженеров и экономистов, составивших специальный «экономический комитет по Кавказу».

Новоявленные сельхозкоменданты и их местные прихвостни в станицах и на хуторах распространяли листовки и воззвания, в которых говорилось, что простым людям немцы ничем не грозят, что если пострадают - так это только евреи и коммунисты, что немецкие войска, наконец, «освободили крестьян от цепей большевизма», сделают их «настоящими собственниками земли», что теперь они будут работать «только на себя и для своих детей». В этих же воззваниях и листовках станичников призывали собрать скорее урожай, провести сев озимых, вспашку зяби, помочь немецким властям найти спрятанные запасные части и детали к тракторам и комбайнам. В то же время сельские жители без особого разрешения не могли выезжать за пределы своей местности, а также продавать свои продукты. Оккупанты изымали у крестьян в нужном для них количестве продовольствие, фураж, скот. Девятого августа 1942 г. вражеские войска заняли Краснодар. Фашистская оккупация столицы Кубани длилась до 12 февраля 1943 г. Это было самое страшное время за всю историю Краснодара. Мученической смертью погибли 13 тысяч жителей города, из них более 7000 были умерщвлены в душегубках. Это 6-7-тонные крытые грузовики с дизельными двигателями, оббитые внутри железом и снабженные в задней части кузова двустворчатой герметически закрывающейся дверью. На полу имелась решетка. Через нее по специальной трубе в кузов поступали отработанные газы, содержащие окись углерода высокой концентрации. Запертые в машине люди задохались и умирали в мучениях.

Особенно свирепствовала в городе «зондеркоманда СС-10 А». Она занималась розыском и уничтожением «подозрительных» людей, а также попавших

в плен командиров и политработников Красной Армии, выявляла и репрессировала евреев. Кстати сказать, Нюрнбергский международный военный трибунал признал преступными организациями элитные органы нацистской партии и госбезопасности (штурмовые отряды - СА, охранные отряды - СС, службу безопасности - СД, государственную тайную полицию - гестапо). Все, кто служил в этих органах, виновные в убийствах и грабежах мирных жителей, объявлялись вне закона, а срок их преследования был неограничен.

В истории всех войн, шедших ранее, ни одна армия не разрушала так методично и планомерно, так жестоко и хладнокровно захваченные чужие города, как это делали гитлеровские войска. Специальные команды факельщиков для поджога зданий, взрывателей для уничтожения не только промышленных и железнодорожных объектов, но и театров, музеев, школ, больниц впервые создала германская армия.

Ущерб, причиненный Краснодару, был огромен и составлял свыше двух миллиардов рублей (в довоенных ценах). В развалинах лежали заводы имени Седина и Калинина, «Октябрь», нефтеперегонный, мельницы и хлебозаводы, шорно-седельная фабрика, электростанция, водопровод, железнодорожная станция и речная пристань. Было разрушено и сожжено 807 домов, среди них 420 крупных зданий, в том числе 127 производственных, 98 общественных, 66 культурно-просветительных и 120 жилых. Сожжены четыре вуза с оборудованием лабораторий и библиотеками, театры драматический и музыкальной комедии, Дворец пионеров, почти все школы, клубы, кинотеатры.

Город был превращен в груды развалин. В оборонительных боях пострадало большинство домов мирных жителей. Люди вынуждены были жить в подвалах и землянках. С первых дней «нового порядка» на улицах Новороссийска появились виселицы. 15 сентября 1942 г. гестаповцы привезли к клубу имени Маркова 20 девушек-комсомолок и казнили их. 16 сентября 1942 г. они согнали к зданию гестапо более 1000 неблагонадежных жителей, посадили на автомашины, вывезли на Суджукскую косу и расстреляли. За время своего господства в городе немцы уничтожили более 7000 раненых и больных советских воинов, а также тех, кто их укрывал. Более 32 тысяч жителей были вывезены из города: часть - на работы в Германию, часть - в оккупированные районы, часть - в пригородные концлагеря. Для уничтожения неугодного населения проводились всевозможные «филтрации, экзекуции, ликвидации». Гитлеровцы постоянно совершенствовали технику массового убийства людей, создавая крематории, «бани особого назначения», «газовые автомобили». В Ейске фашистские душегубы отравили газами 214 детей Ейского детского дома. Дети пытались бежать, их ловили и вталкивали в машины смерти. Операция по удушению детей продолжалась два дня. Всего в крае во время оккупации погибло около 62 тысяч человек.

Освобождение Кубани началось 21 января 1943 г. с изгнания фашистов с территории Успенского района. 12 февраля советские войска освободили Краснодар.

Полностью Краснодарский край был очищен от немецко-фашистских захватчиков к 9 октября 1943 г.

В освобожденных от фашистских оккупантов районах сразу же началось воссоздание партийных, советских, комсомольских органов. В тех условиях это было залогом успешного возрождения народного хозяйства, нормализации жизни людей, их мобилизации на всемерную помощь фронту.

Восстановление народного хозяйства началось уже в ходе наступательной операции наших войск, хотя и было сопряжено с колоссальными трудностями, так как Краснодар и другие освобожденные территории продолжали оставаться прифронтными районами, подвергались вражеским бомбардировкам. К примеру, в результате налета фашистской авиации на Краснодар 30 мая 1943 г. были разрушены часть помещений трамвайного парка, центральный склад, поврежден в нескольких местах рельсовый путь, оборваны провода. Для восстановительных работ не хватало электроэнергии, строительных материалов, оборудования, инструментов, транспорта, квалифицированных рабочих. Силы и средства отвлекались на строительство Краснодарского оборонительного рубежа. Люди жили очень трудно, не хватало продовольствия, жилья, одежды.

Край на протяжении всей своей истории не знал таких массовых разрушений, которые были предусмотрены фашистскими главарями. В директиве Гитлера от 4 сентября 1943 г. «О разрушениях при отступлении с Кубани» приказывалось: «Все полезные противнику сооружения, места расквартирования, дороги, искусственные сооружения, плотины и т. д. должны непременно разрушаться. Новороссийский порт должен быть так разрушен и загрязнен, чтобы он долгое время не мог быть использован русским флотом; к разрушению также относится минирование местности; противник должен получить совершенно негодную на долгое время, необитаемую, пустынную землю, где в течение месяцев будут происходить взрывы мин». Тактика «выжженной земли» - порождение германского фашизма. Это первый в истории человечества прецедент в официальной политике одной из воюющих сторон по отношению к другой.

В груды развалин были превращены Новороссийск и Армавир. Огромные разрушения были в Краснодаре, Тихорецке, Ейске, Майкопе, Кропоткине.

По мере расширения восстановительных работ все острее ощущалась потребность в кадрах. В крае возобновили работу 11 ремесленных и железнодорожных училищ, 16 школ ФЗО с общим контингентом учащихся 7496 человек. Уже к концу первого года своей деятельности они выпустили для предприятий промышленности и транспорта 1558 квалифицированных молодых рабочих. Только в период с февраля по декабрь 1943 г. на краткосрочных курсах, действовавших непосредственно на промышленных предприятиях, в колхозах, совхозах и МТС, было подготовлено около 40 тысяч рабочих кадров различных специальностей и повысило квалификацию 17 тысяч человек.

В 1944-1945 гг. все отделения Северо-Кавказской железной дороги, находившиеся на территории края, справились с государственными заданиями по перевозке грузов.

Боевые действия, оккупация нанесли огромный ущерб сельскохозяйственному производству Кубани. С территории края фашисты вывезли около 1,5 млн тонн продуктов сельского хозяйства и сырья. На 1 апреля 1943 г. в крае было

учтено только 647 исправных тракторов, остальные нуждались в восстановительном, капитальном или текущем ремонте. По сравнению с дооккупационным периодом более чем в два раза сократилось количество рабочих лошадей, более чем в три раза - крупного рогатого скота. После освобождения совсем не осталось никакого скота в 20 колхозах Абинского района, в 14 - Славянского и т. д.

Исключительно трудная обстановка сложилась в 1943 г. с семенами зерновых. В период оккупации ценный сортовой материал был вывезен, расхищен или смешан с рядовым зерном. Сортового хозяйства практически не стало. Колхозы и совхозы освобожденных районов совсем не имели семенных фондов. Чтобы не сорвать сев, был организован сбор зерна у населения.

Новыми трудовыми успехами ознаменовали земледельцы края последнюю военную весну. Кубанцы выступили не только инициаторами Всесоюзного социалистического соревнования за высокий урожай 1945 г. и образцовое проведение весеннего сева, но и за наивысшие показатели работы на тракторах. На полях Кубани весной 1945 г. работало 480 тракторных бригад, 2880 молодежных звеньев высокого урожая. Большинство из них успешно справились с производственными заданиями. Ударным трудом ответили земледельцы Кубани на долгожданную весть о капитуляции фашистской Германии.

Литература:

1. История Кубани: Краснодарский край. Республика Адыгея. – М.: Дрофа; ДиК; Перспективы образования, 2013
2. Кубань в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 / Адм. Краснодар. края.– Краснодар, Периодика Кубани, 2014
3. Кубань в Великой Отечественной...1941-1945. – Краснодар: ГУП «Печатный двор Кубани», 2012

С. ЧЕРНИКОВ
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ В СФЕРЕ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ

Практически все, что мы видим, и все, с чем соприкасаемся в сфере профессиональной деятельности, учебы и т.д. – это товары. Продукты питания – товар, знание и информация – товар (в случае коммерческого вуза), передвижение по городу с помощью вспомогательных средств передвижения – тоже товар. Каждый день мы пользуемся либо общественным, либо личным транспортом для передвижения из одного конца города в другой, и за это нам приходится платить. Если это общественный транспорт – мы платим сугубо за проезд, а если личный – то за само транспортное средство, топливо для него, техническое обслуживание и т.д. Но для человека, который рассматривает время как ценный экономический ресурс, несомненно, выгоднее иметь личное транспортное средство, нежели передвигаться на общественном транспорте. При наличии своего собственного автомобиля вас не волнует, в котором часу вам надо ехать, потому что у него нет расписания движения и можно поехать в любое время суток в отличие от, например, трамвая, который имеет собственное расписание движения и не

ходит по своему маршруту ночью. Вы также имеете полную свободу направления передвижения и большую скорость передвижения.

Итак, мы имеем товар в виде личного автомобиля, который мы готовы приобрести. Но современный рынок автопроизводителя представляет собой сложную конкурентную среду, в которой сталкиваются ценовые и неценовые инструменты манипуляции потребительским мнением. В среде товаров одной ценовой категории будет присутствовать неценовая конкуренция в виде рекламы, формирования репутации фирмы, наличие или отсутствие рекламаций потребителей. Для чего нужна эта конкуренция? Для того, чтобы, выбирая автомобиль, клиент получил не просто товар, удовлетворяющий потребность в передвижении, а результат своеобразного естественного отбора на рынке. Можно рассматривать абсолютно любые типы и виды автомобилей, предназначенные для разных целей, от простого малолитражного автомобиля для передвижения по городу, до автомобилей в десятки раз больше, например, карьерные самосвалы. Остановимся на автомобилях среднего и выше среднего классов, семейных седанах, универсалах и хэтчбэках и деловых автомобилях бизнес-класса. Ценовой диапазон семейных автомобилей варьируется, в основном, от 400 до 750 тыс. руб. за новый автомобиль и от 100 тыс. руб. за автомобиль, бывший в употреблении. Бизнес класс, разумеется, будет стоить намного дороже – от 700 тыс. руб. и выше.

Любой автопроизводитель, выпуская новый семейный автомобиль, предлагает покупателю «большой багажник, вместительный салон и небольшой расход топлива». В качестве примера рассмотрим такой распространенный на наших дорогах автомобиль как KiaRio, стоимостью 450 тыс. руб. в стандартной комплектации. Предлагается широкий спектр возможностей и дополнительных опций, сравнительно мощный и надежный мотор для данного класса автомобилей с небольшим расходом топлива. С точки зрения безопасности тормозная система обеспечивает действительно быструю остановку автомобиля на многих типах покрытия. С точки зрения конкурентоспособности на данный период времени, с учетом нестабильности цен на рынке, данный автомобиль хоть и продается немного по завышенной цене, но так или иначе компания Kia полностью соблюдает соотношение цена/качество. Этот автомобиль адаптирован для российских дорог, имеет крепкую подвеску, вместителен, надежен и ремонтоспособен. Судя по отзывам на различных Интернет-ресурсах (при допущении их объективности), автомобиль приходит в негодность при условиях, что водитель неаккуратен и не соблюдает правила эксплуатации, не следит за техническим состоянием транспортного средства. Во всех остальных аспектах автомобиль полностью отвечает запросам покупателя. Явным конкурентом KiaRio является NissanAlmera. Этот автомобиль находится в том же ценовом сегменте, что и Rio, а его стоимость за стандартную комплектацию составляет столько же – 450 тыс. руб. Без какого-либо аналитического сравнения Ниссан выигрывает хотя бы благодаря истории марки и ее репутации. На успешность продаж и конкурентоспособность влияет также общеизвестный факт, что ремонт и техобслуживание автомобилей Nissan сравнительно дешевле, чем у конкурентов в данном сегменте

– Kia, Hyundai, Opel, Renault и др. Надежность, закрепленная многолетней историей, сегодня играет на руку компании Nissan, которая по сей день получает прибыль от покупателей и клиентов. Но вернемся к рассмотрению автомобиля Almera. Компания акцентирует внимание в первую очередь на безопасности автомобиля и его надежности, во вторую – позиционирует товар через агрессивный и современный дизайн. Машина неприхотлива в эксплуатации, надежна и не требует больших затрат в техническом обслуживании. Из-за меньшего, чем у соперника, веса, но с аналогичным двигателем, большей динамикой, расход Almera гораздо ниже, но эта экономичность компенсируется меньшим размером салона. Оба автомобиля – переднеприводные, так что сравнение проблем в управлении не целесообразны. Несмотря на все преимущества Nissan, более комфортным все-таки остается Kia.

На примере этих двух компаний и представленных марок можно сделать вывод, что ключевыми позициями в маркетинге семейных автомобилей являются надежность, ценовая доступность, включая возможности выгодного кредитования и рассрочки, износостойкость, ориентация на бытовые потребности.

Перейдем к рассмотрению автомобилей бизнес-класса. Эти автомобили имеют расширенный потенциал использования – комфорт, качество, мощность и тяговитость мотора, возможность использовать как в бизнес целях, так и в семейных – просторный салон, обеспечивающий удобство и вместительность, повышенный комфорт управления и езды. В данном сегменте можно уверенно сравнивать Ford Mondeo и Opel Insignia. Ценовая категория обоих автомобилей – 1700 тыс. руб., рекламная кампания позиционирует товар как гарант надежности, безопасности и представительского вида. Несмотря на абсолютно разные двигатели, машины имеют одинаковую динамику. Ford предоставляет клиенту знаменательную вековую историю надежности и качества марки, обходительность в обслуживании. Однако из-за больших габаритов управление автомобилем затрудняется, особенно в условиях плотного трафика движения. Мощный мотор также влечет за собой проблему повышенного расхода топлива. Помпезность и размеры, предоставляемые фирмой Ford, компенсируются довольно сложным техническим обслуживанием и немалыми затратами на эксплуатацию. Именно поэтому данную модель продвигают под слоганом «удобство», «роскошь». Автомобиль Opel Insignia обладает меньшим объемом двигателя, но характеризуется конкурентной динамикой движения. Автомобиль хорошо показал себя на испытаниях безопасности и в процессе эксплуатации, о чем свидетельствуют отзывы потребителей. Несмотря на относительно слабую маркетинговую стратегию, Opel набирает популярность благодаря удобству и практичности своей продукции, но, к сожалению, из-за положения России на международной арене, Opel уходит с отечественного рынка.

В чем же причина лидирующего положения компании Ford, если качественные характеристики автомобилей Opel оцениваются потребителями положительно? Ответ прост: грамотно проводимая рекламная кампания, сформированный имидж, регулярные маркетинговые исследования и чуткое реагирование на колебания потребительской психологии. На этом простом примере мы можем

убедиться, что в нише автомобилей бизнес-класса ведущая роль в достижении успешности продаж отводится грамотному маркетингу, основная особенность которого – не краткосрочные рекламные акции, а годами нарабатываемая деловая репутация и престиж марки.

В конкурентной борьбе за лидерство фирмы-производители должны обращаться к таким понятиям, как честность, надежность, соотношение цены и качества, грамотная и неназойливая реклама, не обманывающая потребителя. В этом случае у клиентов сложится положительное отношение к приобретенной продукции и желание советовать ее своим знакомым, что, как утверждают маркетологи, является лучшим средством расширения продвижения товара на рынке.

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ.
ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА КСЭИ**

Выпуск 113

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Подписано в печать 22.08.2015.
Формат бумаги 60x84 ¹/₁₆. Усл. печ. л. 5,8.
Тираж 100 экз.

Издательство Кубанского социально-экономического института
Отпечатано с оригинал-макета заказчика в типографии
Кубанского социально-экономического института

Кубанский социально-экономический институт
350018 г. Краснодар, Камвольная, 3.