

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ

FUNDAMENTAL
AND APPLIED
RESEARCHES

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ
И ПРИКЛАДНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

2

2006

**Фундаментальные и
прикладные исследования**

Научно - теоретический
журнал
№2, 2006

Учредитель:

Автономная некоммерческая
организация высшего
профессионального
образования Центросоюза
Российской Федерации
«Российский университет
кооперации»

Издатель:

Издательство «Наука и
кооперативное образование»

Периодичность:

6 номеров в год

Главный редактор

к.э.н., проф. *Соловых Н.Н.*

Редакционная коллегия:

Сероштан М.В. - ректор уни-
верситета, д.э.н., профессор;
д.э.н., проф. *Авдокушин Е.Ф.*;
к.э.н., проф. *Баскакова О.В.*;
д.э.н., проф. *Блау С.Л.*;
д.ф.н., проф. *Кевбрин Б.Ф.*;
д.т.н., проф. *Криштафович В.И.*;
к.э.н., проф. *Лебедев А.Н.*;
д.э.н., доц. *Миславская Н.А.*;
к.э.н., проф. *Морозов Ю.В.*;
д.э.н., проф. *Овсийчук М.Ф.*;
д.ю.н., проф. *Певцова Е.А.*;
д.э.н., проф. *Погодина Т.В.*;
д.э.н., проф. *Санду И.С.*;
д.э.н., проф. *Семенов А.К.*;
д.и.н., проф. *Ушаков А.И.*;
д.ю.н. проф. *Филиппов Н.К.*;
д.э.н., проф. *Шаркова А.В.*

СОДЕРЖАНИЕ

8 февраля – День российской науки _____	3
<i>М.А. Коробейников</i> Развитие кооперации в России _____	10
<i>М.В. Лазарева</i> Развитие экономического механизма потре- бительской кооперации _____	14
<i>В.И. Криштафович</i> Обеспечение качества товаров кооператив- ных организаций – приоритет научных ис- следований кафедры товароведения, товар- ного консалтинга и аудита _____	19
<i>В.В. Похлюк</i> Потребительская кооперация на пути укреп- ления экономической безопасности государ- ства в условиях глобализации экономичес- ких процессов _____	22
<i>Н.Н. Краус</i> Потребительская кооперация в формирова- нии инфраструктуры продовольственного рынка Украины как залог экономической безопасности _____	24
<i>И.Н. Исманов</i> Информация о структуре капитала - осно- ва для принятия финансовых решений по формированию активов предприятий _____	26
<i>В.А. Алиев, М.Б. Табасарански</i> Развитие предпринимательства в условиях углубления интеграционных процессов по- требительской кооперации Азербайджана _____	28
<i>С.Я. Мамедова</i> Роль нефтеперерабатывающей промышлен- ности Азербайджана в удовлетворении по- требностей страны в нефтепродуктах _____	30
<i>Е.Л. Маслова</i> Мотивация персонала как фактор укрепле- ния кадрового потенциала потребительской кооперации России _____	32
<i>А.В. Наумова</i> Рекламные стратегии в иерархии страте- гий организации _____	40

<i>С.М. Сапожникова, Е.В. Екименкова</i>	
Принципы управления затратами в потребительской кооперации	43
<i>М.В. Карпенко</i>	
Кооперативное движение на Камчатке в первые годы советской власти	45
<i>Д.И. Валигурский, О.М. Подъякова</i>	
Основные направления развития малого предпринимательства в сельском хозяйстве	47
<i>С.В. Новиков</i>	
Критерии оценки экономической эффективности систем быстрого питания	50
<i>М.А. Черная, Ф.А. Петрище</i>	
Исследование свойств целлюлозного волокна, обработанного нитрофурановыми препаратами	52
<i>М.М. Ермилов</i>	
Адаптивные фильтры	56

ВНИМАНИЕ!
НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОТ ИЗДАТЕЛЬСТВА
«НАУКА И КООПЕРАТИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»

ПОДПИСКА НА 2006 г. НА ЖУРНАЛ «Фундаментальные и прикладные исследования» с ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИЕЙ

ВЫ УМЕНЬШИТЕ ЗАТРАТЫ ВРЕМЕНИ

- На поиск нужной информации
- На сбор информации по единой тематике
- На подготовку аналитического обзора актуальных материалов
- На офисную работу с текстами журнала

Стоимость одного номера журнала в 2006 г. «Фундаментальные и прикладные исследования» и электронной версии журнала – 173 руб.

Также можно приобрести комплект предыдущих номеров журнала с 2003 по 2005 гг. (включительно) в электронном виде – стоимость 200 руб.

Подписку можно оформить в издательстве: 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, д. 12; тел.: (495) 582-90-52; e-mail: izdat@mupk.ru.

БЛАНК ЗАКАЗА

Наименование организации или физическое лицо						
Контактное лицо						
Адрес:		Индекс				
		Область				
		Город (пос., село)				
		Улица				
		Дом		Корпус		№ кв.
Телефон/Факс						
e-mail						
Реквизиты:						
Количество экземпляров						

8 ФЕВРАЛЯ – ДЕНЬ РОССИЙСКОЙ НАУКИ

Праздник российской науки установлен указом Президента РФ от 7 июня 1999 г. – в ознаменование 275-летия со дня основания Российской академии наук (тогда еще Императорская академия – учреждена 8 февраля (28 января старого стиля) 1724 г. Петром I)

В канун праздника – Дня российской науки - 7 февраля 2006 года в Российском университете кооперации Центросоюза РФ прошла Международная научная конференция профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов кооперативных вузов стран СНГ по итогам научной работы в 2005 г., посвященная 175-летию потребительской кооперации России.

Открыла конференцию и тепло приветствовала от имени организационного комитета участников конференции ректор Российского университета кооперации, д.э.н., профессор **Мария Васильевна Сероштан**.

В своем выступлении она сказала: «Текущий - 2006 год для нашего университета - это год 175-летия потребительской кооперации России. Поэтому мы, ученые университета, свое главное профессиональное событие года – итоговую научную конференцию, посвящаем знаменательной дате – **175-летию потребительской кооперации России**.

Для ученых кооперативных вузов конференции есть средство объединения научного потенциала, средство обобщения практики деятельности кооперативных организаций, средство обновления и углубления знаний по широкому спектру современных проблем.

Знаменательно, что конференция проходит в канун праздника – **Дня российской науки**, который широко отмечается в нашей стране, потому что научные кадры – это та составляющая человеческого потенциала, от которой во многом зависит престиж любой страны.

Ученые университета активно участвуют в решении экономических и социальных проблем кооперативного сектора экономики через оказание кооперативным организациям научной и методической помощи; научную разработку новых форм и методов организации работы, направленных на повышение социальной и экономической эффективности кооперативных организаций; обобщение опыта национального и мирового кооперативного движения; распространение и пропаганду идей и ценностей

кооперации; через организацию и проведение научно-практических конференций; содействие в развитии и совершенствовании кооперативного законодательства.

Мировая практика хозяйствования и российский опыт свидетельствуют о том, что кооперация обладает реальными возможностями решать многие экономические, социальные, культурные и духовные проблемы.

Потенциал кооперации не исчерпан, кооперативное движение развивается и имеет в настоящее время еще более существенные перспективы.

Все это усиливает значимость и актуальность продолжения и расширения исследований кооперативных форм хозяйствования, кооперативного сектора экономики».

М.В. Сероштан поздравила **участников конференции с Днем российской науки**, праздником, имеющим особую значимость для вузов Центросоюза Российской Федерации, в которых сосредоточена интеллектуальная элита потребительской кооперации.

«Развитие науки, - отметила ректор, - относится к числу высших приоритетов Российской Федерации, а для потребительской кооперации научно-исследовательская деятельность – неисчерпаемый социальный ресурс развития, как и образование в целом.

В круге научных интересов ученых университета разнообразные проблемы социально-экономического развития всего народного хозяйства в целом, но, прежде всего, кооперативных организаций. Более половины фундаментальных и прикладных научных исследований посвящены проблемам совершенствования хозяйственного механизма организаций потребительской

кооперации, формирования кооперативной философии и идеологии.

Университет гордится результатами научных исследований своих ученых».

К Дню российской науки ректор вручила **Почетные грамоты** Московского университета потребительской кооперации структурным подразделениям и ученым университета по итогам научно-исследовательской работы в 2005 году: **Волгоградскому филиалу** – за высокие результаты в развитии научных школ и прикладных научных исследований; **Казанскому кооперативному институту** – за создание благоприятных условий для развития форм научного творчества молодежи, привлечения студентов к научно-исследовательской деятельности; **Владимирскому филиалу** – за высокие результаты научных исследований по грантам РАН и Министерства образования и науки РФ, подготовку в 2005 году девяти монографий в рамках сформированных научных школ; **Камчатскому филиалу** – за обеспечение условий эффективной работы системы НИРС, направленных на раскрытие и развитие способностей студентов к научно-исследовательской работе; **Колосовой Елене Вячеславовне**, к.т.н., доценту, директору Института пищевых технологий и ресторанного бизнеса - за развитие новых форм научно-образовательной деятельности и успешную реализацию программ дополнительного образования; **Криштафович Валентине Ивановне**, д.т.н., профессору, заведующей кафедрой товароведения, товарного консалтинга и аудита - за научные достижения в области прикладных исследований и разработок по проблемам товароведения и экспертизы продовольственных товаров; **Шарковой Антонине Васильевне**, д.э.н., профессору, заведующей кафедрой экономики кооперации и предпринимательства - за развитие прикладных исследований и разработок, сопряженных с инновационными процессами в кооперативных организациях; **Гордеевой Анне Владимировне**, д.пед.н., профессору, заведующей кафедрой педагогики и психологии управления – за активное участие в реализации программ дополнительного образования и сотрудничество с организациями потребительской кооперации; **Певцовой Елене Александровне**, д.пед.н., профессору, заведующей кафедрой уголовного пра-

ва – за разработку правовых проблем повышения эффективности функционирования образовательных учреждений организаций потребительской кооперации; **Валигурскому Дмитрию Ивановичу**, д.э.н., профессору, заведующему кафедрой коммерции и организации торговли - за активное научно-практическое сотрудничество с организациями потребительской кооперации; **Акмаловой Альфие Азгаровне**, д.ю.н., профессору, заведующей кафедрой государственно-правовых дисциплин – за высокие научно-методические результаты деятельности и активное участие профессорско-преподавательского состава кафедры в научных конференциях и симпозиумах; **Васюковой Анне Тимофеевне**, д.т.н., профессору, заведующей кафедрой технологии и организации предприятий питания - за активное международное научное сотрудничество профессорско-преподавательского состава кафедры с вузами дальнего зарубежья; **Романовой Юлии Александровне**, к.э.н., доценту, докторанту кафедры экономики предпринимательства и кооперации - за активное участие в научно-исследовательской работе в области развития кооперативных форм хозяйствования в агропромышленном комплексе России; **Зотову Денису Александровичу**, аспиранту кафедры аудита, экономического анализа и статистики - за активное участие в научно-исследовательской работе кафедры в области аудита финансовых прогнозов деятельности кооперативных организаций; **Филиппенко Анастасии Викторовне**, аспирантке кафедры мировой экономики — за успехи в научно-исследовательской работе в области внешнеэкономической деятельности России в условиях глобализации мировой экономики.

М.В. Сероштан продолжила свое выступление: «Уважаемые коллеги! Сегодня мы с гордостью отмечаем тот факт, что наш университет - научный центр системы потребительской кооперации, что научно-педагогический потенциал университета позволяет решать важные проблемы социально-экономического развития потребительской кооперации, что результаты научных исследований преподавателей университета широко используются не только в учебном процессе, но и в деятельности кооперативных организаций.

Человек науки – это, прежде всего, человек, который получил глубокое фун-

даментальное образование; это человек, который развивает представление об образовании, способен самостоятельно работать, учиться и переучиваться, «участвует в процессе, которому учится»; это человек, который знает законы природы, законы развития общества, умеет анализировать и связывать факты; принимать решения; это человек, который в своей работе руководствуется мотивами ответственности перед обществом, страной, перед потребительской кооперацией.

Потребительская кооперация России стремительно развивается, усиливает социальную ориентацию деятельности, меняет содержание и методы работы.

Повышение эффективности кооперативных организаций невозможно без привлечения новых квалифицированных рабочих, специалистов, руководителей, без проведения научных исследований, направленных на совершенствование управления, технологий производства, качества работы.

Решая новые сложные задачи, университет заинтересован в привлечении энергичных ученых, преподавателей, организаторов.

Мы возлагаем большие надежды на нынешних выпускников аспирантуры.

Мы заинтересованы в продвинутых студентах-выпускниках, имеющих склонность к научно-педагогической работе и научному творчеству.

Хозяйствование кооперативных организаций в условиях динамичной конкурентной среды, реструктуризация системы кооперативного образования требуют форсирования не только фундаментальных научных исследований по приоритетным направлениям развития образования, науки, культуры, техники и социальной сферы, но и прикладных разработок, направленных на резкое повышение эффективности деятельности кооперативных организаций.

Считаю, что развитие университета, единые действия всех его звеньев позволят наиболее полно использовать потенциал кооперативного образования, позво-

лят кооперативному образованию стать двигателем экономического и социального прогресса всей многоотраслевой системы российской кооперации».

Ректор пожелала всем участникам конференции новых успехов, новых идей и творческих дерзаний, новых научных открытий и побед!

В работе конференции приняли участие:

Коробейников Михаил Антонович – советник Председателя Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Представитель губернатора Архангельской области в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, вице-президент Вольного экономического общества России, действительный член Международной Академии менеджмента, член-корреспондент Российской Академии сельскохозяйственных наук, д.э.н., профессор;

Рассказов Александр Николаевич – начальник Управления экономики и Федеральных целевых программ Федерального агентства по сельскому хозяйству Российской Федерации, к.э.н.;

Пахомов Владимир Михайлович – финансовый директор Всероссийского фонда развития сельской кредитной кооперации, д.э.н., профессор;

Лазарева Марина Викторовна – первый заместитель председателя Правления Крымского потребсоюза, Украина;

Косарина Валентина Петровна, первый проректор Полтавского университета потребительской кооперации Украины, профессор;

ученые высших учебных заведений России, Украины, Беларуси, Азербайджана, Киргизии, Узбекистана, Молдовы.

Доклады публикуются в номерах журнала «Фундаментальные и прикладные исследования».

По итогам работы конференции приняты Рекомендации.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов кооперативных вузов стран СНГ, посвященной 175-летию потребительской кооперации России

Международные научные конференции – эффективное средство, объединяющее научный потенциал ученых кооперативных вузов, обобщающее опыт практики деятельности потребительской кооперации России и стран СНГ.

Содержание и стратегические цели развития науки в кооперативных вузах Центросоюза Российской Федерации до 2010 года и на перспективу определяются положениями Национальной доктрины и Программой развития образования в Российской Федерации, реструктуризацией потребительской кооперации России и направлены на превращение потребительской кооперации в наукоемкую отрасль.

В условиях глобализации образование становится все в большей мере определяющим фактором экономического роста, формирующим мировоззрение будущих поколений. В этих условиях вузовская наука превращается в крупную и относительно самостоятельную сферу экономики. В качестве инновационной составляющей она определяет профессиональную деятельность каждого специалиста.

Научно-исследовательская работа Московского университета потребительской кооперации – неотъемлемая часть его образовательной деятельности, важнейший фактор укрепления интеллектуального потенциала, повышения квалификации научно-педагогических работников, основа совершенствования учебно-методического обеспечения, совершенствования деятельности организаций потребительской кооперации.

Созданию условий высокорезультативной научно-исследовательской работы способствует постоянное наращивание и совершенствование ее структуры. В 2005 году научно-исследовательский блок головного вуза представлен 25 кафедрами, 6 институтами (факультетами), 2 исследовательскими институтами: Институтом теоретических и прикладных проблем кооперации, Институтом развития кооперативного образования; кафедральными лабораториями; издательством «Наука и кооперативное образование», отделом докторанту-

ры и аспирантуры, научно-образовательным центром «Музей истории потребительской кооперации»; научной библиотекой.

Проблему приоритетов научных исследований университет рассматривает с точки зрения понятия «приоритет», применяемого в контексте Концепции развития потребительской кооперации до 2010 года и образовательной стратегии, вырабатываемой Центросоюзом России и отраженной в Программе развития университета на период до 2010 года, Комплексе мероприятий по выполнению программы на 2004-2007 гг.

Развитие научной, научно-исследовательской, научно-технической и инновационной деятельности в университете, интеграция научного потенциала на приоритетных направлениях исследований направлены на превращение его в научный и методологический центр активизации научной и инновационной деятельности.

В 2005 году в Московском университете потребительской кооперации научные исследования проводились в рамках деятельности 27 научных школ и направлений (в 2004 году – 26) в головном вузе и 15 – в филиалах по приоритетным направлениям развития кооперативного образования, науки, культуры, техники и социальной сферы, прикладных разработок, направленных на повышение эффективности деятельности организаций потребительской кооперации, определение места и роли кооперации в системе глобальной экономики.

Эффективность научных школ оценивается, прежде всего, по количеству изданных монографий. В 2005 г. в рамках научных школ подготовлено 89 монографий, из них 41 – в головном вузе и 48 – в филиалах, общим объемом 1003,38 п.л.

Количество изданных учебников и учебных пособий в головном вузе в 2005 году

– 89 (в 2004 г. – 37), в том числе с грифами УМО, Минобрнауки и др. – 34, общим объемом 1 394,74 п.л. В филиалах опубликовано 11 учебников и учебных пособий общим объемом 140,0 п.л.

В 2005 году издано 1200 научных статей общим объемом 456,22 п.л.; подготовлено и защищено диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук – 31, доктора наук – 2.

В рамках приоритетных научных исследований учеными университета выполнялось 356 тем НИР, из них 98 тем – в головном вузе, 258 тем – в филиалах. Из них:

- фундаментальных научных исследований – 20 в головном вузе и 61 – в филиалах;
- прикладных научных исследований, соответственно – 47 и 28;
- научных разработок – 31 и 70.

Объем научных исследований в головном вузе в 2005 году составил – 13 821,5 тыс. руб., в том числе: фундаментальных тем НИР – 4122,4 (4 710 тыс. руб. в 2004 г.), прикладных – 7134,15 (5 665 тыс. руб.), научных разработок – 2564,95 (2 510 тыс. руб.) тыс. рублей.

С 01 января 2005 года учеными университета реализовывались 2 Проекта Российского Гуманитарного Научного Фонда: 05-02-02336а – «Конвертируемость рубля и удвоение валового внутреннего продукта (ВВП) как двуединая задача». Руководитель проекта – д.э.н., профессор, зав. кафедрой мировой экономики Авдокушин Е.Ф. Начало выполнения работ – I квартал 2005 года, представление заказчику – IV квартал 2007 года. Проект осуществлялся в рамках научной школы «Новая экономика в системе постиндустриальной экономики» (в 2005 году освоено 62,4 тыс. руб.); 05-04-0498а – «Русская религиозная поэма XVIII – XIX вв.». Руководитель проекта – д.филолог.н., профессор, зав. кафедрой филологии и культурологи Зверев В.П.

В 2005 году диссертационные советы провели 29 защит диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора наук: Д 513.002.01 – 2 защиты; Д 513.002.02 – 10 защит; Д 513.002.03 – 17 защит.

В научную библиотеку университета в 2005 году поступило 7,4 тыс. экземпляров новых изданий. Объем научной и учебной литературы – 94% общего фонда биб-

лиотеки. Из более 500 тысяч книговыдач, каждая третья книга, которая выдавалась студентам в 2005 году – научная.

Научно-образовательным центром университета «Музей истории потребительской кооперации» в 2005 году созданы галереи портретов: Маршалы Победы; Фронтовики, наденьте ордена! Разработан стенд «Сотрудничество Центросоюза РФ с учреждениями Русской Православной церкви и других религиозных конфессий»; проведены тематические и обзорные экскурсии для 1063 чел. студентов и школьников; оказывались научные и методические консультации музеям кооперативных вузов Центросоюза РФ, стран СНГ, руководителям и представителям потребсоюзов России. Сотрудники Музея проводили научные исследования по теме: «Творцы кооперации».

Издательством «Наука и кооперативное образование» в 2005 году изданы газеты «Университетские вести», журналы «Фундаментальные и прикладные исследования»; книги, брошюры, монографии, учебники, учебные пособия, экспресс-информации, программы, сборники научных трудов, материалы конференций объемом более 300,0 п.л.

Научно-исследовательский институт теоретических и прикладных проблем кооперации в 2005 г. организовал мониторинг социально-экономической деятельности областных, краевых республиканских потребсоюзов, провел комплексные обследования Карельского, Калужского, Новгородского потребсоюзов; подготовил экспресс-информацию о передовом опыте работы кооперативных организаций (4 выпуска), презентацию на электронных носителях «Потребительская кооперация Российской Федерации», разработал тематику научных исследований по актуальным направлениям деятельности организаций потребительской кооперации.

Институтом изучены потребности в проведении хоздоговорных научных исследований в Нижегородском, Владимирском, Вологодском, Ленинградском, Калужском, Новгородском, Карельском, Брянском, Ивановском, Волгоградском, Архангельском, Тульском, Татарском потребсоюзах; проведено 12 деловых встреч, «круглых столов» в кооперативных организациях по вопросам повышения ответственности ру-

ководителей и специалистов кооперативных организаций за расширение объемов деятельности, улучшения обслуживания населения, усиления борьбы с бедностью.

В целях обеспечения устойчивого и поступательного развития университет в 2005 г. решал задачи укрепления международных связей и межвузовского сотрудничества, создания благоприятных условий и механизмов для развития взаимовыгодного и равноправного международного сотрудничества в образовательной, научной и научно-технической сферах.

Международное сотрудничество осуществлялось в рамках:

- Меморандума о взаимопонимании и сотрудничестве в области образования и науки между высшими учебными заведениями потребительской кооперации стран СНГ;

- Соглашения о сотрудничестве между Жалалабадским коммерческим институтом (Кыргызская Республика) и Московским университетом потребительской кооперации;

- Декларации о намерениях в области сотрудничества между Полтавским университетом потребительской кооперации Украины и ОУ ВПО «Московский университет потребительской кооперации» Центросоюза РФ;

- Договора о научно-техническом сотрудничестве Донецкого государственного университета экономики и торговли им. М. Туган-Барановского;

- Ассоциации «Лига национальных (республиканских) кооперативных организаций потребительской кооперации стран СНГ»;

- Двусторонних рабочих встреч ректоров, проректоров и руководителей подразделений кооперативных вузов стран СНГ;

- Меморандума о намерениях в области сотрудничества между университетом Гарца (Высшая школа прикладных наук, Вернигороде, Германия) и образовательным учреждением высшего профессионального образования Центросоюза РФ «Московский университет потребительской кооперации»;

- Договора о сотрудничестве между Дюссельдорфским экономическим университетом (Германия) и Московским университетом потребительской кооперации;

- Трехстороннего Российско-Израильско-Американского договора о сотрудничестве;

- Международного кооперативного альянса;

- Международных научных форумов и научно-практических конференций.

Международная научная конференция профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов кооперативных вузов России и стран СНГ, посвященная 175-летию потребительской кооперации России **рекомендует:**

- кооперативным вузам обеспечить проведение научных исследований и разработок, сопряженных с инновационными процессами в экономике, реализацией приоритетных национальных проектов, развитием всех видов кооперации и превращения кооперации в третий сектор экономики России;

- всемерно поддерживать ведущие научные школы, академическую научную элиту кооперативных вузов – ее человеческий фактор, социальный и духовный ресурс;

- концентрировать усилия на решении комплексных научных, научно-технических и технологических проблем кооперативных организаций с привлечением в качестве разработчиков по отдельным тематическим направлениям ученых кооперативных вузов стран СНГ;

- совершенствовать организацию исследовательской деятельности на основе перехода к системе заказов в сфере научных исследований, от индивидуализированных к командным формам работы, ориентированным на конечный результат; создавать условия для информатизации научно-исследовательской работы;

- увеличивать объем фундаментальных исследований – основы развития науки, техники и технологий, инновационной ориентации прикладных научных исследований и разработок;

- повышать роль социальных, гуманитарных и правовых исследований и разработок, ориентированных на методологический анализ кооперативных идей и концепций, позиций сохранения целостности системы потребительской кооперации, ее организационного единства; оптимальное сочетание экономических и социальных аспектов деятельности; развитие в рамках кооперативного движения психологии управления; проведение конкретно-социологических исследований;

- развешивать комплексные темы исследований по кооперативной философии

и идеологии; принципам, формам и методам просветительской работы; взаимосвязи и взаимообусловленности социальной и хозяйственной деятельности потребительской кооперации;

- создавать условия для углубления научных исследований по проблемам реализации рыночных механизмов в практике хозяйствования кооперативных организаций, сохранения многоотраслевого хозяйственного комплекса и диверсификации экономической деятельности; места и роли кооперации в системе глобальной экономики; теории и методологии конкурентоспособности, механизмов антикризисного управления и менеджмента; совершенствования бухгалтерского учета и отчетности, системы внутрихозяйственного контроля и аудита в кооперативных организациях, совершенствования кредитования и формирования современной модели кооперативного предпринимательства;

- обобщать и анализировать в рамках кооперативных вузов стран СНГ результаты научных исследований в области товароведения и организации торговли, маркетинга, разработки конкретных рекомендаций по расширению сферы участия ученых - товароведов и маркетологов в решении научных проблем кооперации;

- повышать эффективность и качество образовательного процесса, совершенствовать систему знаний за счет увеличения самостоятельной работы студентов; перехода на кредитно-модульное обучение; подготовки принципиально новых программ обучения с использованием инновационных педагогических технологий, современных достижений в области экономики, психологии, управления, новшеств в области налогового и трудового законодательства; подготовки программ дополнительного образования для освоения новой профессиональной специализации, повышения квалификации, переквалификации и удовлетворения потребности в получении новых знаний, не связанных с профессией;

- создавать и непрерывно пополнять новое научно-методическое, материально-

техническое, информационное и организационное обеспечение образовательной деятельности, программ профориентационной работы на селе, работы с выпускниками школ и учреждений среднего профессионального образования;

- изучать возможности использования ресурсов дистанционного обучения в университете, его филиалах и представительствах, обеспечивающих частичное перемещение учебного процесса в регионы России;

- развивать межвузовскую, межрегиональную и международную интеграцию через расширение образовательной, научно-методической и информационной деятельности, связанной с «открытым» образованием.

- усиливать экспертно-аналитическую и научно-экспериментальную деятельность для Центросоюза РФ, потребсоюзов и райпо: подготовка аналитических материалов по тенденциям и проблемам развития кооперации в России, в регионах, совершенствованию хозяйственного механизма кооперативных организаций;

- реализовывать модель взаимосвязи прикладной науки и практики, основанной на комплексном подходе к выполнению научных исследований, на двухсторонней взаимосвязи экономических мотиваций и стимулов: со стороны заказчика и со стороны исполнителей, направленную на реальную связь науки с практикой, на обучение самого преподавателя современной практике кооперации;

- совершенствовать организационные условия для повышения результативности участия аспирантов и студентов в выполнении приоритетных научных исследований университетов;

- пропагандировать идеи и ценности кооперативного движения в России, странах СНГ, международного кооперативного движения. Всемерно распространять кооперативную идеологию и философию, отражающих интересы граждан не только кооперативного, но и мирового сообщества.

РАЗВИТИЕ КООПЕРАЦИИ В РОССИИ

Возрождение кооперации, как особой эффективно действующей хозяйственной системы, в значительной степени развивающейся за счет собственных финансовых и материальных ресурсов, становится объективной социально-экономической реальностью и настоятельной необходимостью. Фактически — это дополнительная производительная сила, способная изыскать, привлечь и эффективно использовать финансовые и материальные ресурсы и тем самым помочь государству, находящемуся на переходном этапе в стадии, к сожалению, затянувшихся реформ.

К этому нас «призывает» зарубежный и отечественный опыт развития кооперации, который имеет глубокие исторические корни. Развитие человечества и кооперации взаимосвязаны. Кооперация, как социально-экономическое явление, появилось в конце 19 столетия. Россия была в числе стран, где первые кооперативы были признаны в форме потребительских по образцу английских и развивались по модели «Рочдейл», а также по типу немецких «Райффайзен». Бурно кооперативное движение в России развивалось до октября 1917 года, занимая первое место в мире. После революции кооперативная политика в стране строилась исходя из сложившейся социально-экономической обстановки. Кооперативам было разрешено выполнять лишь ограниченный круг функций и их деятельность подвергалась такому же контролю, как деятельность любых других советских организаций.

Однако в первые годы советской власти кооперативным движением были еще охвачены многие отрасли народного хозяйства. Существенное влияние на развитие кооперации оказала введенная в стране новая экономическая политика (НЭП), предусматривающая использование кооперативных элементов хозяйствования, торговли и т.д. в целях оживления экономической и трудовой активности в стране. В результате к 1927 году в стране действовало уже 18,3 тыс. коллективных хозяйств, из них 8,4 тыс. сельхозотраслей, 8,6 тыс. товариществ по совместной обработке земли и более 1,3 тыс. коммун. Развивалась потребительская кооперация, членами которой было около 38% хозяйств. Становлению кооперативного сектора экономики в этот

период способствовали практические меры оказания материальной помощи кооперативам со стороны государства. Так, несмотря на экономические трудности уже в 1918 году государством было выделено на поддержку сельскохозяйственных кооперативов более 75 млн. рублей. Кроме того, был создан специальный фонд в размере 1 млрд. рублей для выдачи ссуд, пособий артелям и группам населения, участвующим в кооперации.

Сплошная коллективизация, проведенная в стране с большими нарушениями на какой-то период извратила принцип кооперации. Однако, несмотря на это в стране постепенно сформировался колхозно-кооперативный сектор экономики, который, к сожалению, в последствии был фактически огосударствен.

Особенностью современного периода является курс на всемирное развитие демократии и перестройку общественно-политической и хозяйственной жизни с целью максимального возрождения человеческой активности и развития гибкой предприимчивости, перехода на новые принципы организации и управления производством. Подтверждением этому является принятие законов «О кооперации в СССР», «О сельскохозяйственной кооперации», что казалось бы означало качественно новый этап в развитии кооперативного движения. Реальная практика говорит об обратном. В современном кооперативном движении России, начиная с 1991 года, застой, разруха, формализм и фактически полный уход государства от поддержки и управления кооперативным движением. Подобной практики нет ни в одной развитой капиталистической стране. Основную роль в развитии кооперации здесь играет государство и ее кредитно-финансовая и налоговая политика. В России сегодня если кооперация еще и жива, то это благодаря прежде всего энтузиастам, которые стоят во главе тех или иных форм кооперации или видов кооперативов.

И тем не менее Россия самодостаточна во всех отношениях. Она многолика. За годы экономических преобразований в России сформировалась многоукладная экономика. В числе новых форм хозяйствования — различные виды кооперативов и их объединений. По оценкам экспертов Ассоциации коопера-

тивных организаций России, порядка 60 млн. граждан России так или иначе вовлечены в кооперацию. Это, прежде всего, потребительские общества системы Центросоюза и потребительские организации, не вошедшие в эту систему; сельскохозяйственные производственные кооперативы (на долю которых приходится 48,7% общего числа сельскохозяйственных организаций) и их союзы, активно развивающиеся сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы и их союзы, сельскохозяйственные снабженческо-сбытовые, перерабатывающие, социальные и иные виды обслуживающих потребительских кооперативов и их союзы, производственные промышленные, строительные, обслуживающие кооперативы, артели старателей и их союзы, жилищно-строительные, молодежные жилищные кооперативы, кредитные потребительские кооперативы граждан в городах, общества взаимного кредита, кассы взаимопомощи, жилищные кооперативы и другие формы кооперативной инициативы.

В последние годы был принят ряд федеральных законов, направленных на улучшение правового положения кооперативных формирований и их объединений. Это, прежде всего, федеральные законы «О сельскохозяйственной кооперации», «О производственных кооперативах», «О кредитных потребительских кооперативах граждан», «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», «О садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединениях граждан». Кроме того, были приняты федеральные законы, предусматривающие внесение изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» и другие законы.

Вместе с тем, имеющаяся правовая база не обеспечивает конкурентоспособность, устойчивое и стабильное развитие кооперативов в рыночных условиях. Не отвечающими сегодняшним потребностям развития кооперации выглядят положения Гражданского кодекса Российской Федерации о производственных и потребительских кооперативах. Налоговое законодательство не в полной мере учитывает специфику деятельности отдельных видов кооперативов и не стимулирует создание новых кооперативов по сбыту, снабжению, совместному использованию техники, вовлечению в кооперативы личных под-

собных хозяйств. Применяемые меры государственного регулирования носят ограниченный характер и в ряде случаев не обеспечивают устойчивость внутреннего рынка и защиту экономических интересов отечественных товаропроизводителей. Отсутствует эффективная координация министерств и ведомств при разработке программ и проектов законов, касающихся развития кооперации.

Почему же у нас, несмотря на богатый исторический опыт, огромные ресурсные возможности России, ее человеческого потенциала кооперация находится в стадии застоя? В чем причина ее низкой социально-экономической эффективности? Мне представляется следующее.

Первое. Отсутствие государственной стратегии развития кооперации, всех ее форм и видов. Стратегия подменяется чередой постоянных реформ и возможных реорганизаций всех форм хозяйствования разных уровней. Причем, как правило, одни реформы не заканчиваются, начинаются другие. В итоге ни одна реформа по-настоящему так и не началась, и ни одна из них не только не доведена до конца, но и не имела ни четкого механизма реализации, ни жестких временных графиков.

Кроме хаоса это ничего хорошего в экономику страны не вносит. Так, на основе приватизации государственной собственности и реорганизации предприятий в 1992-1993 годах были созданы различные формы хозяйствования. Однако отсутствие финансовой поддержки государства, противоречивость законодательства фактически разрушило аграрный сектор экономики, кооперацию превратило в формальное явление вследствие бюрократического извращения самой ее идеи. Так называемая фермеризация России была провалена, поскольку фермерство не могло развиваться без существенной поддержки государства. А ведь если бы это состоялось, то фермерство, как на первых порах мелкое частное предпринимательство, больше всего по своей сущности подходило к принципам кооперации.

Либеральная теория, утверждающая о том, что государство в условиях рынка должно уйти от экономики, хозяйственной деятельности, на наш взгляд, не только не верна, но и вредна. Здесь, скорее всего, верен тезис: рынок регулирует, государство корректирует и жестко на основе законов контролирует.

Вторая причина низкого уровня развития кооперации заключена в самом субъекте кооперации. Кто должен в нее входить, и заинтересованы ли они в этом? Сегодня едва ли крупные хозяйства, а тем более, акционерные общества и холдинги захотят войти в кооперацию. Им важна собственная свобода и независимость, они хотят быть монополистами в своем бизнесе, используя свой акционерный капитал. Получается так, что акционерный капитал фактически враг кооперации, он не допустит, чтобы развивалась кооперация. Этому может противостоять только государство, поскольку только оно может дать первоначальный капитал для развития кооперации больше, чем допустим Елена Батурина со своим холдингом в Белгородской области.

Поэтому субъектом кооперации могут стать крестьянские и фермерские хозяйства, обслуживающие кредитные, страховые, потребительские, жилищно-коммунальные и т.п. организации. А акционерный капитал должен быть отделен от кооперативного. Сегодня же он занял нишу кооперации.

Это же подтверждают исследования ученых Российской академии сельскохозяйственных наук, утверждающих, что на современном этапе институциональных преобразований на селе ошибочно считается формирование сельскохозяйственных и потребительских кооперативов на базе соответствующих акционерных обществ и холдингов, возникающих в начальной стадии аграрных реформ. Преобразование этих обществ в сельскохозяйственные кооперативы не дает экономического эффекта и не решает социальные проблемы села, не обеспечивает социальную защиту членов кооперативов. А ведь самый важный срез кооперации как раз в том, что это социальная экономика, позволяющая найти оптимальное решение сочетания экономических интересов всех ее участников, поднять эффективность производства, что существенным образом изменит положение в продовольственной проблеме, в производстве товаров народного потребления и расширении сферы обслуживания, улучшение условий труда и образа жизни на селе. Именно поэтому во многих странах мира это называется третьим сектором экономики. У нас, к сожалению, это так не звучит.

Третье. В условиях кризисных явлений в экономике страны кооперативы поставле-

ны в сложные условия хозяйствования и результаты их производственно-финансовой деятельности не соответствуют о правовом и экономическом преимуществах в сравнении с другими формами хозяйствования. В стране не разработаны законодательные механизмы государственной поддержки для успешного развития кооперативной системы. Поэтому уровень развития кооперации, особенно в сельском хозяйстве, полностью отражает уровень сложившихся социально-экономических, политических, технических и правовых условий в стране. В Конституции Российской Федерации вообще нет упоминания о кооперативной коллективной собственности. Существующие законы о кооперации имеют серьезные противоречия, а точнее полностью отсутствуют их системность. Так, например, деление кооперативов на коммерческие и потребительские, которое прописано на сегодня в Гражданском кодексе Российской Федерации (ГК РФ), неприемлемо. Сегодня нельзя говорить, что потребительская кооперация является коммерческой организацией, иначе мы ее развалим, что, собственно, и является одной из основных причин сегодняшнего состояния потребкооперации. По законодательству коммерческие организации основной своей целью ставят извлечение прибыли, а некоммерческие — создаются главным образом для оказания разнообразных услуг их учредителям. Однако следует учитывать, что в условиях рынка любому кооперативу, чтобы выжить и обеспечить экономические и социальные интересы его членов, необходимо заниматься коммерцией и стремиться к достижению максимума прибыли. Иначе говоря, ни один вид кооперации не преследует извлечения прибыли в качестве основной цели, как и ни один вид кооперации не обходится без того, чтобы не заниматься коммерческой деятельностью. Этого требует реальная жизненная практика. И это должно определяться законом.

В этой связи особенно остро стоит вопрос о законодательном обеспечении кредитной кооперации, позиция государства здесь вообще не определена. С нашей точки зрения система микрофинансирования, система микрозаймов, система взаимного участия самих получателей этих средств в деятельности кредитных кооперативов является мощным инструментом как борьбы с бедностью, так и экономического роста. Система микрокредитования, микрофинансирования организаций ре-

шает обе эти задачи. Она решает и задачу роста благосостояния, и задачу эффективного распределения и перераспределения средств. Тем самым помогает государству, находящемуся в тяжелом финансовом положении.

Четвертое. Система законов о формировании, становлении и развитии кооперации в России, несомненно играет ведущую роль в ее эффективном развитии. Но еще более значимую роль имеют принципы организации кооперативного движения. И прежде всего добровольность и вертикаль ее формирования. Это должна быть стройная система от ее первичных организаций до российских союзов. И, конечно, же, кооперация нуждается в своей общественной организации. Сегодня в России существуют некоторые Союзы и Лиги кооперативов, но в большей степени формально. Здесь нам следует использовать опыт зарубежных стран. Так, например, в Дании объединение кооперативных обществ традиционно входит в состав сельскохозяйственного совета — полуправительственной организации, представляющей интересы сельского хозяйства в целом. В Швеции в 1970 году произошло слияние Шведского сельскохозяйственного союза (центральной организации сельскохозяйственной кооперации), Союза сельского населения (профессиональной фермерской организации) и Шведского союза сельских хозяев. В Норвегии в 1960 году Норвежский сельскохозяйственный союз (центральное объединение кооперативов) вошел в состав Крестьянского союза страны в качестве одного из его департаментов.

Представляется, что и у нас в перспективе сельскохозяйственная кооперация, да и вся система кооперации должна организоваться в Союз (ассоциацию), в которую на правах членов входят национальные или региональные отраслевые союзы, сформированные по территориально-отраслевой формуле принципу с четкой вертикалью.

Пятое. Ряд направлений кооперативного движения России до сих пор не представлен в Международном Кооперативном Альянсе, недостаточно широко осуществляется обмен опытом и распространение передового опыта лучших кооперативов страны. Между тем во всем мире велика роль кооперации в борьбе с бедностью, в решении важнейших вопросов социального характера.

Я назвал лишь некоторые, на мой взгляд, основные причины низкого уровня

эффективности кооперации в нашей стране. Их, конечно, значительно больше, и вы, наверняка, о них скажите. Это, прежде всего низкий социальный статус кооперации, слабая материально-техническая база, неопределенная мотивация в осуществлении стимула к ее развитию, отсутствие глубоких научных методических разработок, криминализация, поразившая почти все ветви власти на всех уровнях иерархии управления и многое другое.

Итак, причины неэффективности кооперации более или менее известны. Встает вечный вопрос: что делать?

Уважаемые коллеги! Я бы сейчас не стал отвечать на этот вопрос, а прошу ответить на него вас, людей глубоко знающих данную проблему и весьма компетентных в ней. Более того, многие из вас возглавляют сегодня практически все существующие в России формы кооперации и виды кооперативов.

И, тем не менее, я хотел бы обратить ваше внимание на один весьма существенный факт - появление, по инициативе Президента Российской Федерации В.В. Путина, четырех национальных проектов, которые дают новый импульс для развития всех форм и видов кооперации. А может быть возрождение кооперации должно стать пятым национальным проектом. И это, на мой взгляд, было бы правильно. Реализация этих проектов, естественно, при условии их системности, позволит консолидировать совместные усилия федеральных органов власти, кредитно-финансовых институтов, научных и образовательных учреждений, всего общества и вертикали власти, чего, к сожалению, пока нет.

Выявление сути проблемы и рассмотрение ее в комплексе социально-экономической политики государства позволит нам выработать адекватные меры социально-экономического, политического, организационного, управленческого и особенно законодательного характера, позволяющие возродить кооперацию в России, поднять ее на уровень, соответствующий ее предназначению.

М.А. Коробейников,
Советник Председателя Совета Федерации
Федерального Собрания
Российской Федерации, д.э.н., профессор,
член-корреспондент Россельхозакадемии

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Крымпотребсоюз - многоотраслевая система, включает в себя торговую деятельность, общественное питание, заготовки сельскохозяйственной продукции, производство товаров народного потребления, оказание платных услуг. В состав Крымпотребсоюза входит 90 организаций и предприятий, в т.ч. 1 райпотребсоюз и 12 районных потребительских обществ.

Торговое обслуживание населения осуществляют 620 магазинов, 254 предприятия общественного питания. В 133 школах организовано питание учащихся. На 43 производственных предприятиях производится хлеб и хлебобулочные изделия, колбасные, кондитерские, макаронные изделия, рыбная продукция, минеральная вода, мука, консервы. В системе Крымпотребсоюза трудятся 5 тысяч работников. Численность пайщиков - 36 тыс. человек.

Кооператорам, безусловно, сегодня сложно работать. Обслуживаем мы, в основном, сельское население, покупательская способность которого значительно ниже городского. Тем не менее, прошедший год был для нас годом дальнейшего развития отраслей деятельности, стабилизации работы кооперативных предприятий и организаций потребсоюза. В 2005 году обеспечили прибыльную хозяйственно-финансовую деятельность 90% предприятий системы.

И все же, темпы экономических преобразований в работе кооперативных организаций и предприятий еще не полностью отвечают современным требованиям.

В кратком выступлении невозможно остановиться на всех проблемах, неиспользованных резервах и приоритетных направлениях деятельности кооператоров Крыма. Но ряд из них хотелось бы внести на обсуждение, и, прежде всего, проблемы в торговле.

Темпы прироста оборота кооперативной торговли ниже общегосударственных показателей. А это значит, что все вокруг нас также развиваются и совершенствуются, но значительно более быстрыми темпами. Здесь мы должны усматривать опасную для нас

истину - вроде бы и двигаясь вперед, мы катастрофически откатываемся назад.

Реально оценивая эти процессы, мы должны признать - в существующем виде при таком технико-технологическом обеспечении (запущенные интерьеры и экстерьеры, физически изношенное и морально устаревшее оборудование) у потребительской кооперации не будет перспективы.

Законы экономического развития и рыночных преобразований невозможно приспособить либо изменить, они действуют объективно.

Для сохранения и расширения позиций системы на потребительском рынке правление Крымпотребсоюза определило стратегические направления деятельности, которые обеспечат поступательное развитие предприятий и организаций в различных сферах.

В сфере оптово-розничной торговли мы определили главные направления: - Возвращение роли и места потребительской кооперации в районных центрах, селах. Посредством открытия современных торговых предприятий различного формата, наличия широкого ассортимента товаров, умеренной ценовой политики, высокой культуры обслуживания.

- Целенаправленное развитие торговли непродовольственными товарами на качественно новом уровне. По аналитическим данным доля непродовольственных товаров в общем товарообороте все время возрастает, значительно выше и темпы прироста товарооборота непродовольственных товаров.

- Развитие кооперативного опта с одновременной максимальной переориентацией на него кооперативной розницы.

Все это отражено в Концепции развития оптовой и розничной торговли до 2010 года.

В Концепцию включены:

- положения о развитии сети маркетов, специализированных магазинов;
- рекомендации по:

- совершенствованию работы магазинов «Товары повседневного спроса».

Данный тип магазинов является самым распространенным в селах АРКрым;
- развитию оптовой торговли.

С целью реализации положений Концепции совместно с преподавателями Симферопольского кооперативного торгово-экономического колледжа разработана программа обучения персонала для магазинов с современными методами торговли, учебные аудитории обеспечены соответствующим оборудованием.

Для каждого формата магазина определен базовый, дополнительный, местный, сезонный ассортимент товаров. Особое внимание уделено ценовой политике и другим вопросам.

Для персонала магазинов типа «Маркет» разработаны детальные операционные инструкции с указанием их обязанностей по открытию и закрытию магазина, обслуживанию потребителей, управлению товаром, составлению заказов, проведению инвентаризаций товарно-материальных ценностей, поведению в нестандартных ситуациях, соблюдению правил безопасности. По сути эта инструкция определяет функции и действия каждого специалиста.

Открытые в прошлом году качественно новые объекты розничной торговой сети (30 магазинов самообслуживания, из них 8 маркетов) по всем требованиям отвечают нуждам потребителей. В зависимости от формата магазинов в них представлено до 11 тысяч наименований товаров, из которых более 50% - быстрооборачиваемые группы. Товарооборот переоборудованных магазинов увеличился в 5-10 раз и составил более 7 млн. грн. (38 млн. руб.). Удельный вес товарооборота Коопмаркета в товарообороте одного районного потребительского общества составляет 25%. Среднемесячный товарооборот в этих предприятиях на 1 кв. м площади составляет 1,2 тыс. грн. (6,5 тыс. руб.), среднемесячная нагрузка на работника прилавка - 25-30 тыс. грн. (135-162 тыс. руб.).

Развитие современных магазинов неразрывно связано с деятельностью оптового звена. К сожалению, нам пока не удастся добиться становления кооперативного опта, который соответствовал бы требованиям рынка.

В 2005 году правление Крымпотребсоюза совместно с представителями Шведской проектной группы начало работу над разработкой и внедрением пилотного проекта создания распределительного центра на оптовой базе Кооперативного оптово-розничного торгового предприятия.

Создание распределительного центра такого уровня позволит оптимизировать процессы поставок товаров в розничную торговую сеть и организовать работу в рамках международных стандартов.

Нестабильная ситуация на продовольственном рынке страны в целом и Крыма, в частности, (острая конкуренция, качество продукции, предлагаемой потребителю, ценовые скачки и проблемы с поставками сырья) привела к значительному спаду объемов производства на предприятиях кооперативной промышленности. Использование мощностей резко снизилось (20-30%), предприятия выпускают всего 0,5-1,0% от объема продукции, потребляемой в обслуживаемом регионе, а некоторые убыточные предприятия закрыты.

Единственной альтернативой этим процессам является комплексная программа развития и технического перевооружения производственной отрасли Крымпотребсоюза.

Поскольку хлебопечение имеет весомую долю в общем объеме производства, как первый этап, в 2003 г. построен мельничный комплекс, осуществляется техническое перевооружение хлебопекарных предприятий. За истекший год в развитие хлебопекарной отрасли вложено около 1 млн. грн. (5,3 млн. руб.), что позволило провести обновление технического парка 9 хлебопекарных предприятий.

Для решения вопросов экономики и ценообразования в хлебопечении - создается объединение «КООПХЛЕБ». Цель которого - объединить возможности хлебопекарных предприятий районных кооперативных организаций и мельничного комплекса и создать полный производственный цикл - от заготовки зерна, его переработки, до выпечки хлеба и его продажи населению.

Воплощение в жизнь комплексной программы развития и технического перевооружения производственной отрасли Крымпотребсоюза позволит на базовых

предприятиях наладить выпуск продукции, отвечающей требованиям рынка, при использовании современных технологий, оборудования и материалов. В решении этих вопросов нам помогает Полтавский университет потребительской кооперации, который в соответствии с договором проводит исследования по вопросам: организации рентабельной работы консервного производства, мониторинга рынка и оценки конкурентоспособности. Все это направлено на восстановление утраченного объема производства, закрепление продукции кооперативных предприятий на продовольственном рынке Крыма и Украины. Мы отлично понимаем, что интеллектуальный потенциал кооперативной науки - это мощный ускоритель роста эффективности работы. И, на наш взгляд, таких совместных проектов еще мало, хотелось бы расширить это сотрудничество.

Особое внимание уделяется развитию кооперативных рынков, особенно в районных центрах.

Для решения задач по созданию на базе рынков современных многофункциональных предприятий, которые позволят активизировать собственную деятельность, расширить сферу бытовых услуг и ассортимент продаваемой продукции, правлением Крымпотребсоюза принят Перспективный план по развитию материально-технической базы рынков до 2010 года. Трансформация действующих рынков системы Крымпотребсоюза в современные торговые сервисные центры предполагает поэтапную модернизацию материально-технической базы рыночного хозяйства, внедрение наиболее эффективных форм и методов торгового и бытового обслуживания.

Проводится застройка рынков новыми объектами стационарной торговли – торговыми павильонами, модулями, магазинами, создается большой комплекс по оказанию бытовых услуг. С этой целью разработаны проекты реконструкции рынков. На строительство, реконструкцию, обновление основных средств и переоснащение предприятий в 2005 году затрачено 3,7 млн. грн. (20,6 млн. руб.), а за 5 лет - 18 млн. грн. (100 млн. руб.).

Для осуществления управленческой деятельности на современном уровне, 2006 год объявлен в системе Крымпотребсоюза годом компьютерной грамотности. В организациях

и предприятиях внедряется программа «Виртуоз», которая позволяет централизованно управлять бизнес-процессами, внедрять электронную форму отчетности и электронную почту, управлять процессами товароснабжения, учета и анализа финансово-хозяйственных операций, документооборота. Программа позволит иметь в правлении Крымпотребсоюза корпоративную информационную базу организаций и предприятий. По утвержденным программам обучение всех специалистов осуществляется на базе Симферопольского кооперативного торгово-экономического колледжа, где за счет средств Крымпотребсоюза оборудован кабинет современной компьютерной техникой.

В потребсоюзе все разработанные и внедряемые Программы учитывают требования сегодняшнего дня, рассчитаны на перспективу и носят долгосрочный характер. При этом ведущим направлением своей деятельности мы определили экономическое развитие системы, эффективное ведение кооперативного хозяйства, что позволит выполнить социальную миссию потребительской кооперации.

На принципе участия пайщиков в экономической деятельности потребительских обществ базируется вся потребительская кооперация. Без активизации участия пайщиков в экономической деятельности, жизни своих потребительских обществ невозможно рассчитывать на какой-либо успех. Ибо, «Не хитростями и уловками врагов, не злобой недругов, а равнодушием членов кооператива наносятся самые тяжелые удары кооперации» (плакат кооператоров Харькова, 1916 год).

Таким образом, перед системой стоит очень важная задача - повысить экономическую заинтересованность членов потребительских обществ, их социальную защиту.

Кооператоры Крыма работают более 100 лет и знают, что многие социальные проблемы села решаются именно благодаря потребительской кооперации. Сегодня в Крыму 550 сельских магазинов потребительской кооперации остаются зачастую единственными культурными центрами в селе. В них работают чайные столы, народные библиотечки, оказываются услуги по бесплатной доставке товаров. В магазинах для пайщиков предоставляются 5% скидки на товары. С 2005 года в Крыму проводится День пайщика.

Кооперативную газету «Вести Центрального союза потребительских обществ Украины» можно прочитать не только в кооперативном магазине. Правления потребительских обществ обеспечили ее подписку в райгосадминистрации, сельские Советы, школы, районные и сельские библиотеки.

Понимая важность пропаганды кооперативных идей и кооперативного образа хозяйствования, Крымпотребсоюзом разработаны и зарегистрированы Товарные знаки. Совет Крымпотребсоюза утвердил флаг Крымского союза потребительских обществ, на ближайшем Совете будет рассмотрен Кодекс чести (Деловой кодекс) работника потребительской кооперации Крыма.

Потребительская кооперация способствует созданию дополнительных рабочих мест. В системе работает около 5 тысяч работников, кроме того, рабочие места предоставляются на кооперативных рынках, организуя закупки сельскохозяйственной продукции на селе мы фактически обеспечиваем работой жителей сельской глубинки.

Поддерживая Государственную Программу по закреплению молодежи в селах, испытывая потребность преемственности поколений и передачи опыта в 2000 году Крымпотребсоюз инициировал создание молодежной организации - Союз молодых кооператоров Крыма. Сейчас Союз насчитывает 19 первичных организаций. Создание Союза явилось толчком к переосмыслению роли молодежи в жизни кооперативных организаций. Да и сама молодежь, почувствовав поддержку и внимание, стала увереннее, смелее, активнее выходит с инициативами, идеями, предложениями. Процесс формирования Союза, как зрелой организации, продолжается, но уже сегодня по инициативе и при самом активном участии этой молодежной организации ежегодно проводятся спартакиады, смотры художественной самодеятельности, конкурсы профессионального мастерства.

За счет кооперативных средств 150 человек обучается в высших учебных кооперативных заведениях. С целью сокращения расходов студентов совместно с Полтавским университетом потребительской кооперации организованы занятия и экзаменационные сессии по месту их компактного проживания с использованием ма-

териально-технической базы нашего Симферопольского колледжа. Для молодых специалистов с 2001 года в Крымпотребсоюзе разработана программа по стажировке руководителей, заместителей, главных бухгалтеров, так как возникла необходимость в их дополнительной подготовке. Эта практика себя оправдала, молодые специалисты, прошедшие стажировку, чувствуют себя более адаптированы на рабочих местах и остаются трудиться в нашей системе. Численность молодежи возросла с 14% в 2002 году до 27% - в 2005 году.

Работники Крымской кооперации уже не первый год шефствуют над школами, интернатами, оказывают им посильную материальную помощь, проводят уроки истории потребительской кооперации, профориентационную работу по привлечению абитуриентов в кооперативные учебные заведения.

Нам удалось сохранить в своей структуре «Детский оздоровительный центр». Ежегодно в летний период Центр оздоравливает более тысячи детей.

Уже стало доброй традицией для системы Крымпотребсоюза принимать участие в акции «Милосердие». Ветеранам оказывается шефская и материальная помощь, проводятся ремонты жилья, приобретение угля, медикаментов, электроотопительных приборов, оформляется подписка на районные и кооперативные газеты и др. Поддержка пожилых людей, инвалидов, многодетных семей, ветеранов потребительской кооперации, оплата обучения пайщиков и их детей в вузах и колледжах, на это и много другое потребительская кооперация Крыма ежегодно расходует более 200 тыс. грн. (1 млн. руб.). При Крымпотребсоюзе создана женская благотворительная организация, в название и основу деятельности которой положен один из принципов потребительской кооперации - «Взаимопомощь». За месяц работы пайщикам отдаленных сел доставлено 1 тн одежды и 0,5 тн продуктов.

Крымскими кооператорами наработан определенный опыт работы с государственными органами. С 1997 года правлением Крымпотребсоюза заключаются Соглашения с Советом министров Автономной Республики Крым. Аналогичные договоры о взаимосотрудничестве заключают районные кооперативные организации с райгосадми-

нистрациями. Правительство Крыма и потребительская кооперация объединили свои усилия с целью создания жителям автономии оптимальных условий в социальной сфере, обеспечения их товарами и услугами, развития кооперативного движения в Автономной Республике Крым, усиления его роли в экономике республики и содействия деятельности Крымпотребсоюза.

Хотелось бы остановиться на таком аспекте, как внесение изменений в программу обучения студентов. Наши учебные заведения готовят квалифицированные кадры, но знания даются большей частью теоретические, тогда как подготовка студентов должна быть максимально приближена к жизни. Уже в процессе учебы они должны осознавать, что учатся не просто на бухгалтера, экономиста или товароведа, а на специали-

ста, который должен организовать дело и уметь принимать решения. Необходимо ликвидировать разрыв между теорией и практикой и организовывать для студентов полноценную производственную практику, нам предлагать проблемные вопросы, которые студенты могли бы рассмотреть в своих курсовых, дипломных работах.

И в заключение мне бы хотелось отметить, что наука и практика, сплотившись вокруг единой идеи, исповедуя исконно кооперативные принципы, просто обязаны вернуть потребительской кооперации ту историческую славу, почет человеческий, которых она за последние годы незаслуженно лишилась.

***М.В. Лазарева,
первый заместитель председателя
правления Крымского потребсоюза***

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ КООПЕРАТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ – ПРИОРИТЕТ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ КАФЕДРЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ, ТОВАРНОГО КОНСАЛТИНГА И АУДИТА

В настоящее время «качество» рассматривается как социально-экономическая категория и затрагивает все стороны жизни общества в целом и каждого человека в частности. Качество – это степень соответствия присущих характеристик требованиям (ГОСТ Р ИСО 2000).

Повышение качества продукции является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности в обществе. Проблема качества актуальна абсолютно для всех товаров и услуг и постоянно отражает требования научно-технического прогресса. Вследствие этого системы менеджмента качества в современном обществе становятся составной частью философии любого производства, охватывая все стадии деятельности от проектирования до утилизации.

Во многих странах проблема повышения качества занимает ведущее место в обеспечении конкурентоспособности продукции, построении новых отношений между потребителем и производителем, удовлетворении материальных потребностей, социальных интересов и духовных запросов общества.

Значение повышения качества в современных условиях достаточно многогранно и имеет социальное, политическое, научно-техническое и экономическое значение, что все больше осознается нашим обществом.

Например, эффект от повышения качества продукции для ее изготовителя заключается:

- в лучшем использовании ресурсов, сокращении потерь от брака, переделок, рекламаций;
- в росте доходов от реализации высококачественной продукции;
- в ускорении реализации продукции;
- в увеличении фондов экономического стимулирования и развития.

Нравственные аспекты проблемы обусловлены тем, что решение проблемы качества способствует формированию творческой личности, духовных ценностей, воспитывает чувство профессиональной гордости и патриотизма за хорошо выполненную работу и выпуск продукции хорошего качества.

Российские производители понимают, что в сегодняшних условиях жесткой конкуренции путь их выживания и благополучия - это высокое качество выпускаемой продукции. Для многих предприятий в последнее время критерием производительности становится не просто увеличение объема производства, а расширение выпуска продукции высокого качества.

В принятой Концепции национальной политики России в области качества продукции и услуг (2002 г.) определены основные направления и цели национальной политики в области качества. Качество продукции и услуг является одним из основных и важнейших факторов реализации национальных интересов государства, в том числе повышения конкурентоспособности отечественных предприятий на внутреннем и внешнем рынках. Национальная политика в области качества на международном уровне должна быть нацелена на закрепление лидирующего положения отечественных предприятий, восстановление и развитие научно-производственного потенциала страны, усиление конкурентных преимуществ

Без решения проблемы качества и повышения эффективности работы кооперативных организаций невозможна и реализация стратегической задачи потребительской кооперации по выполнению социальной миссии, по обеспечению населения и пайщиков качественными товарами и услугами, особенно по удовлетворению потребностей сельского населения.

В условиях конкуренции кооперативные предприятия должны поддерживать стабильное качество собственной продук-

ции, снижать затраты и сокращать количество некачественной продукции, разрабатывать и выпускать новые виды продукции и внедрять безотходные технологии. В соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании» возрастает ответственность кооперативных предприятий не только за качество выпускаемой продукции, но и обеспечение ее безопасности.

Необходимо отметить, что проблема обеспечения качества товаров кооперативных организаций является приоритетной темой научных исследований кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита, на которой работает 4 доктора и 15 кандидатов наук.

В отчетном году исследования проводились по 10 научным темам, большинство из которых направлены на решение проблем потребительской кооперации:

«Разработка путей повышения потребительских свойств и конкурентоспособности пищевых продуктов; вырабатываемых предприятиями потребительской кооперации и других форм собственности»;

«Совершенствование системы управления качеством и безопасности продукции на пищевых предприятиях потребительской кооперации»;

«Повышение эффективности социально-экономической деятельности кооперативных организаций на основе системы управления качеством».

По заказу Центросоюза РФ на кафедре выполняется 2 темы:

«Совершенствование технологий производства хлеба на предприятиях потребительской кооперации»;

«Совершенствование технологии производства колбасных изделий и консервов».

В настоящее время по этим темам проводится мониторинг предприятий хлебопекарной и мясоперерабатывающей отраслей. Исследуется состояние производства, материально-технической базы, изучается структура ассортимента, выявляются имеющиеся проблемы. Работа продолжается, но уже на сегодня видно, что острее проблемами являются жесткая конкуренция, моральный и технический износ технологического оборудования, а также квалификация кадров; до 50 - 70% работников не имеют специального, профессионального образования. Одним из путей решения подготовки кадров является дополнительное профессиональное образование, в частности курсы повышения квалификации.

Преподаватели кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита принимают самое активное участие в проведении курсов повышения квалификации для хлебопеков потребительской кооперации. При общении с практиками мы тоже обучаемся, повышаем свой квалификацию, приобретая такие знания, которые не почерпнешь в самых лучших учебниках.

На кафедре успешно функционируют 3 научные школы, таблица 1.

В рамках научных школ по результатам научно-исследовательской работы в 2005 году опубликовано: 1 монография, 4 учебника, 5 учебных пособий, 55 научных публикаций, в том числе 22 научные статьи, 5 из них в реферируемых журналах; в 2004 году получено 5 патентов на изобретения.

В отчетном году преподаватели кафедры товароведения товарного консалтинга и аудита выступали с докладами на научных конференциях Вологодского института бизнеса, Международной промышленной акаде-

Таблица 1 - Научные школы

Наименование научной школы	Научный руководитель	Ученые
«Разработка пищевых продуктов, обладающих функциональными (лечебно-профилактическими) свойствами»	д.т.н., проф. Хлебников В.И.	д.т.н. Байхожаева Б.У., к.т.н. Дмитриенко С.Ю., к.т.н. Леонова М.Я., к.т.н. Ким Н.Ф., Черемушкина Е.А., Жарков В.
«Теоретические и прикладные проблемы товароведения непродовольственных товаров»	д.т.н., проф. Петрище Ф.А., к.т.н., проф. Капица Г.П.	к.т.н. Еремеева Н.В., к.т.н. Егоров И.В., к.т.н. Калачев С.Л. Овчинникова Н.В., Гаврилова Т.Н., Петров А., Тараев Д., Овечкин В.
«Научные и практические аспекты качества, сохраняемости и конкурентоспособности мясных продуктов при использовании пищевых добавок общепромышленного назначения»	д.т.н., проф. Криштафович В.И.	к.т.н. Жебелева И.А., к.т.н. Колобов С.В., д.т.н. Толкунова Н.Ф., к.т.н. Дуборасова Т.Ю., к.т.н. Луканов М.Ю., к.т.н. Павлова Е.А., Яблоков Д.И., Касперчик О.В., Прокушева Е.А.

Таблица 2

Номер научной специальности	Название научной специальности	Количество аспирантов	Количество соискателей
05.18.15	«Товароведение пищевых продуктов и технология продуктов общественного питания»	4	3
05.19.08	«Товароведение промышленных товаров и сырья легкой промышленности»	5	1

мии, РГТЭУ, Северного государственного медицинского университета (г. Архангельск).

На кафедре ведется подготовка аспирантов по 2 научным специальностям, таблица 2.

Работы аспирантов направлены на исследование актуальных проблем качества, конкурентоспособности, сохраняемости потребительских товаров, разработку нового ассортимента пищевых продуктов, в том числе лечебно-профилактического назначения, совершенствование технологии производства хлебобулочных и мясных продуктов, повышение выхода готовых изделий, решение проблемы рационального использования сырья. Как правило, работы аспирантов заканчиваются разработкой нормативной документации и внедряются на предприятиях.

Приятно отметить, что из 150 аспирантов университета именно нашему аспиранту Яблокову Дмитрию назначена стипендия президента РФ (Научный руководитель д.т.н., проф. Криштафович В.И.).

В 2005 г. по кафедре товароведения, товарного консалтинга и аудита защищено 2 диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук (научные руководители проф. Капица Г.П. и проф. Вилкова С.А) и 1 диссертация (научный консультант проф. Криштафович В.И.) – на соискание ученой степени доктора технических наук в совете Д212.196.07 при РЭА им. Г.В. Плеханова

В научных исследованиях принимают участие не только преподаватели, аспиранты, но и студенты, что обеспечивает преемственность и формирование системы непрерывности научной работы.

На кафедре функционируют научные студенческие кружки, в 2005 году сделано 23 доклада на научной студенческой конференции университета, на конференциях вне университета (заочно) в Хабаровске – 3, в Вологде – 3.

В отчетном году по кафедре было опубликовано 12 студенческих научных работ.

Результаты НИР студентов используются при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.

В феврале 2005 года 4 дипломные работы по специальности 351100 «Товароведение и экспертиза товаров» направлены на Всероссийский конкурс дипломных проектов и дипломных работ «Инновация и карьера», проводимых Международным научным образовательным фондом лауреата Нобелевской премии П.Л. Капицы.

В заключение необходимо отметить, что кафедра в 2005 году достигла определенных успехов в научной деятельности.

Хочу выразить благодарность ректорату за высокую оценку деятельности кафедры. Большое спасибо всем преподавателям и сотрудникам кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита за качественный труд. Особая благодарность профессору Петрище Ф.А., доценту Заикиной В.И., ассистенту и соискателю Касперчик О.В., аспирантам Яблокову Дмитрию и Петрову Алексею.

В юбилейном для потребительской кооперации 2006 году коллектив кафедры готов решать новые задачи.

Предстоит завершить научные темы и разработать рекомендации по повышению эффективности хлебопекарных и мясоперерабатывающих предприятий потребительской кооперации; написать новые монографии, учебники, учебные пособия, научные статьи; сделать новые доклады на всевозможных конференциях; провести курсы повышения квалификации для руководителей и организаций и для преподавателей высших учебных заведений и техникумов по программам:

«Обеспечение современных требований при подготовке товароведов-экспертов по программам высшего профессионального образования»;

«Повышение качества товаров и услуг организаций потребительской кооперации»;

«Новые педагогические технологии при подготовке товароведов по программам среднего профессионального образования».

В.И. Криштафович,
заведующая кафедрой товароведения,
товарного консалтинга и аудита,
д.т.н., профессор,
Российский университет кооперации

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ НА ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Тенденция к росту процессов глобализации в экономике стран в последние два десятилетия породили ряд новых мировых проблем. В частности возникла проблема потери персонификации экономики ряда развивающихся стран и особенно стран, которые стали на рыночный путь развития. Экономика этих стран не может противостоять мощным транснациональным корпорациям и постепенно адаптируется к состоянию производной и вторичной на рынке товаров и услуг.

Новым явлением, характеризующим мировую экономику конца XX – начала XXI века, является переход от интернационализации хозяйственной жизни, которой свойственно отлаживание тесных торгово-экономических связей между отдельными межгосударственными хозяйственными комплексами, до глобализации мирового хозяйства. В современном мире назревает глубокая переоценка процессов, которые происходят на планете, пересмотр базовых концепций и предлагаемых ранее прогнозов и решений. “Новый мировой порядок” постепенно начинает восприниматься не только как оптимистическая схема будущего мироустройства, но более того как постмодернистская *idée fixe* прошедшего века.

В конце 90-х годов развернулась активная дискуссия вокруг проблем и модификации процессов глобализации. Она в основном сопровождалась критикой концепции дерегулирования экономической сферы. Дж. Сакс, Дж. Бхагвати, И. Рамоне и ряд других авторов не только предвидели, но и предупреждали о возможном кризисе в реальном секторе экономики, акцентировали внимание на опасности перекосов при использовании

инструментов антикризисных мероприятий и соответствующей политики в целом. Известный теоретик неолиберализма К. Оме предвидел и прогнозировал неутешительные перспективы развития глобализации, экономисты с мировым именем отмечали об экспансионистской политике ряда финансовых и финансово-политических мировых организаций. Так Дж. Стиглиц неоднократно критиковал и обвинял МВФ за монетаристскую политику, которая проводится фондом, чрезмерную жесткость в навязывании государствам основных требований Вашингтонского консенсуса, негибкое отношение к государствам – должникам, дерегулирование экономики, сокращение хозяйственных функций государства, методологию приватизации, неспособность оперативно решать неординарные вопросы.

Стихийные процессы глобализации не способствуют превращению мировой экономики в интегральное целое, а наоборот, углубляют диспропорцию. Увеличивается контраст между высокоразвитым центром, где живут менее 1/6 населения, и периферией, где сконцентрирована основная масса населения планеты. Так, если в 1960 году 1/5 самой богатой части человечества на земле принадлежало 70% мирового дохода то в 1998 году эта цифра выросла до 86%, и в то же время 20% беднейших за этот период почти вдвое уменьшили и без того свою мизерную долю в доходе. Значительно растет зависимость развивающихся стран не только от развитых стран, но также и от мировых финансово-экономических организаций. Долг развивающихся государств увеличился с 1,5 в 1993 году до 2,2 млрд. дол. США в 2002 году.

Исходя из вышеизложенного, следует сделать вывод, что путь к глобализации – это, в первую очередь, путь к подъему уровня национального производства, обеспечения соответственного рыночного механизма хозяйствования, выравнивания национальных экономических отношений и т.д.

Республики бывшего СССР на пути к глобализации должны принять во внимание то, что этот путь длительный и тяжелый, не приносящий сиюмоментной выгоды и экономического чуда. Прежде всего, следует воспользоваться опытом объединения Восточной и Западной Германии и опытом трансформации кооперативов Венгрии, которые не только не прекратили своего существования, как колхозы в Украине, а наоборот, получили дальнейшее развитие. Кооперативы, которые были принудительно образованы во времена перестройки, не имели под собой ни политической платформы, ни экономического фундамента. Кроме того, в кооперативы влились и чисто случайные люди. Учитывая наиболее благоприятные условия, которые предоставлялись кооперативам, к ним потянулись чисто случайные люди, бывшие дельцы теневой экономики,

бывшие крупные хозяйственные руководители, которые успели оставить за собой уголовное прошлое, партийные функционеры, сотрудники бывших торговых кланов, внешнеторговых объединений, сотрудники силовых структур, сотрудничавшие с криминалитетом, бывшие армейские офицеры и просто преступники. Практически, начиная с 1987 года, половина доходов от предпринимательской деятельности, проходя через оффшорные зоны, попадает в руки теневой экономики, что ведет к подрыву авторитета всей кооперативной деятельности и экономической безопасности государства в том числе. Одним из основных условий преодоления второго этапа общего кризиса в Украине (октябрь – ноябрь 2004 года) является обеспечение экономической безопасности как страны в целом, так и экономических структур различных форм собственности в нестабильной рыночной среде.

В.В. Похилук,
кафедра экономической теории,
к.э.н., доцент,
Полтавский университет
потребительской кооперации Украины

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА УКРАИНЫ КАК ЗАЛОГ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Формирование и дальнейшее функционирование национального продовольственного рынка Украины нуждается в решении проблем создания и развития его инфраструктурного обеспечения. В указанных процессах важную роль играет потребительская кооперация как активный участник преобразования всех сфер жизни современного общества. Она как система имеет собственную инфраструктуру и соответствующую материально-техническую базу, которая представляет собой комплекс взаимосвязанных отраслей деятельности.

Инфраструктурное построение хозяйственной деятельности потребительской кооперации, обусловлено двумя причинами, а именно: развитием и совершенствованием главной области - торговли, нуждающейся в наращивании мощностей, которые ее обслуживают. Поскольку потребительская кооперация выполняет свою торговую деятельность повсюду, на нее возлагается выполнение других экономических задач, родственных с характером ее деятельности - обеспечение роста эффективности главной отрасли - торговли - с целью торгово-экономической безопасности.

Деятельность системы потребительской кооперации тесно связана с функционированием аграрной сферы. По нашему убеждению, ныне важным направлением может стать интегрированное развитие аграрной сферы и системы потребительской кооперации во всех регионах Украины. Критерии создания и функционирования самостоятельных кооперативных предприятий и организаций основаны на функциях собственника, который реализует свои права владения, распоряжения и использования собственности.

Считается экономически целесообразным в ходе интеграционных процессов системы потребительской кооперации и аг-

рарной сферы шире вводить инфраструктурные элементы сервисного обслуживания производителей в области агротехники. Может иметь широкое распространение форма хозяйственных связей кооперативов с производителями через организацию переработки и сохранения аграрной продукции в домашних условиях, на условиях соглашения с населением.

Обеспечение национального продовольственного рынка собственными товарными ресурсами требует развития кооперативной промышленности. Сегодня соответствующие инфраструктурные подразделения системы много теряют через ограниченный ассортимент продукции, плохое качество, неконкурентоспособные цены. Современные экономические условия требуют организации мониторинга развития инфраструктуры рынка потребительской кооперации как составной национальной агропромышленного рынка.

Деятельность потребительской кооперации, как важной компоненты инфраструктуры продовольственного рынка, тесно связана с функционированием всех ее составных. В особенности значительна связь предприятий и организаций потребительской кооперации с сельскохозяйственными производителями.

Однако, за последние годы, под влиянием как внешних, так внутренних факторов, потребительская кооперация значительно снизила свои позиции, уменьшила свою частицу в общем обороте продовольственного рынка. Основным конкурентом потребительской кооперации на продовольственном рынке в настоящее время выступают частные предприниматели, которые в рыночных условиях являются более мобильными.

Значительный финансовый и экономический кризис испытали кооперативные

заготовительно-перерабатывающие предприятия. В свое время это были монополисты, но с вступлением Украины в период построения рыночных отношений, эти структуры, в значительном своем большинстве не смогли своевременно и быстро изменить и усовершенствовать механизм своего функционирования. Основными партнерами потребительской кооперации остались домохозяйства населения, но и с ними объемы заготовок сельскохозяйственной продукции значительно сократились из-за нехватки финансовых средств.

Но несмотря на это заготовительная и перерабатывающая отрасли со своим многолетним опытом работы, опытными кадровыми ресурсами являются потенциально важным каналом поступления сельскохозяйственной продукции в торговлю и на перерабатывающие предприятия. Кроме того, за последние годы в потребительской кооперации, и, в частности, в заготовительно-перерабатывающей области наблюдаются положительные сдвиги. Они касаются как увеличения объемов заготовок и переработки продукции, так и изменением форм и мето-

дов проведения заготовок, форм хозяйственных связей с производителями и потребителями. Поэтому, одним из стратегических направлений деятельности потребительской кооперации есть восстановление ее роли и места в инфраструктуре продовольственного рынка Украины, становление взаимовыгодных и эффективных отношений между субъектами продовольственного рынка.

Экономические отношения должны складываться на принципах партнерства, гибкости, организационной динамичности, научности, инновационных подходов, диагностики, осознанности перспективы. Организации потребительской кооперации должны понимать, что успех и эффективность их деятельности, прибыль, дальнейшее развитие, расширение масштабов деятельности зависят от знания рыночных законов, закономерностей их действия, высокой конкурентности.

Н.Н. Краус,
аспирант кафедры экономической теории,
Полтавский университет
потребительской кооперации Украины

ИНФОРМАЦИЯ О СТРУКТУРЕ КАПИТАЛА - ОСНОВА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях свободной конкуренции финансовые решения по предприятию можно условно разделить на две группы:

- инвестиционные решения;
- решения финансирования.

Инвестиционные решения связаны с образованием и использованием активов и дают ответ на вопрос «куда вложить?».

Решения финансирования связаны с образованием источника финансирования и дают ответ на вопрос «где взять средства?». В связи с этим остановимся на вопросах сути и содержания структуры капитала.

Стоимостная оценка имущества характеризует уровень благосостояния его владельца. Стоимость имущества, вложенного собственником в предприятие, формирует собственный капитал этого предприятия. Для того, чтобы превратить свое имущество в капитал, владелец данного имущества должен, как минимум, соблюсти следующие условия: капитализируемое имущество должно быть отделено от другого личного имущества владельца на длительное время (возможно – навсегда).

Собственник теряет возможность использования физических или иных свойств капитализируемого имущества для непосредственного личного потребления; с момента капитализации право на пользование и распоряжение инвестированным имуществом должно быть передано другому экономическому субъекту – предприятию. Капитализированное имущество становится активами предприятия, обязующегося использовать их таким образом, чтобы стоимость этих активов максимально возросла.

Стимулом, подвигающим собственника на добровольный отказ от части своих законных прав на принадлежащее ему имущество, является предоставляемое ему взамен право на получение суммы прироста собственного капитала предприятия. Такой прирост собственного капитала, обусловленный деятельностью предприятия, нацеленной на увели-

чение стоимости его активов, называется прибылью предприятия. Часть прибыли, остающаяся после уплаты предприятием налога на прибыль, принадлежит владельцам предприятия. Эту часть называют чистой прибылью.

Стоимость активов всегда равна стоимости вложенного в них капитала. Главное предназначение активов предприятия – приносить ему доход. Предприятие может комбинировать своими активами любым не запрещенным законом способом, чтобы максимизировать результат. В финансовом менеджменте исключается возможность случайного приобретения предприятием каких-либо активов. Любая закупка должна иметь предварительное финансовое обоснование, основным критерием которого является максимизация дохода. Если окажется, что приобретенный актив не способен обеспечить предприятию ожидаемый доход, то он должен быть продан, а высвободившиеся деньги вложены в другой, более доходный актив. Операции с активами, не приводящие к изменению стоимости активов (активы продаются по той же цене, по которой они были куплены), оставляют величину собственного капитала предприятия неизменной.

Специфика деятельности большинства отраслей бизнеса обуславливает необходимость разделения совокупных активов предприятия на две части: длительно эксплуатируемые (свыше 1 года) и приобретаемые на срок до 1 года. В первом случае говорят о фиксированных активах или долгосрочном активе предприятия (в его состав входят – основные средства, незавершенное строительство, долгосрочные финансовые вложения). Имущество такого рода составляет основу бизнеса, придает ему стабильность и устойчивость. Предприятие не сможет быстро расстаться с этими активами без значительной потери их стоимости, т.е. эти активы имеют низкую ликвидность. Распродажа основного капитала предприятия свидетельствует о возникших у него серьезных проблемах. Оче-

видно, что вложение капитала в основные средства является очень ответственным шагом, поэтому ему предшествует длительная и трудоемкая процедура разработки и анализа инвестиционных проектов.

Другой вид активов называется оборотными средствами или оборотными активами (синонимы – текущие активы, оборотный капитал). Данные активы обеспечивают текущие потребности предприятия в сырье, материалах, товарах и т.п. и достаточно быстро завершают свой финансовый кругооборот, трансформируясь из денежной в материальную форму и обратно в деньги. Их ликвидность значительно выше, чем у основных фондов. Тем не менее, в каждый данный момент времени, определенная часть вложенного в предприятие капитала должна быть связана (иммобилизована) в остатках каких-либо оборотных активов – запасов, дебиторской задолженности и др. Снижению величины этих остатков способствует ускорение оборачиваемости текущих активов. В этом случае одна и та же сумма вложенного в предприятие капитала принесет ему больший доход.

После создания предприятия может оказаться, что его собственного капитала недостаточно для покрытия потребностей в основных средствах и оборотных активах. В этом случае предприятие имеет право выступать от своего лица в качестве заемщика необходимых ему ресурсов. Если цена привлекаемых ресурсов ниже уровня доходности, обеспечиваемого активами предприятия, то выгода для собственников становится очевидной. Они заинтересованы в увеличении доли заемных средств и понуждают руководство предприятия к привлечению таких ресурсов. Эффект от использования заемных источников называют эффектом финансового рычага (левереджа).

Структура заемного капитала неоднородна. Для финансов имеет принципиальное значение срок, на который привлекаются ресурсы. Наиболее выгодными для предприятия являются долгосрочные займы и кредиты, к которым в практике относятся обязательства со сроком погашения свыше 1 года (в развитых странах долгосрочными считаются обязательства со сроком погашения свыше 5 и даже 10 лет). Долгосрочные источники являются полноценным инвестиционным ресурсом, который может быть вложен в масштабные проекты, способные окупить затраты к момен-

ту погашения задолженности. В этом смысле долгосрочные источники идентичны собственному капиталу. В финансовой практике они называются долгосрочным заемным капиталом или долгосрочными пассивами. Сумма собственного и долгосрочного заемного капиталов называется постоянным или долгосрочным капиталом.

Общая сумма краткосрочных обязательств называется краткосрочными пассивами, краткосрочным заемным капиталом или просто краткосрочным капиталом. В сумме с долгосрочным заемным капиталом данные источники образуют пассивы предприятия или его заемный капитал. Таким образом, для предприятия, использующего эффект финансового рычага, общая величина его активов будет всегда равна сумме собственного капитала и пассивов. Данное равенство отражает основное балансовое уравнение, лежащее в основе финансового менеджмента: $A = СК + П$.

Разница между общей стоимостью активов и общей величиной заемного капитала называется чистыми активами. Еще один важнейший финансовый показатель для предприятия это – наличие собственных оборотных средств или величина собственного оборотного капитала (синоним – рабочий капитал).

Снижение наличия собственных оборотных средств может означать вложение чистых оборотных активов в инвестиционную деятельность, направление их на реализацию масштабных проектов с высоким уровнем ожидаемого дохода. Однако при этом уменьшается степень покрытия краткосрочных обязательств оборотными активами, что увеличивает риск возможного банкротства. Отрицательная величина собственных оборотных средств свидетельствует о финансовой неустойчивости предприятия, так как имеющихся в его распоряжении текущих активов уже недостаточно для покрытия срочных обязательств. Поэтому требования кредиторов могут быть направлены и на его основной капитал – здания, оборудование, транспортные средства и т.п.

Исходя из вышеизложенного можно считать основным компонентом по принятию финансовых решений информацию о содержании и структуре капитала.

И.Н. Исманов,
доцент,

Фергандинский политехнический институт

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ УГЛУБЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ АЗЕРБАЙДЖАНА

В новых условиях хозяйствования и углубления процессов интеграции необходима интенсификация торгово-хозяйственной деятельности, что в свою очередь требует и обуславливает необходимость значительного улучшения форм и методов обучения и подготовки кадров. В этой связи заслуживает внимания проведенная в рамках стран СНГ в Таджикском государственном университете кооперации конференция на тему: «Развитие предпринимательства в условиях углубления интеграционных процессов».

Радикальная реформа, проводимая в настоящее время, ориентирует нас на непрерывное совершенствование учебного процесса в соответствии с наиболее прогрессивными тенденциями, наблюдающимися в отраслях народного хозяйства стран СНГ, в том числе кооперативной торговле. Поэтому целесообразно, чтобы в этой дискуссии с учетом углубления интеграционных процессов приняли участия и практические работники торговых предприятий. Это позволит сломать устоявшуюся пассивность, а также научить студента мыслить масштабно и действовать на практике с нестандартных позиций. Азербайджанский университет кооперации добился некоторых положительных результатов путем активного участия в решении проблем интеграции процессов обучения с практикой деятельности Сальянского, Апшеронского, Кюрдамирского, Уджарского, Хырдаланского кооперативных предприятий, а также межрайонных оптовых баз. Выполнение программных требований осуществляется на основе действующих предприятий. Комплексные индивидуальные темы и задания сводятся к тому, чтобы теоретические положения, изложенные на лекциях, навыки и умения, приобретенные на лабораторных, практических и семинарных занятиях, не только закрепили, но и вызвали у студента потребность увязать их с практикой работы кооперативных предприя-

тий, а самое главное, с будущей деятельностью выпускника. Защита дипломных и курсовых проектов осуществляем прямо на объектах научного исследования.

Положительные результаты такого подхода были опубликованы в журналах, газетах г.г. Москвы и Баку.

Программа производственного обучения, на наш взгляд, должна быть направлена на выполнение студентами комплексного, индивидуального задания, охватывающего весь цикл основных профилирующих дисциплин, формирующих выпускника как специалиста. В сентябре 2005 года мы подвели итоги этой работы и выявили лучшие результаты по всем проблемным аспектам. Студенты предоставили аналитический отчет в объеме 30-40 страниц, который мы намерены использовать при решении коммерческих ситуационных задач, проведении деловых игр и студенческих научных конференций. Лучшие работы оформляются на выставках учебно-методической работы кафедры международной торговли и коммерческой деятельности.

Расширение предпринимательства в условиях углубления интеграционных процессов закономерно приводит к развитию коммерции. Желательно, чтобы на конференциях обсуждались и конкретизировались аспекты коммерческой деятельности, рекомендуемые для адаптации их в кооперативных вузах СНГ. На наш взгляд, в целях адаптации следует включить в список право оказывать помощь населению, предприятиям и учреждениям платные услуги (обучение по дополнительным программам, индивидуальным планам, преподавание дисциплин сверх программ) и деятельность эту расценивать как предпринимательство.

Одновременно надо следить за тем, чтобы кооперативные и другие современные формы научно-производственной деятельности создавали и функционировали не в ущерб вузовскому потенциалу, решениям главных

задач учебных заведений. Поэтому очень важно при создании в вузах кооперативов не обойти желающих войти в них авторов научных идей, создателей изобретений, изделий, технологий, материалов и соответственно оплачивать их труды. Если же разработки и идеи просто передаются в кооперативы энергичным предприимчивым людям, то необходимо обеспечить правовую защиту и вознаграждение авторов таких разработок и идей.

К сожалению, в кооперативных высших учебных заведениях в основном организуются посреднические, а не научно-производственные кооперативы, бесконтрольно использующие ранее созданные вузовскими учеными технические новшества. Необходимо создать методические рекомендации по организации научно-производственных кооперативов при высших учебных заведениях.

Ректорат Азербайджанского университета кооперации ведет подготовительную работу в этом направлении. Нами изучены некоторые аспекты создания базовых объектов в различных регионах республики.

Председатель правления Азериттифака Эльдар Кулиев, являясь кандидатом в депутаты Милли Меджлиса (Госдумы) республики, включил в свою программу депутатской деятельности создание новых рабочих мест для решения социально-экономических задач в зоне деятельности потребкооперации Азербайджана с учетом открытия на этой базе научно-производственных кооперативов под научно-методическим руководством Азербайджанского университета кооперации, а также использования их как учебной базы производственной практики студентов.

XX съезд Азериттифака состоявшийся 23.08.2003 года, поставил новые задачи для успешного развития предпринимательской деятельности в условиях углубления интеграционных процессов. Создан Совет старейшин при правлении Азериттифака. В состав Совета входят опытные кооператоры, ученые и преподаватели специальных дисциплин. Предусматривается осуществление прямых производственных и научно-технических связей с предприятиями стран СНГ в интеграционных процессах.

Процесс суверенизации Азериттифака и интеграция его в мировое сообщество неразрывно связан с подготовкой более квалифицированных кадров для системы потребительской кооперации. В сложившихся условиях

особое значение имеют вопросы высшего образования. Поэтому важны ежегодно проводимые саммиты СНГ, выявление проблем, творческий подход по трем критериям: компетентности, социальной активности и мыслительной деятельности.

Азериттифаку принадлежит решающая роль в осуществлении руководства над интеграцией учебного процесса науки и практики. Поэтому рекомендуется создание координационного центра, разработка комплексной программы обучения, создание соответствующей требованиям учебных планов материально-технической и практической базы для качественного проведения производственной практики студентов. Создание таких предприятий и материально-технической базы необходимо осуществлять на основе любой формы собственности, включая смешанную, кооперативную, семейную, совместную. Малое предприятие, кооперативное сообщество обретает право деятельности со дня регистрации

Вынося на обсуждение научной общности кооперативной высшей школы ряд концептуальных проблем развития вузовской науки, мы должны со всей определенностью и самокритично признать, что нам пока не удалось существенно увеличить вклад вузовских ученых в дело ускорения реализации научно-технических программ в системе потребительской кооперации.

Для претворения в жизнь принятых решений республиканского потребсоюза нами проводится большая работа по увеличению аудиторного фонда и создания новых лабораторных и учебных кабинетов, а также собственных баз для прохождения учебной производственной практики студентов. Одновременно предусматривается создание целевых малых предприятий по заготовительной, производственной и торгово-технической направлениям, с учетом выхода на международный рынок, а также повышения квалификации работников системы потребкооперации, используя положительный опыт Самаркандского Кооперативного института. Слушатели курсов повышения квалификации после изучения теоретического курса направляются в зарубежные страны для изучения передовых методов работы и осуществления коммерческой деятельности.

**В.А. Алиев, профессор,
М.Б. Табасарански, профессор,
Азербайджанский университет кооперации**

РОЛЬ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНА В УДОВЛЕТВОРЕНИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТРАНЫ В НЕФТЕПРОДУКТАХ

Рыночные отношения предъявляют новые требования к качеству производимой продукции, повышению ее конкурентоспособности и реализации на мировом рынке. В этой связи количественные и качественные изменения в добыче первичных энергетических ресурсов на современном этапе и в перспективе должны проводиться применительно к новым условиям. Так, сегодня нефтеперерабатывающая промышленность Азербайджана ставит задачи по углублению переработки нефти, повышению качества нефтепродуктов, увеличению производства сырья для нефтехимии, сокращению потерь нефти и нефтепродуктов, улучшению экономических характеристик производства отрасли. Важным вопросом для выбора направления развития нефтеперерабатывающей промышленности является определение тенденций развития двигателей, являющихся основным потребителем нефтепродуктов. Это, в свою очередь, оказывает влияние на структуру, ассортимент и качество топлива и масел, а следовательно, на структуру и технический уровень технологических процессов нефтеперерабатывающих заводов.

Важным в определении технических направлений развития нефтеперерабатывающей промышленности является будущая структура топливно-энергетического баланса республики. Как известно, в перспективе намечается ускоренное развитие авиационного, морского, речного и автомобильного транспорта, что определено и в Программе ТРАСЕКА. Грузовые автомобильные перевозки, особенно на короткие расстояния, резко возрастут.

В настоящее время в морском, речном флоте и автомобильном парках продолжается ускоренное развитие дизелизации. Вовлечение дизельного топлива вместо бензина позволяет уменьшить удельный расход топлива на 30-35%. Дизелизация же моторного, особенно автомобильного пар-

ка, имеет огромное экономическое, социальное и техническое значение.

Экономическое значение широкой дизелизации состоит в существенном сокращении потребления топлива в отраслях экономики и затрат на его производство, а также в сокращении расхода нефти на производство нефтепродуктов, что уменьшит затраты на их добычу и транспорт.

Социальное же значение указанной проблемы заключается в том, что для дизельного двигателя характерно полное сгорание топлива, по сравнению с карбюраторным, а значит и сокращается (в 2 раза) выброс в атмосферу токсичных газов.

Следует отметить, что производство дизельного топлива технически проще осуществить, чем выработку высокооктановых бензинов. Так, основная масса высококачественного дизельного топлива получается в процессе прямой перегонки нефти, требуя при этом, ввиду высокого содержания в них серы, дополнительно процесса гидроочистки при низких давлениях. Таким образом, при дизелизации автопарка в отраслях экономики достигается большая экономия денежных ресурсов, нефти, топлива, металла, сокращение мощностей по производству нефтепродуктов и затрат труда.

Широкая дизелизация позволит высвободить значительные ресурсы сравнительно дешевых бензинов прямой перегонки для нефтехимической промышленности.

В настоящее время в республике функционируют Бакинский нефтеперерабатывающий завод им. Г. Алиева и завод «Азнефтьяг», перерабатывающие ежегодно 6,2 млн. тонн нефти. Производимое топливо удовлетворяет не только потребности страны, но и частично экспортируется. Исследования показали, что в 2005 году из Баку было отгружено 1005013 метрических тонн нефтепродуктов. Из них автомобильный бензин - 283525 м/т, дизельное топливо - 457 тыс. м/т, авиакеросин - 149192 м/т, сжиженный газ

бутан – 12098 м/т и печное топливо (мазута) – 103199 м/т¹.

За последние годы на нефтеперерабатывающем заводе им. Г. Алиева и заводе «Азнефтьяг» благодаря проводимой реконструкции был выполнен ряд основополагающих работ в части совершенствования технологии, и в результате интенсивности их выполнения качество продукции резко выросло.

Важным в перспективе является организация производства автомобильного бензина двух марок А-76 и АИ-93 для обеспечения потребности, увеличения объема производства высококачественного дизельного топлива и других продуктов.

Реализация мероприятий по увеличению объема производства дизельного и реактивного топлива с требуемой температурой начала кристаллизации позволит почти вдвое увеличить в стране производство жидких парафинов, которые являются эффективным сырьем для производства продуктов нефтехимии. Намечаются высокие темпы развития производства кокса и нефтебитума.

Необходимо подчеркнуть, что увеличение объема производства нефтепродуктов в республике в основном предусматривается за счет углубления переработки нефтяного сырья, т.е. вовлечения в переработку тяжелых остатков, используемых в настоящее время в качестве котельного топлива. Но и в перспективе с целью улучшения структуры энергетического баланса целесообразным является уменьшение в нем доли жидкого котельного топлива, замены его атомной и гидравлической энергией или же газом.

Сегодня в отрасли созданы благоприятные условия для перехода к переработке парафинистых нефтей республики для производства смазочных масел. Производство смазочных масел на перерабатывающих заводах занимает второе место среди основных после моторных топлив. Их производство потребляет 26-28% всех энергетических ресурсов, 30-32% трудовых ресурсов и 17-20% основных производственных фондов нефтеперерабатывающей промышленности республики.

В ближайшей перспективе после полного осуществления мероприятий по реконструкции отрасли, намеченных «Государственной Программой по развитию топливно-энергетического комплекса (2005-2015 гг.)», материальные ресурсы, используемые в производстве смазочных масел, значительно увеличатся. Важным в этом направлении является совершенствование действующих технологических процессов, позволяющих повысить качество смазочных масел.

Таким образом, в результате увеличения выхода основных нефтепродуктов из нефтяного сырья, реконструкции и модернизации отдельных технологических процессов и улучшения качества топлива и масел, создадутся благоприятные экономические показатели, как для предприятий нефтеперерабатывающей промышленности, так и для отраслей экономики республики, применяющих продукты нефтепереработки.

С.Я. Мамедова,
аспирант,

Азербайджанский университет кооперации

ЛИТЕРАТУРА:

1. Государственная Программа по развитию топливно-энергетического комплекса Азербайджанской Республики (2005 – 2015 годы).
2. Материалы Государственной Нефтяной Компании Азербайджанской Республики за 2005 г.
3. Абдуллаев Р.И., Хыдыров Б.С. Роль завода «Азнефтьяг» в нефтеперерабатывающей промышленности Азербайджана. Баку, Элм, 2003, 192 с.

¹ Данные приводятся по материалам ГНКАР за соответствующие годы.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РОССИИ

Сегодня каждый руководитель должен понимать, что сила потребительской кооперации, как и любой другой организации, прежде всего, в человеческих ресурсах.

Человеческие ресурсы – основной штатный состав работников организации, выполняющих различные производственно-хозяйственные функции. Они являются продуктом культуры, традиций, образования, опыта и характеризуются численностью, структурой, профессиональной пригодностью, компетентностью.

В настоящее время главной задачей управления человеческими ресурсами является эффективное использование работника, обладающего знаниями, опытом, личными качествами и свойствами, а также информацией и производительной силой.

На результативность деятельности предприятия определяющее влияние оказывает экономический аспект в управлении персоналом. Именно с ним связано формирование численности персонала, его профессионально-квалификационного состава (в увязке с применяемой техникой, технологией, организацией производства и труда), эффективное использование персонала по времени, квалификации, уровню образования и т.д. Однако все большее значение начинает приобретать социальная направленность в кадровой работе, смена акцентов в кадровой политике на учет интересов работника, повышение мотивированности труда, как условия более высокой его результативности.

На смену теории, рассматривающей персонал, как издержки, которые надо сокращать, появилась теория управления человеческими ресурсами, в соответствии с которой более эффективной является политика создания и поддержания условий для развития персонала, вкладывания в него средств, грамотного управления его развитием.

В настоящее время в связи с тем, что лояльный персонал является одним из

решающих факторов конкурентоспособности предприятия, большое внимание уделяется изучению психологии воздействия на человеческий ресурс предприятия.

Специфика человеческих ресурсов состоит в следующем:

1. Люди наделены интеллектом, их реакция на внешнее воздействие эмоционально-осмысленная, а не механическая. То есть процесс взаимодействия между организацией и сотрудником является двусторонним.

2. Люди способны к постоянному совершенствованию и развитию, что приводит к увеличению их стоимости как ресурса. Это же качество в современных условиях, когда технологии и профессиональные навыки устаревают все быстрее, становится наиболее важным и долговременным источником повышения эффективности деятельности любой организации.

3. Трудовая жизнь человека продолжается 30-50 лет, соответственно отношения человека и организации могут носить долговременный характер.

4. Люди приходят в организацию осознанно, с определенными целями и ожидают от организации предоставления возможности реализации этих целей. Таким образом, удовлетворенность сотрудника взаимодействием с организацией является таким же необходимым условием продолжения этого взаимодействия, как и удовлетворенность организации.

5. Каждый человек уникален. Реакция разных людей на один и тот же метод управления может быть совершенно различной.

В силу описанной выше специфики управление персоналом представляет собой особый вид деятельности, требующий выполнения специальных функций, использования особых методов и наличия особых качеств у руководителей. Управление людьми требует творческого, а не механи-

ческого подхода, индивидуализации и учета долгосрочной перспективы при принятии всех решений. Одной из задач руководителя любой организации является эффективное использование и укрепление кадрового потенциала работников.

Факторами укрепления кадрового потенциала, по нашему мнению, являются:

- мотивация труда работников;
- социальная политика в отношении персонала;
- обучение персонала;
- оценка персонала;
- улучшение качественного состава кадров.

Мотивация персонала является одним из основных факторов повышения конкурентоспособности организации. «Если не разрешена проблема мотивации, попытки повысить эффективность управления всегда приводят к обратному эффекту» - (В. Бовыкин). Стимулировать своих подчиненных - прямая обязанность руководителя.

Стимулирование – создание условий, возможностей, атмосферы заинтересованности человека в проявлении инициативы и достижения определенного качества своей деятельности. Стимулы выступают в процессе управления в качестве факторов воздействия, которые менеджер использует для достижения поставленных целей и получения результатов и для согласования совместной деятельности работников.

В практике управления одной из самых распространенных его форм является материальное стимулирование – система конкретных мер, с помощью которой экономическая заинтересованность работников используется для развития производства, повышения его эффективности и наиболее полного удовлетворения потребностей.

Что стимулирует хорошую работу? Казалось бы, тут и вопроса нет. С одной стороны – деньги, возможность заработать, с другой – перспектива продвижения, возможность получить более выгодную, интересную, престижную работу. Однако, кроме этих очевидных факторов существуют еще механизмы, побуждающие нас хорошо работать. Ведь, как известно, «не хлебом единым жив человек». Когда на Руси хотели сказать о работнике хорошее, то говорили: «Он работает не за

страх, а за совесть». Таким образом, народная мудрость подсказывает нам здесь два моральных стимула к труду: «страх» и «совесть». Но есть кроме них еще один – «интерес», причем понимаемый не только в материальном, но и в морально-психологическом смысле. Вспомните миф о Сизифе, за грехи свои поднимающем камень в гору.

Хотелось бы обратить внимание на то, что в сознании россиян есть сильная переоценка материальных факторов стимулирования. Причем это взаимный процесс. Он идет не только от руководства, но и от самих сотрудников.

Проблема в упрощенном понимании того, что побуждает людей хорошо и добросовестно трудиться. Многие думают, что прибавка к зарплате и угроза увольнения могут решить все проблемы. Вместе с тем фонд заработной платы в организациях весьма ограничен.

Если пытаться мотивировать работников только деньгами, то скоро не хватит для этого средств. Кроме того, специалисты утверждают, что повышение заработной платы воспринимается как стимул в течение одного-трех месяцев, а затем воспринимается как должное. Для компании очень плохо, если у большинства сотрудников количество зарабатываемых денег становится пунктиком. Именно такие сотрудники в любой момент готовы уйти, если другое предприятие предложит им большую заработную плату.

Зарплатные ресурсы не беспредельны, как и возможности поднять человека вверх по карьерной лестнице. Как же тогда мотивировать персонал?

Нельзя забывать о том, что работников мотивирует также понимание значимости выполняемой работы. Как заметил на заседании круглого стола в Калужском облпотребсоюзе (2005 г.) В.Ф. Ермаков, «... сильным стимулом для руководителя является осознание им смысла своей работы». Эти слова в полной мере относятся к любому работнику потребительской кооперации.

Можно ли добиться удовлетворительных результатов, если работник не видит смысла в своей работе? Можно. А вот хороших или тем более выдающихся – вряд ли.

Хотелось бы привести в качестве иллюстрации известную притчу:

Путник шел по дороге и увидел работающих каменщиков. «Что ты делаешь?», - спросил он первого. «Я кладу камни», - ответил тот. «А ты что делаешь?», - спросил путник второго каменщика. «Я работаю за две гривны в неделю». Увидел путник третьего строителя и обратился к нему с тем же вопросом. «Я строю дворец, который простоит века», - таким был ответ. Не правда ли, приятно осознавать, что вы делаете что-то действительно важное и нужное?

Вот так и работники потребительской кооперации. Во время командировок в потребсоюзы неоднократно убеждалась, что значительная часть наших работников работает добросовестно, так как видит смысл своей работы, в том числе в борьбе с бедностью на селе. Люди, работающие в потребительских обществах, на местах, чувствуют, что каждый день они делают значительное и полезное дело. Это сильно отличается от простого «хождения на работу».

Как известно, россияне часто способны качественно работать за идею. Но когда идеи нет, то ради чего? Не случайно, в стране растёт интерес к корпоративной культуре, попытке создать идею, которая заставит людей работать с полной отдачей в масштабе организации. Организации потребительской кооперации имеют такую идею. Это наша социальная миссия.

Существует разница между тем, как люди могут работать, и тем, как они работать хотят. Главная составляющая этой разницы – мотивация.

Назначение мотивации как функции менеджмента в том, чтобы создать у сотрудника организации внутренние побудительные мотивы к высокопроизводительному труду.

Рассмотрим понятие мотивации. Мотивация в менеджменте понимается как система действий по активизации мотивов другого человека. В психологии *мотив* - это то, что активизирует поведение, либо поддерживает и направляет его.

На мотивацию можно посмотреть с двух позиций. Для человека – это индивидуальная система мотивов, с позиции менеджмента – это система действий по побуждению других сделать что-либо.

Существует два способа воздействия на людей: принуждение и побуждение. В случае принуждения человека заставляют делать то, что необходимо. Даже если со-

трудник не заинтересован в выполнении задания, он, тем не менее, его выполняет. Им движет не внутренняя потребность, а воля, приказ руководителя. Конечно, «...понуканием и приказом можно заставить работать, но невозможно принудить добиваться высоких результатов» (Николаус Б. Энкельманн).

Побуждение в отличие от принуждения настраивает человека на поведение, способствующее эффективному достижению целей организации.

Суть мотивации легко определяется по результату: люди хотят того же, чего и вы, они действуют так, как вы бы хотели, чтобы они действовали. И они делают это по собственной воле, а не по принуждению.

Задача менеджера состоит в том, чтобы создать условия, которые позволили бы работникам удовлетворить свои потребности, или быть уверенными в возможности это сделать посредством типа поведения, приводящего к достижению целей организации. То есть для руководителя важно сформировать такую систему мотивации своих работников, которая бы соответствовала их потребностям и ценностям.

Для воздействия на поведение людей необходимо, прежде всего, выявить доминирующие потребности (помня, что потребности людей меняются). Так, например, работник, получивший в процессе обучения и производственной деятельности знания и навыки, хочет применить свои умения в труде. Чем больше ему это удастся, тем выше степень его удовлетворенности, а значит, и производительность его труда. В данном случае работник считает цели организации своими целями.

Если потребности неудовлетворены, люди начинают *работать с меньшим усердием или искать другое место, где потребность будет удовлетворена*.

Как мы уже отмечали, основным методом мотивации считается материальное стимулирование. Однако в нашей статье мы остановимся на нематериальных методах, так как возможности использования денежных средств ограничены.

Под нематериальными, а точнее, нефинансовыми вознаграждениями подразумеваются все методы, не касающиеся непосредственно оплаты труда, которые предприятия используют для вознаграждения своих со-

трудников за хорошую работу и повышения их мотивации к приверженности фирме.

В России, когда с появлением рынка стройная советская система стимулирования труда на партийно-профессиональной основе претерпела как структурную, так и идейную деформацию, народ побросал в угол переходящие красные знамена, экраны соцсоревнований и доски почета и ринулся укреплять экономические позиции, несколько подзабыв по дороге про человеческий фактор. Оказалось, что человеческий фактор забыт напрасно. Сегодня лояльный и хорошо мотивированный персонал является одним из важнейших факторов, влияющих на развитие компаний.

Большое значение для мотивации персонала имеет общественное признание заслуг коллектива и отдельных работников через широкую информацию о них в многотиражной печати и на специальных стендах, вручение памятных знаков и грамот, объявление благодарностей на собраниях, специальные доклады высшему руководству, награждение турпоездками, билетами на концерт, в театр и т.п.

Важным инструментом усиления конкурентоспособности, формирования кадровой политики в вопросах привлечения молодежи и предотвращения текучести профессиональных работников потребительской кооперации является социальная политика в отношении работников.

В потребкооперации уже давно уделяют внимание социальной защищенности работников.

Осуществляется разработка так называемого «социального пакета»:

- охрана здоровья пайщиков, работников и членов их семей;
- кооперативные организации выступают гарантом в вопросах обязательного социального, пенсионного, медицинского страхования, обеспечения минимального размера оплаты труда;
- традиционные социальные блага - выплата материальной помощи к отпуску, оплата предприятиями путевок и проезда к месту отдыха и обратно, доплата к государственной пенсии;
- новые формы - повышение уровня трудовых, профессиональных навыков работника, организация отдыха, восстановления сил работника, обеспечение на рабо-

чем месте условий для профессионального и продуктивного труда работников.

Для совершенствования этого направления деятельности потребительской кооперации целесообразным считаем рассмотреть опыт других сфер деятельности.

Иногда очень трудно провести четкое разграничение между материальной и нематериальной мотивацией. Например, для компании льгота связана с денежными выплатами, а для сотрудника это нематериальный стимул.

В последнее время во многих организациях принято обеспечивать работников «социальным пакетом», который является своеобразной визитной карточкой. Содержание социального пакета порой является мощным стимулом для построения карьеры или получения дополнительного образования.

Как правило, социальный пакет разрабатывается департаментом управления персоналом и согласовывается с руководством компании.

Список льгот включает:

- медицинская страховка;
- страхование жизни;
- полностью или частично оплачиваемое питание;
- дополнительный отпуск;
- материальная помощь в случае свадьбы, юбилеев или похорон;
- пребывание в оздоровительных учреждениях;
- оплата мобильной связи;
- тренинги;
- служебный автомобиль;
- право пользования автомобильной парковкой компании;
- абонементы в оздоровительный центр;
- языковые курсы;
- предоставление кредита;
- программы профессионального развития;
- частные пенсионные планы для сотрудников;
- скользящий график рабочего дня.

По данным специалистов среднестатистический работник в первую очередь надеется найти в своем социальном пакете медицинскую страховку, на втором месте стоит кредит на приобретение автомобиля или недвижимости, а почетное третье мес-

то разделяют оплачиваемый отпуск и обучение. Что касается пенсионных планов, то сотрудники воспринимают их с энтузиазмом – появляется уверенность, что старость будет «прикрыта». Введение пенсионных планов свидетельствует о том, что работодатель заботится о людях в долгосрочной перспективе.

Каждая компания разрабатывает свое «меню» социальных льгот. Это объясняется несколькими факторами, в первую очередь финансовыми возможностями компании.

При составлении социального пакета учитываются пожелания всего штата сотрудников, а не каждого работника в отдельности. Это объясняется размером компании, чем крупнее организация, тем сложнее учитывать индивидуальные потребности. С другой стороны, небольшие фирмы просто не располагают достаточным количеством материальных средств.

В некоторых компаниях делается различие между общим пакетом и индивидуальным. В последний входит набор особых льгот, которые получает сотрудник, проявивший себя в профессиональном плане с лучшей стороны.

Грамотный руководитель позаботится, чтобы избежать текучки кадров. Поэтому список дополнительных услуг для соцпакета составляется с учетом стажа работы сотрудника в компании.

Вопрос формирования пакета льгот относится к числу ключевых в управлении персоналом. Оптимальным является, когда человек может сам выбрать льготы в пределах установленной суммы.

Вместе с тем, многие эксперты отмечают, что широкое применение льгот приводит к их обесцениванию – они перестают быть конкурентным преимуществом одной компании перед другой. Поэтому в последнее время компании предлагают своим сотрудникам социальный пакет по принципу «кафетерия». Сотрудник знает сумму, которая ему положена, и перечень льгот, которые входят в соцпакет. Он может самостоятельно выбрать льготы, наиболее актуальные для него.

Распространенная в настоящее время «неденежная зарплата», или соцпакет, воспринимается одновременно как знак принадлежности к компании и проявления ее заботы о сотруднике.

Кроме мотивации работников предприятия должны уделять повышенное внимание пенсионерам, вложившим свой труд в их благосостояние. Признание работодателем нынешних и прошлых трудовых заслуг своих работников примиряет прошлое с будущим, укрепляет успех его дела, является сильным мотивирующим фактором для работающих в настоящее время сотрудников. Потребительская кооперация проявляет заботу о ветеранах: бесплатная доставка дров, ремонт квартир, помощь в строительных работах, доставка товаров, по праздникам встречи в райпо с вручением денежных премий или продуктовых наборов.

Уверенность человека в завтрашнем дне создает предпосылки для профессионального роста, позволяет выстраивать долгосрочную стратегию развития предприятия.

Руководителям следует помнить, что человек – не «постоянно работающий механизм». Ему нужно время для отдыха, духовной жизни, творческого развития.

Постоянная однообразная работа, даже интеллектуальная, духовно обедняет личность и приводит к ее деградации. Поэтому задача руководителя состоит в том, чтобы способствовать восстановлению утраченной работоспособности работника. На предприятиях потребительской кооперации уделяют время отдыху, работе художественной самодеятельности, спортивных секций, проводят различные культурные мероприятия для работников, пайщиков и обслуживаемого населения.

Дальновидный работодатель заботится и о развивающем досуге работников. Ведь личность, потенциал и таланты которой всесторонне раскрылись, принесет максимальную пользу предприятию, на котором работает человек.

Работникам предприятия (организации) должны быть открыты возможности для ответственного участия в управлении им в соответствии с их профессиональным уровнем и образованием, дабы люди могли почувствовать себя партнерами, сопричастными судьбе общего дела. Такой подход к пайщикам, работникам изначально присущ потребительской кооперации.

Одним из методов мотивации труда является возможность повышения квалификации, переподготовки, т.е. обучение

персонала. Кооперативное образование и кадры - залог конкурентоспособности организаций потребительской кооперации сейчас и в будущем.

«... чтобы отвечать современным требованиям, чтобы мобилизовать интеллектуальный потенциал кооператоров, надо всем, в том числе и преподавателям вузов, садиться за учебники. На догмах, которые усвоены в нашем недавнем прошлом, новых задач не решить» – такими словами подчеркнул значимость постоянного обучения В.Ф.Ермаков. «... мало получить диплом о высшем образовании, современному специалисту необходимо учиться всю жизнь, неустанно приобретать и опыт, и новые знания».

Конечно, работники могут совершенствоваться и самостоятельно. Вместе с тем у них для этого должна быть серьезная мотивация. Например, возможность карьерного роста после повышения квалификации. Хорошим стимулом является оплата учебы работников за счет предприятия.

Обучение, как возможность получения сотрудником новых знаний, навыков, является одной из потребностей человека, которую руководители должны использовать при мотивации персонала. Если вы считаете, что обучение персонала обходится слишком дорого, то подумайте, какую цену вам придется заплатить за невежество своих работников.

Обучение призвано подготовить персонал к правильному решению более широкого круга задач и обеспечить высокий уровень эффективности в работе. Обучение позволяет не только повышать уровень знаний работников и вырабатывать требуемые профессиональные навыки, но и формировать у них такую систему ценностей и установок, которая соответствует базовым ценностям потребительской кооперации и современным реалиям.

Этой цели хорошо служит используемая в потребительской кооперации система профподготовки на семинарах и конкурсах. В отдельных райпо развито наставничество.

Хотелось бы отметить положительный опыт работы Брянского облпотребсоюза по мотивации персонала. Здесь ежегодно проводятся конкурсы на эталонный магазин, конкурс на лучшего повара, кондитера, главного бухгалтера, победители

которых премируются и участвуют во Всероссийских конкурсах Центросоюза РФ. Все конкурсы проводятся на высоком профессиональном уровне, с выдумкой устроителей и участников.

Работники облпотребсоюза и потребобществ периодически повышают свою квалификацию на базе Брянского кооперативного техникума и Брянского филиала МУПК, организуются выездные курсы в районах – для продавцов, кадровиков и налоговиков.

В Брасовском райпо Брянской области ежемесячно подводятся итоги хозяйственно-финансовой деятельности с приглашением специалистов, зав.магазинов, руководителей подразделений, где проводятся занятия по повышению культуры управления, духовности, по эффективности хозяйствования. Ведется постоянное обучение продавцов, специалистов, руководителей подразделений.

Одной из актуальных потребностей работников является потребность в успехе и самовыражении. Поэтому позволим себе дать ряд практических рекомендаций, которые полезно учитывать менеджерам:

1. Руководителю следует способствовать тому, чтобы подчиненные как можно чаще ощущали свой успех.

У каждого человека есть определенные преимущества, сильные стороны, способности, которые помогают достигать успеха в определенной сфере деятельности. Отметив какое-либо положительное качество человека, обязательно скажите ему об этом. Каждый хочет слышать о себе приятное. Получив одобрение от другого, человек становится более уверенным в себе, увеличивается уровень его самоуважения, растет самооценка.

2. После успешного завершения задания необходимо в той или иной форме выразить благодарность. Используйте различные формы выражения признания их заслуг.

Однако практический опыт показывает, что руководители, как правило, не очень то ценят результаты работы подчиненных. Регулярно повторяющиеся успехи остаются незамеченными и воспринимаются как само собой разумеющееся, в то время как промахи немедленно привлекают к себе внимание руководителя.

3. Обеспечьте работникам положительную обратную связь с достигнутыми

результатами. Обратная связь обеспечивает получение работниками информации о качестве выполняемой ими работы. Важность обратной связи очевидна. Люди должны знать, насколько хорошо они выполняют свою работу. Руководители являются важным источником подобной обратной связи. Информирование исполнителя о результатах его труда, как утверждают специалисты, повышает эти результаты на 12-15 процентов.

Очень часто бывает ситуация исключительно негативной обратной связи, то есть когда работники узнают только о недостатках своей работы. Таким образом, они лишаются вознаграждения за хорошую работу.

4. Информировать работников о состоянии дел в организации, о перспективах развития. Для этого можно использовать регулярные встречи руководителя с коллективом работников. Хорошей мотивацией является годовой отчет перед сотрудниками. Очень важно, чтобы у сотрудников создавалось ясное представление о том, что происходит на их предприятии. С какими трудностями удалось справиться за последние 12 месяцев.

5. Результаты должны отмечаться сразу. Отсрочки ослабляют эффект поощрения. Каждая благодарность, награда, денежная премия и тому подобное действует тем эффективнее, чем меньший отрезок времени отделяет заслуживающий награждения поступок от полученного поощрения. «Вдвойне дает тот, кто дает вовремя» – гласит поговорка. Менеджер должен уметь выразить свою признательность работнику именно тогда, когда он ее заслужил. Это следует делать сразу, чтобы вызванные у работника приятные эмоции ассоциировались с качественным и своевременным выполнением работы.

6. Добивайтесь совета вашего служащего в решении проблемы. Нам всем необходимо ощущение, что мы вносим вклад в большое дело. Когда вы просите у служащего совета, вы вдвойне выигрываете. Во-первых, служащий чувствует свою значимость; во-вторых, он действительно может подсказать решение, которое не пришло в голову вам.

7. Признание заслуг – благодарность при свидетелях и, возможно, не-

кий подарок – очень сильный мотивирующий фактор, и воспринимается как нечто большее, чем человеческая вежливость. Для сотрудника это значит, что его усилия замечены и всем не «все равно». Иначе, какой смысл лезть из кожи вон, если все равно никто не замечает? Для остальных сотрудников признание их коллеги означает создание «ролевой модели», стандарта.

Как известно, большая часть работников потребительской кооперации это женщины. Поэтому напоминаем, что особенно важно не забывать о добрых словах в обращении с сотрудниками-женщинами. Психология управления учит, что в каждое распоряжение, отдаваемое коллеге-женщине, следует вносить оттенок личной просьбы. И будьте, уверены, поручение, данное таким образом, будет исполнено лучше, чем приказ.

8. Мотивацию усиливает доверие. Большею частью подчиненные стараются его оправдать, не «подвести» своего шефа. При этом они берут на себя повышенную ответственность за результаты, стремясь работать самостоятельно, обрести определенную власть и почувствовать собственную значимость.

9. Мощное влияние на работника оказывает рабочая среда, поэтому не стоит жалеть средства и усилия на создание благоприятной обстановки.

Нужно иметь в виду, что любая мотивация, как положительная, так и отрицательная, повышает результативность деятельности людей только в определенных рамках – так называемом диапазоне активности, вне которого дополнительное давление на сотрудника ничего не дает. Поэтому при исчерпании возможности одной формы стимулирования, которая уже приелась, потеряла остроту, необходимо переходить к другой. Это свидетельствует, что мотивация – не единовременный акт, а процесс, насчитывающий много стадий.

Приведенная таблица 1 позволяет ознакомиться с существующими формами мотивации труда работников.

В настоящее время ученые и практики пришли к выводу, что основной ценностью организации является человек и что от того, как организация будет выст-

Таблица 1 - Формы мотивации работников организации

Материальные	Нематериальные
<ol style="list-style-type: none"> 1. Заработная плата, соответствующая рыночной 2. Персонализация компенсаций 3. Премирование по результатам работы подразделения и организации в целом 4. Вознаграждение за выслугу лет 5. Доплата за интеллект 6. Дополнительные отпуска 7. Доплата на питание 8. Обеспечение спецодеждой 9. Ссуды на приобретение жилья 10. Доплата на лечение работников или ветеранов 11. Новогодние подарки и подарки к юбилеям 12. Доплата на топливо работникам, проживающим в домах с печным отоплением 13. Доплата в связи с уходом на пенсию или инвалидность 14. Доплаты пенсионерам предприятия к пенсиям, за коммунальные услуги и т.д. 15. Оплата ритуальных услуг 16. Льготы стипендиатам предприятия: доплата к стипендии, оплата проезда 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Справедливая система оплаты труда 2. Возможность использовать свой интеллектуальный потенциал 3. Возможности профессионального обучения и повышения квалификации 4. Учебный центр. Библиотека 5. Перспективы карьерного роста. Система формирования резерва кадров 6. Социальная защищенность работников. Профсоюзный комитет, коллективный договор. Социальная инфраструктура: <ul style="list-style-type: none"> - стадион, спорткомплекс - дворец культуры - детские дошкольные учреждения - детский оздоровительный лагерь - база отдыха - социальная помощь неработающим пенсионерам 7. Создание безопасных и комфортных условий труда. Перспективная программа модернизации оборудования. Положение о культуре производства 8. Моральное вознаграждение: <ul style="list-style-type: none"> - звание «Лучший по профессии» - «Заслуженный ветеран» - «Книга трудовой славы» и т.д. 9. Благоприятные условия работы в коллективе. Система адаптации 10. Система обратной связи и транслирование ценностей корпоративной культуры 11. Регулярные встречи рядовых работников с руководством. 12. Опросы. Газета

раивать отношения с сотрудниками, зависит успех бизнеса.

Люди, осознающие, что являются всего лишь «жетонами в машине по производству денег» склонны формально относиться к выполнению своих обязанностей. Именно поэтому в последнее время боль-

шое внимание уделяется использованию человеческих ресурсов, мотивации персонала предприятия.

Е.Л. Маслова,
профессор кафедры менеджмента,
Российский университет кооперации

РЕКЛАМНЫЕ СТРАТЕГИИ В ИЕРАРХИИ СТРАТЕГИЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рекламные стратегии являются интегральной частью общих стратегий организации. Сфера рекламы охватывает практически все стороны ее деятельности, в особенности, любой аспект маркетинговой деятельности имеет прямую или косвенную связь с рекламой. Подход к формированию рекламных стратегий с позиций взаимосвязи всего комплекса стратегий обеспечивает организации сохранение идентичности целей, корпоративной идентичности и эффективного конкурентного поведения.

Основными принципами стратегического планирования являются: 1) принцип органичного приспособления деятельности организации к изменяющейся ситуации конкурентного рынка, 2) принцип целевого подхода к решению производственных, организационных, управленческих и коммуникационных задач, 3) принцип поиска возможности стать уникальным на конкурентном рынке с целью достижения конкурентных преимуществ¹. Стратегии организации можно представить иерархически, как показано на рис. 1.

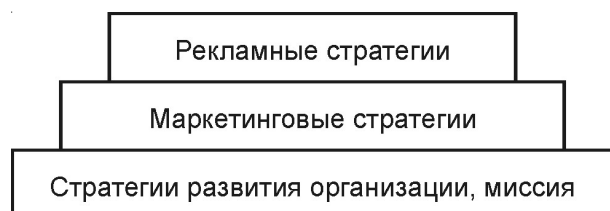


Рис. 1. Иерархическая пирамида стратегий организации

Составляющие стратегии развития организации оказывают непосредственное влияние на формирование маркетинговых стратегий в отношении рынка, потребителей, конкурентов, производимых продуктов или продаваемого ассортимента. Маркетинговые стратегии оказывают непосредственное влияние на формирование рекламных стратегий, с помощью которых устанавливается и поддерживается связь с внешним маркетинговым окружением и оказывается влияние на него. Для более подробного анализа этого влияния маркетинговые стратегии целесообразно разделить

на четыре группы: корпоративную, конкурентную, функциональную и коммуникационную стратегии, рис. 2.

Корпоративная стратегия определяет развитие организации в целом, поддерживает и стимулирует внутреннее предпринимательство. Корпоративная стратегия решает следующий комплекс задач:

- активизация и использование творческого потенциала сотрудников;
- повышение эффективности использования ресурсов предприятия;
- реализация всевозможных нововведений (технических, организационных и т.д.)
- создание основы для дальнейшего развития производства и предпринимательства;
- поддержание высокого уровня мотивации трудовой деятельности сотрудников,
- формирование положительного имиджа организации во внешней маркетинговой среде, что невозможно без использования средств рекламы.

В рамках корпоративной стратегии принимаются решения в области организации структуры предприятия, формируется стратегия конкурентной рациональности, на основе которой могут развиваться новые направления бизнеса, создающие будущий стратегический потенциал предприятия. С точки зрения потенциала корпоративной стратегии – это его накопление, развитие и реализация в рамках целеполагания и миссии предприятия.

С точки зрения рекламы корпоративная стратегия накладывает определенные обязательства на рекламные стратегии – институциональная реклама должна строиться в соответствии с корпоративным поведением, отражать имидж организации и поддерживать имидж интрапреднерских компаний с помощью идентификации фирменного блока, цвета и других элементов коммуникационного комплекса.

Конкурентная стратегия – это стратегия, которая позволяет организации занять прочные рыночные позиции в борьбе с конкурентами и за потребителя, дает наиболее сильные из всех возможных стратегические конкурентные преимущества

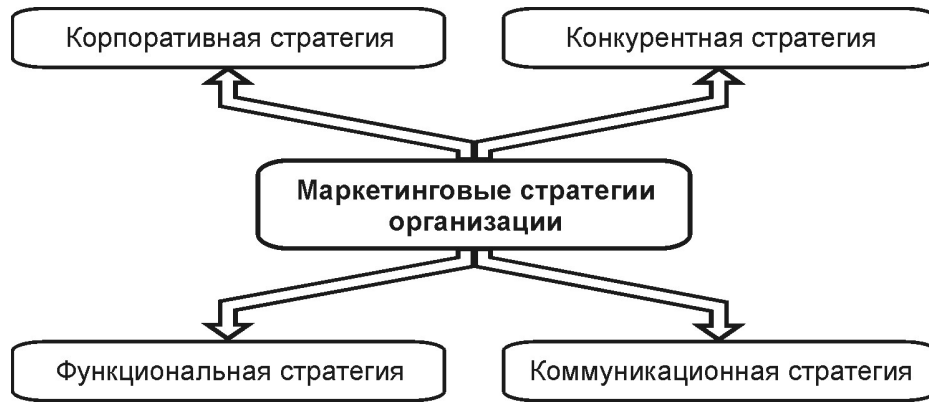


Рис. 2. Комплекс маркетинговых стратегий организации

(внутренние и/или внешние). С помощью эффективного управления маркетингом, организация формирует внутренние конкурентные преимущества, для достижения внешних конкурентных преимуществ необходима разработка соответствующих рекламных стратегий.

В соответствии с современной концепцией маркетинга отношений, организации достигают конкурентного преимущества путем разработки предложений, которые удовлетворяют потребности целевых потребителей в большей мере, чем предложения конкурентов, а с помощью рекламы эти преимущества доносятся до целевого рынка потребителей.

Функциональная стратегия направлена на обеспечение эффективности работы всей организации, организацию эффективной работы всех ее отделов в пределах выполняемых ими функций и выделенных ресурсов для осуществления сбыта и распределения. В рамках функциональной стратегии организация принимает решения о типе и развитии марочного портфеля в рамках принятой архитектуры торговой марки.

С точки зрения рекламных стратегий принятие решений лежит в сфере определения объекта продвижения, в качестве которого может выступать товар, торговая марка, имидж организации. При продвижении товара манифестация свойств и характеристик превалирует над созданием эмоционального образа, который, в свою очередь, является необходимым при продвижении торговой марки. Если в качестве объекта продвижения выбирается имидж организации, то для рекламной манифес-

тации наиболее значимыми становятся социальная ответственность организации.

Коммуникационная стратегия организации – это информационное обеспечение процесса продвижения в тесной связи с внешней маркетинговой средой: посредниками, клиентами, конечными потребителями с помощью интегрированных маркетинговых коммуникаций². Это так называемая стратегия продвижения, которая представляет собой определенное сочетание различных средств рекламы, личной продажи, стимулирования сбыта, паблик рилейшнз, директ-маркетинга и направлена на достижение организацией коммуникационных и коммерческих целей. К системе продвижения, безусловно, необходимо отнести целый комплекс дополнительных инструментов, таких как коммуникации в местах продажи, интернет-коммуникации, спонсоринг, мерчендайзинг и другие.

В рамках данной стратегии принимается решение о проведении рекламной кампании (кампании продвижения, в которой рекламе отводится ведущая роль) или кампании продвижения другого типа: кампании стимулирования сбыта, директ-маркетинговой кампании, кампании по формированию общественного мнения. В каждом отдельном случае рекламные стратегии будут иметь свою структуру, решать специализированные задачи с помощью тех или иных средств рекламы.

Рекламные стратегии – комплекс стратегий по выбору оптимальной формы, содержания, времени и пути доставки рекламного сообщения выбранной целевой аудитории³. Целью рекламных стратегий является достижение планируемого комму-

никационного эффекта. Комплекс рекламных стратегий складывается из шести последовательно формируемых стратегий³:

- стратегия выбора и охвата целевой аудитории на основе сегментации рынка;
- стратегия позиционирования товара или торговой марки;
- стратегия рекламной коммуникации;
- выбор средств рекламы;
- креативная (творческая) стратегия;
- стратегия формирования бюджета рекламной кампании.

Методологической основой рекламных стратегий являются следующие положения.

1. С точки зрения системного подхода, реклама является подчиненной функцией маркетинга, что непосредственно сказывается на процессе формирования рекламных стратегий в соответствии с выбранными маркетинговыми целями и стратегиями.

2. Рекламные стратегии организации представляют собой целый комплекс стратегий (определение целевой аудитории на основе сегментации рынка, стратегия позиционирования товара или торговой марки, стратегия рекламной коммуникации, выбор средств рекламы, креативная (творческая) стратегия, стратегия формирования бюджета рекламной кампании), которые взаимосвязаны едиными целями рекламной кампании.

3. Рекламные стратегии всегда направлены на достижение внешних конкурентных преимуществ организации.

4. Рекламные стратегии формируются, исходя из имеющихся ресурсов организации: финансовых, временных, профессиональных.

5. Рекламные стратегии должны быть достаточно гибкими для возможного изменения под воздействием внешней конкурентной среды.

Рекламные стратегии реализуются, как правило, в рамках рекламной кампании. Планирование рекламной кампании является важным этапом процесса планирования всей деятельности организации и должно соотноситься по целям и задачам с общим комплексом его стратегий.

К сказанному необходимо добавить, что успех рекламной кампании зависит от потенциала рекламной стратегии. Потенциал рекламных стратегий зависит, с одной стороны, от ресурсов организации, а с другой - от потребителей, которые выражают свое отношение уровнем лояльности торговой марке, товару, предприятию в целом.

А.В. Наумова,
доцент кафедры рекламы, к.э.н.,
Сибирский университет
потребительской кооперации

¹ Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: Новости, 2002. – С. 36.

² Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – С. 160.

³ Кортланд Б.Л., Арнс У.Ф. Современная реклама. – Тольятти: «Издательский Дом Довгань», 1995. – С. 178.

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Суть экономики кооперативных организаций составляет определение затрат и результатов производства и их сопоставление. Результаты деятельности предприятия многообразны и включают наряду с производственными и экономическими итогами достижения в области технического социального развития. Соизмерение затрат и результатов позволяет оценить эффективность работы организации.

Управление затратами на предприятии предполагает выполнение всех функций, присущих управлению любым объектом, т.е. разработку (принятие) и реализацию решений, а также контроль за их выполнением. Функции управления затратами реализуется через элементы управленческого цикла: прогнозирование и планирование выполнения, учет и анализ. Выполнение функций управления в полном объеме по всем элементам составляет цикл воздействия управляющей подсистемы (субъект управления) на управляемую подсистему (объект управления).

Субъектами управления затратами выступают руководители и специалисты предприятий потребительской кооперации, а также руководители их производственных подразделений (производств, цехов, отделов, магазинов и т.п.). Отдельные функции и элементы управления затратами выполняются служащими предприятия непосредственно или при их активном участии.

В системе управления предприятием потребительской кооперации важное значение отводится вопросу управлению затратами – многопрофильному процессу, охватывающему все аспекты хозяйственной деятельности, начиная со снабжения и кончая реализацией готовой продукции.

Затраты находятся в постоянном движении, изменении. В рыночных условиях хозяйствования в потребительской кооперации постоянно изменяются цены на приобретаемое сырье и материалы, тарифы на энергоносители и услуги (связь, транспорт и т.д.), обновляется продукция, пересматриваются нормы расхода материальных и трудовых затрат, что отражается на себестоимости

продукции и уровне затрат. В реальной действительности имеет место многообразие затрат, требующее применение разнообразных приемов и методов в управлении ими и правильное отнесение их на производственные подразделения и отдельные виды деятельности предприятия. Необходимо также учитывать сложность и противоречивость влияния затрат на экономический результат. Например, повысить прибыль предприятия потребительской кооперации можно за счет снижения издержек обращения, которое, однако, обеспечивается повышением капитальных затрат на НИОКР, технику и технологию.

Оптимальная система управления затратами предприятия должна базироваться на следующих трех принципах:

- обоснованность (или целесообразность) затрат;
- целевое использование выделенных ресурсов;
- эффективное использование выделенных ресурсов.

Практическая реализация первого принципа обеспечивается на стадии планирования любых затрат в деятельности предприятия. В условиях рыночной экономики основными критериями обоснованности затрат является их экономическая целесообразность, которая подтверждается соответствующими финансовыми расчетами. Данное требование должно соблюдаться даже в части расходов, не обеспечивающих для предприятия прямого экономического эффекта, например имеющих социальную или экологическую направленность.

Практическая реализация второго и третьего принципов управления обеспечивается уже в процессе непосредственного осуществления конкретных затрат и базируется на системном финансовом контроле. Результаты текущего контроля позволяют принимать оперативные решения, направленные на корректировку управляемого процесса при выходе его из штатного режима (например, нарушении целевого использования выделенных ресурсов), а также изменении внешних или внутрен-

них условий функционирования предприятия (например, конъюнктуры на рынке потребляемых услуг). Финишный же контроль позволяет оценить конечные результаты осуществленных затрат, а следовательно, эффективность управления ими.

В условиях перехода к рыночной экономике управление затратами приобретает существенную специфику в части как общих подходов к его организации, так и прикладных элементов. Неблагоприятная для развития субъектов хозяйствования внешняя экономическая среда определяет, в качестве основного концептуального требования к системе, ее вынужденную ориентацию на рациональную минимизацию всех видов затрат. На практике данное требование реализуется путем их ранжирования на три категории:

Затраты, объективно необходимые для осуществления уставной деятельности организаций потребительской кооперации и подлежащие сокращению лишь при уменьшении текущей производственной загрузки (затраты на сырье и материалы, аренду помещений, заработную плату производственного персонала и т.п.);

Затраты, подлежащие рациональной минимизации при любых результатах финансово-хозяйственной деятельности предприятий (налоговые платежи, административно – хозяйственные расходы и т. п.);

Затраты, подлежащие осуществлению лишь при улучшении финансового положения предприятия или при обосновании их объективной необходимости на соответствующем рынке (прежде всего, инвестиционные программы капитального характера, дорогостоящие маркетинговые исследования или рекламные компании и т.п.).

Прикладными инструментами управления затратами предприятия выступают экономические нормативы, устанавливающие плановые размеры их либо на расчетный период времени, либо на единицу выпускаемой продукции. По отдельным видам затрат указанные нормативы могут иметь характер лимитов, устанавливающих лишь верхние их пределы (например, затраты на энергетические ресурсы, команди-

ровочные расходы и пр.) Расчет этих показателей осуществляет служба финансового планирования, при необходимости – с привлечением других штабных подразделений предприятия.

Руководитель и специалисты потребительской кооперации должны стремиться к применению прогрессивных форм материально-технического снабжения, поиску более выгодных поставщиков, улучшению потребительских качеств продукции.

С целью экономии затрат по оплате труда необходимо провести анализ соотношения роста дохода работника и соответствующего прироста объема, повышения качества и потребительских свойств продукции; снижение трудоемкости продукции; обоснованность сдельных расценок и окладов. Необходимо также выявить резервы в части снижения и ликвидации брака, меры по его предупреждению; увеличение материальной ответственности за брак; постоянному анализу резервов возможного снижения накладных расходов; выявление необоснованных перерасходов и возможных путей их снижения; ликвидация непроизводительных выплат (штрафы, потери, порчи).

Руководители и специалисты потребительской кооперации должны уделять постоянное внимание товарной ценовой сбытовой и коммуникационной политики, а также совершенствованию технологии, модернизации и ввода нового оборудования, совершенствованию организации труда, производства и управления.

Таким образом, анализ затрат является важнейшим методом управления затратами в потребительской кооперации и выступает как поставщик своевременной информации и база принятия эффективного управленческого решения в области затрат.

С.М. Сапожникова,
к.э.н., доцент,
Смоленский филиал Российского
университета кооперации
Е.В. Екименкова,
ст. преподаватель,
Смоленский филиал Российского
университета кооперации

КООПЕРАТИВНОЕ ДВИЖЕНИЕ НА КАМЧАТКЕ В ПЕРВЫЕ ГОДЫ СОВЕТСКОЙ ВЛАСТИ

Кооперативное движение на Камчатке тесно связано с кооперативным строительством 20-х годов XX века. Известно, что в России до революции существовало мощное кооперативное движение, к концу 1928 года непроизводственной кооперацией различных видов было охвачено 28 млн. человек, или в тринадцать раз больше, чем в 1913 году.

Бурно развивающееся кооперативное движение охватило не только сельское хозяйство, но и торговлю, промышленность.

Камчатская история является тому непосредственным свидетельством. Все жизненные припасы на Камчатку привозились из Владивостока. До 1920 года они хранились на государственных продовольственных складах и кооперативных. Кооператоры играли важную роль в экономической и политической жизни Камчатки.

Первый кооператив на Камчатке возник в апреле 1917 г. селе Усть-Камчатск по инициативе местных жителей. Он занимался только комиссионными операциями, закупал товар для своих членов. Постепенно первое Камчатское общество потребителей превратилось в интегральный (смешанный) кооператив, который занимался, помимо комиссионных операций, заготовкой пушнины, рыбы и сбытом этого сырья. При нем организовалось несколько мелких артелей по лову рыбы, по посадке и обработке огородов, открылся медпункт.

За первый операционный год Камчатское общество потребителей получило 47 517 руб. чистой прибыли.

5 мая 1918 г. по инициативе инструктора союза Приамурских кооперативов М.П. Воловникова состоялось общее собрание граждан города Петропавловска, на котором обсуждался вопрос организации рыболовецких артелей на кооперативных началах.

На 1 января 1919 г. в Камчатской губернии насчитывалось 10 обществ потребителей 19 января 1919 г. В Народном доме г. Петропавловска впервые на Камчатке

отметили «День кооперации», на котором подвели итоги двухлетней напряженной работы. Несколько позже первый Камчатский кооператив разослал по всем отделениям библиотечки, организовал медпункт, открыл аптеку.

В 1920 г. в правление Петропавловского кооператива были избраны М.П. Воловников, И.Т. Косицын, И.А. Коновалов. На Первом чрезвычайном уездном съезде, который состоялся в марте — апреле 1920 г., председатель ревкома П.С. Маловечкин поставил следующие задачи в развитии кооперации: «В кратчайший срок создать рыболовецкие кооперативы, а также и потребительские кооперативы, которые субсидировались бы за счет государства. Только при этом условии возможна борьба с коммерсантами и японским экономическим засильем. Примером могут служить Петропавловский и Усть-Камчатский кооперативы, которые объединили вокруг себя трудовые артели. Засольные участки должны быть организованы самим населением». 15 апреля 1920 г. состоялся первый съезд уполномоченных существующих и вновь организующихся кооперативов Камчатской области. Съезд юридически оформил Союз камчатских кооперативов. Председателем съезда был избран старейший работник кооперации П.С. Маловечкин.

Съезд наметил следующие задачи: снабжение товарами потребительских обществ Камчатской области, изыскание плавучих средств, принятие мер для объединения кооперативов области и направление их деятельности по принципам кооперации.

Первые годы были временем поиска наиболее удобной и понятной населению формы кооперации. Такой формой явилась интегральная кооперация, в которой объединялись снабженческие и производственные функции и которая позволяла заниматься реконструкцией на социалистической основе всех видов хозяйств малых народов.

С конца 1920-х годов началась коллективизация хозяйств малых народов Дальнего Востока. Она сопровождалась не только коренной реконструкцией всех сторон хозяйства и быта коренного населения, но и переходом к оседлости.

Правительство оказало оленеводческим колхозам и товариществам большую финансовую помощь, была создана сеть ветеринарных и зоотехнических пунктов.

Первые кооператоры прибыли на полуостров в 1918 году, это были «большевики» - М.П. Воловников и Н.В. Холодов, левый эсер П.С. Маловечкин. В 1920 г.

Союз камчатских кооперативов распространил свое влияние на Чукотку. При этом практическая деятельность шла в едином русле с культурными преобразованиями.

На протяжении 1917–1920 гг. кооперация выражала интересы беднейших слоев населения Камчатки. Кооперативы использовались для борьбы с грабежом местного населения, которое традиционно обирали свои и иностранные торговцы.

**М.В. Карпенко,
Камчатский филиал
Российского университета кооперации**

ЛИТЕРАТУРА:

1. Витер И.В. Город над Авачинской бухтой. – П.-Камчатский, 2000.
2. Данилов В.П. НЭП и его судьба /Историки спорят. – М., 1989.
3. За власть Советов. 1920–1922. Документы и материалы. – Владивосток, 1967.
4. Известия Камчатского областного народно-революционного комитета. – 1920. – ц 90.
5. Ларькин В.Г. Из истории социалистического строительства на Камчатке (1923–1940) // Краеведческие записки. – Выпуск ц 5. – П.-Камчатский, 1974.
6. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. – Т. 43. – М., 1982.
7. Первые коммунисты Камчатки. – П.-Камчатский, 1982.
8. Первый Совдеп. – П.-Камчатский, 1967.
9. Петропавловск-Камчатский. История города в документах и воспоминаниях. 1740–1990. – П.-Камчатский, 1994.
10. Северная Азия. – 1928. – ц 5-6.
11. Фетисов А.П. Осуществление ленинского кооперативного плана у малых народов Камчатской области (1928–1932) // История социалистического строительства на Камчатке. – Владивосток, 1979. – С. 95–101.
12. Хрестоматия по истории КПСС. – М., 1968.
13. Шмелев Н.П. На переломе. Перестройка экономики в СССР. – М., 1989.
14. Экономическая история СССР и зарубежных стран. – Ростов-на-Дону, 2001.
15. Яровикова И. А. Из истории кооперативного строительства на Камчатке / Краеведческие записки. – Выпуск ц2. – П.-Камчатский, 1970. – С. 60–72.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Успешное развитие малого предпринимательства требует, прежде всего, законодательной и нормативно-правовой базы, особенно в вопросах создания действенной системы финансово-кредитной поддержки.

В настоящее время в рамках действующего законодательства по вопросам государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей на федеральном уровне реальную помощь (субсидии, кредиты, лизинг) получает незначительная часть крестьянских (фермерских) хозяйств и малых предприятий. Коммерческие банки были и остаются ориентированными, прежде всего, на обслуживание крупных хозяйственных структур. К тому же плата за кредиты остается слишком высокой, крайне усложнена процедура получения кредита и система гарантии. Безусловно, государственная поддержка не обеспечивает потребности фермеров и других субъектов малого предпринимательства в ресурсах для стабилизации и расширения их хозяйственной деятельности. В последние годы существенную помощь в решении проблемы кредитования малых форм хозяйственная оказывает сельская кредитная кооперация.

Действующие федеральные законы «О сельскохозяйственной кооперации» и «О кредитных потребительских кооперативах граждан» обеспечивают правовую основу развития кредитно-кооперативного движения на селе.

По данным Фонда развития сельской кредитной кооперации на 1 июля 2005 года в Российской Федерации зарегистрировано 851 сельских кредитных кооперативов, в которых более 70 тысяч пайщиков. Более половины кредитных кооперативов созданы в соответствии с Федеральным законом «О сельскохозяйственной кооперации». Общая сумма займов, сформированных всеми кооперативами за счет фондов финансовой взаимопомощи, составляет свыше 1 млрд. рублей. Все сельские кредитные кооперативы объединены в Союз сель-

ских кредитных кооперативов. В 2005 году сельскими потребительскими кредитными кооперативами выдано свыше 400 тысяч займов для малых сельхозтоваропроизводителей из 55 регионов Российской Федерации на сумму свыше 1 800 млн. рублей.

Сельские кредитные кооперативы смогли завоевать определенное доверие в сельской местности и успешно выполняют функцию микрофинансовой организации во многих регионах Российской Федерации. Наиболее развитая сельская кредитная кооперация получила в Южном федеральном округе, где сосредоточена примерно половина членов кооперативов и выданных займов системы сельской кредитной кооперации по России. Вместе с тем надо отметить следующее: кредитная кооперация ускоренно развивается, а вот страховой кооперации нет. Хотя для села наиболее удобная организационная форма страхования – кооперативная. Это и дешевле, чем коммерческое страхование, и эффективнее, потому что все вопросы – и о страховых взносах, о страховых выплатах и другие решают сами страхователи. В этом направлении необходимо работать.

В целях дальнейшего повышения экономического потенциала субъектов малого предпринимательства в сельском хозяйстве проводится работа по совершенствованию законодательной базы. Приняты федеральные законы «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» «О личном подсобном хозяйстве». Внесены важные дополнения в Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации», способствующие активизации процесса создания субъектами малого предпринимательства сельских кредитных потребительских кооперативов. Введена упрощенная система налогообложения. Разработан проект федерального закона «О кредитной кооперации», который Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации принят в первом чтении. В настоящее время проводится подготовка законопроекта ко

второму чтению. Во исполнение поручений Правительства Российской Федерации разрабатывается концепция и проект новой редакции федерального закона «О садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединениях граждан», который планируется представить в Правительство Российской Федерации в 2006 году.

В целом развитие малого предпринимательства в сфере агробизнеса сдерживается из-за нерешенности вопросов не только правового, но и социально-экономического характера. Так, диспаритет цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, уровень доходов большей части сельских предпринимателей не позволяет им вести производство на расширенной основе, поддерживать и обновлять материально-техническую базу и социальную инфраструктуру, своевременно рассчитываться с поставщиками. Не налажена эффективная система материально-технического и производственного обслуживания крестьянских (фермерских) хозяйств, личных подсобных хозяйств, малых предприятий и сбыта их продукции. Особенно труднодоступны владельцам семейных хозяйств высокоурожайные сорта сельскохозяйственных культур, высокопродуктивные породы скота и птицы. В большинстве семейных хозяйств используются низко механизированные технологии, велики затраты ручного труда.

Развитие системы финансово-кредитной поддержки сельского предпринимательства связано, в первую очередь, с решением задач доступности банковских кредитов, снижения уровня кредитных ста-

вок, активного участия отечественных финансовых институтов в кредитовании малого бизнеса.

Полагаем, что в целях содействия созданию и развитию сельских кредитных кооперативов (негосударственных небанковских организаций), совместные усилия региональных органов государственного управления и органов местного самоуправления необходимо направить на формирование механизмов предоставления гарантий и поручительств, а также субсидирования процентной ставки по банковским кредитам для них.

Минсельхоз России постоянно держит под контролем вопросы, связанные с поддержкой фермерских хозяйств, чтобы все формы государственной поддержки доходили до них в полном объеме в соответствии с их долей в общем объеме производства сельскохозяйственной продукции.

В 2005 году заключено 2855 краткосрочных кредитных договоров на сумму 2004 млн. рублей, по которым получено 200 млн. рублей бюджетных субсидий. В 2005 годах заключено 318 договоров по инвестиционным кредитам на сумму 459 млн. рублей, сумма по которым составила 58 млн. рублей. За 2005 год ОАО «Росагролизинг» поставил фермерам 402 трактора, 454 комбайна и 62 автомобиля на сумму 2340 млн. рублей.

Лизинговая техника остается дорогой, сложен процесс оформления кредитов, трудно решить проблему с залогом и гарантиями. В то же время есть ряд региональных фермерских организаций, которые успешно решают эти проблемы. Значит,

Кредиты в 2004 году

Краткосрочные

(заключено договоров - 2855 ед.)



Кредитов – 2004 млн. руб.
Субсидий – 200 млн. руб.

Инвестиционные

(заключено договоров – 318 ед.)



Кредитов – 459 млн. руб.
Субсидий – 58 млн. руб.

далеко не все зависит от государства, от Минсельхоза России. Значит не все фермеры и их союзы работают в полную силу.

Россельхозбанк и Росагролизинг, а также созданные на местном уровне кредитные кооперативы, финансово-экономические структуры АККОРа, такие как: Фонд «Российский фермер», Фонд развития сельской кредитной кооперации, страховая компания «Поддержка», лизинговые компании системы АККОРа, должны взять на себя роль финансовых структур, создающих экономические условия для развития фермерских хозяйств и личных подворий, а также малых предприятий и индивидуальных предпринимателей.

Во многих субъектах Российской Федерации такой подход рассматривается как самый приемлемый в сложившейся в сельском хозяйстве ситуации. Сельское хозяйство многих регионов России выживает и сохраняет стабильность, в основном, за счет фермерских хозяйств и личных подворий. На наш взгляд субъектами малого предпринимательства очень медленно формируется сеть потребительских сельскохозяйственных кооперативов, ассоциаций и союзов для удовлетворения потребностей в материально-техническом обслуживании, сбыте продукции, кредитовании, получении других услуг, а также участия в закупках сельскохозяйственной продукции для государственных нужд.

Множество проблем в работе малого сельскохозяйственного бизнеса возникает из-за недостаточной информированности хозяйствующих субъектов. И здесь, по-нашему мнению, необходимо продолжить создание

в субъектах Российской Федерации разветвленной сети информационно-консультационных служб, которые должны обеспечить доступность любой информации для сельских предпринимателей и населения.

Мы считаем сотрудничество крупного и малого бизнеса важным направлением по поддержке малого предпринимательства на селе. Это даст возможность бороться за рынок сельхозпродукции и продовольствия, противостоять монополизму заготовительных и торговых организаций, а также посредников-перекупщиков, повышать уровень материально-технического обеспечения производства за счет роста доходов, решать социальные проблемы сельских территорий.

Усилиями только государственных органов невозможно обеспечить развитие малого сельского бизнеса. Союзы и ассоциации, объединяющие сельскохозяйственных товаропроизводителей, в том числе фермеров, других малых предпринимателей, должны доводить до сознания сельскохозяйственных товаропроизводителей понимание того, что развитие предпринимательства – это функция не только государства, но и хозяйствующих субъектов и местных органов власти. Малые предприятия вправе не только требовать улучшения условий своей деятельности, но и должны нести ответственность за свою деятельность.

Д.И. Валигурский,
*заведующий кафедрой коммерции
и технологии торговли,*
д.э.н., профессор,
О.М. Подъякова, к.э.н.,
Российский университет кооперации

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ

В настоящее время цельной системы определения экономической эффективности деятельности систем быстрого питания пока не существует. Чаще всего говорят об экономической эффективности деятельности предприятия, тогда как заметной тенденцией стало объединение их в системы, корпорации. При этом цели и задачи деятельности предприятий и их объединений различны. Если для коммерческого предприятия главным является получение прибыли и по этому показателю оценивается экономическая эффективность его деятельности, то для объединения предприятий, системы предприятий главным, очевидно, является не только получение прибыли, но и освоение рынка. Собственно к этому и направлена стратегия развития систем.

Состав показателей (критериев) оценки эффективности стратегии зависит от вида стратегии и ее конкретного содержания. При этом следует исходить из того, что системы предприятий быстрого питания представляют собой открытые системы. Поэтому показатели эффективности стратегии систем быстрого питания надо подразделять на показатели внешней и внутренней эффективности.

Различие между внешней и внутренней эффективностью стратегии состоит, по нашему мнению, в следующем. Внешняя эффективность стратегии должна отражать степень соответствия деятельности системы в целом требованиям внешней среды, то есть рынка. Она может измеряться такими показателями, как доля рынка, занимаемая системой и ее динамика, объем продаж и ее динамика и т.п. Наиболее существенным показателем этого типа мы считаем расширение сети предприятий, производящих реализацию и организацию потребления пищи. Именно от числа предприятий зависит сфера деятельности системы, степень охвата ею имеющегося рынка, объем продаж и его динамика и другие показатели развития системы.

Внутренняя эффективность стратегии развития системы отражает эффективность

процессов реализации и организации потребления пищи внутри системы. К ним относятся процессы, связанные с преобразованием ресурсов в продукт (услугу) потребления. Эффективность этих процессов во многом определяется рациональностью их организации, что находит свое отражение в таких показателях, как уровень издержек производства, реализации и организации потребления, производительность, продуктоемкость, фондоемкость, энергоемкость, рентабельность услуг, текучесть кадров и др.

Для большей наглядности сведем основные показатели эффективности деятельности системы быстрого питания в схему, представленную на рис.1

Здесь, по нашему мнению, некоторую сложность представляют лишь показатели, характеризующие внешнюю эффективность деятельности систем быстрого питания. Показатели, характеризующие внутреннюю эффективность, достаточно хорошо известны из курса «Экономика предприятия».

Сложность определения показателей, характеризующих внешнюю эффективность системы, обусловлена сложностью отражаемых ими явлений. Так, прирост сети предприятий быстрого питания может характеризоваться увеличением числа предприятий данной системы и увеличением числа мест на предприятиях. Если не учитывать данное обстоятельство, то прирост сети легко получить за счет ввода предприятий малой вместимости, например, бистро на 25 мест.

Поэтому прирост сети предприятий быстрого питания следует определять в двух измерениях: по количеству предприятий и по числу мест в них. При этом более приоритетным, как нам представляется, следует все же считать увеличение количества предприятий, так как от этого, прежде всего, зависит сфера деятельности системы.

Немаловажным, на наш взгляд, является и такой показатель развития сети, как пропускная способность предприятий, характеризуемая числом посетителей, обслуженных в течение дня. При достаточной емкости рынка



Рис. 1 Основные показатели эффективности систем быстрого питания

очень важно, обслуживает ли предприятие питания в течение дня 1000 или 2000 посетителей. Ибо, если обслуживается только 1000 чел., а необходимо обслужить 2000 чел., то возникает задача создания дополнительного предприятия, что связано с крупными единовременными затратами. Да и текущие затраты при увеличении пропускной способности относительно заметно снижаются. Особенно это относится к так называемым условно-постоянным расходам.

Наряду с приростом сети небезынтересно знать, сколько потребителей обслуживается системой, каков прирост числа обслуженных потребителей за год.

Долю рынка, которую занимает система быстрого питания, можно определить раз-

личными путями. Один из них основывается на определении доли продаж продукции в общем объеме реализуемой однотипной продукции. Если суммарный объем продаж на данном рынке неизвестен, то его можно определить ориентировочно на основе сведений о численности потребителей услуг предприятий быстрого питания и количестве фактически обслуженных потребителей.

На наш взгляд, перечисленные показатели важно учитывать для более объективной оценки экономической эффективности систем быстрого питания.

С.В. Новиков,
аспирант кафедры коммерции,
Российский университет кооперации

ИССЛЕДОВАНИЕ СВОЙСТВ ЦЕЛЛЮЛОЗНОГО ВОЛОКНА, ОБРАБОТАННОГО НИТРОФУРАНОВЫМИ ПРЕПАРАТАМИ

История развития химической технологии волокнистых материалов характеризуется большим разнообразием решений научно-технических проблем. Крашение волокон и тканей [1] и их отделка [2] постоянно совершенствовались [3, 4, 5], что позволило достичь высокого уровня качества текстильных материалов и придания им специфических, например, антимикробных свойств [6] и высокой устойчивости к различным воздействиям [7], в том числе и к факторам износа [9].

Целлюлоза в хлопковом волокне обладает выраженной неординарностью надмолекулярной структуры, факторами которой выступают степень ориентации и плотность упаковки макромолекул полимера в волокне [8, 10], которые характеризуют сочетание кристаллических и аморфных частей в полимерной структуре [1, 2, 8]. Микрофибриллы спиралевидной формы образуют слои клеточной стенки хлопкового волокна. Первичная и вторичные ОН-группы, ответственные за абсорбционную способность целлюлозного волокна активно взаимодействуют с полярными группами других веществ, в том числе красителей [2, 4, 5]. Вопросы теории крашения не всегда однозначно подтверждаются практикой [1, 3, 4, 5], взаимодействие целлюлозы с другими веществами представлены [2, 6, 7, 8].

Одна из задач химической технологии волокнистых материалов в основном решена. Теоретически обоснованы процессы воздействия на текстильные материалы растворов отбеливающих препаратов, красителей, текстильных вспомогательных веществ и других реагентов. [4, 5, 8] Знание фундаментальных основ химии и физики волокнообразующих полимеров [1, 5, 8] является обязательной и необходимой предпосылкой для непрерывного улучшения качества, расширения ассортимента тканей, создания принципиально новых об-

разцов продукции с заданными свойствами [6], в том числе и через их физическую модификацию [10].

Поиск новых красителей для текстильных материалов и источников их получения продолжает оставаться актуальной задачей, что обусловлено, по меньшей мере, двумя основными причинами: ростом требований рынка к качеству новых текстильных материалов и изделий из них и все более жесткими ограничениями экологического характера к технологии получения (синтеза) красителей, их свойствам и технологии применения [15].

Создавая новый продукт или работая над улучшением старого, каждый производитель задумывается о получении более качественного товара за счет повышения эффективности производства, расширения сырьевой базы, использования новых технологий обработки сырья [7, 8, 9].

Среди растительных волокон наибольшее значение имеют хлопок и лен. Несмотря на различие в морфологической структуре, общим для этих волокон является то, что они содержат целлюлозу – основное вещество, определяющее их практическую ценность [8].

Получение новых образцов тканей, с первоначально заданными свойствами, продолжает оставаться актуальной задачей, которая обусловлена по меньшей мере двумя основными причинами: ростом требований рынка к качеству новых текстильных материалов и изделий из них и все более жесткими ограничениями экологического характера, а именно подавления фунгицидной активности грибов, наиболее активно развивающихся на текстильных материалах.

Химический состав целлюлозосодержащего волокна обеспечивает высокую гигроскопичность, что способствует образованию на поверхности в его объеме благоприятной питательной среды для разви-

тия обильной микрофлоры. В процессе деятельности некоторых микроорганизмов образуются продукты, которые могут воздействовать на целлюлозное волокно [6]. Такое воздействие может приводить к нежелательным изменениям потребительских свойств волокна, одним из которых можно считать деструкцию целлюлозы. Деструкция целлюлозного волокна способствует созданию условий открытой доступности других микроорганизмов, в частности, целлюлозоразрушающим бактериям и грибам, имеющим направленное ферментативное действие в связи с наличием в их структуре фермента целлюлозы. Такое комплексное воздействие на целлюлозное волокно приводит к распаду целлюлозного полимера до конечных продуктов – углекислоты и воды [16]. Интенсивностью протекания процессов, разрушающих целлюлозу, которые возникают при хранении текстильных материалов и изделий, можно управлять. Для управления процессом сохранения свойств целлюлозных волокон можно применять соединения 5-нитрофуранового ряда, которые среди других антимикробных веществ выделяются широким спектром антимикробного действия и слабо выраженным проявлением токсичности [16].

Антимикробная обработка текстильных материалов методами осаждения антимикробного вещества осуществляется довольно просто, не требует специального оборудования и не нарушает традиционной технологической схемы, позволяя получить достаточно устойчивую сорбцию антимикробного вещества на волокно. Фактическое взаимодействие в системе вещество-волокно требует дальнейшего изучения.

В чистых водных растворах или в присутствии неорганических солей нитрофурановые препараты выдерживают нагревание в автоклаве без заметного разложения, однако в присутствии больших количеств органических веществ, в таких условиях, происходит быстрое разложение этих препаратов [14].

С целью контроля за эффективностью антимикробной обработки целлюлозосодержащих тканей, нами использована технология сопоставления контрольных и исследуемых материалов по интенсивности развития на их поверхности микроорганизмов *Aspergillus niger* ВКМФ-1119, ко-

торые взяты в качестве индикатора [18]. Такая методология применяется в лабораторных испытаниях полимерных материалов и их компонентов на стойкость к воздействию плесневых грибов [18].

Культуру гриба предварительно выращивали в пробирках на скошенном картофельно-глюкозном агаре (КГА) в течение 7 дней при 25 °С для образования обильного спороношения. Затем споры смывали 5 мл стерильной водой и получали густую споровую суспензию, концентрация спор в которой составляла $6,8 \times 10^6$ спор/мл. Посев культуры проводили в чашки Петри на агаризованную среду Чапека с добавлением молочной кислоты для подавления роста бактерий (4 мл/1 л среды). На поверхность питательной среды наносили по 0,05 мл суспензии и растирали стерильным шпателем для равномерного распределения культуры гриба. После этого в стерильных условиях в каждую чашку Петри раскладывали образцы ткани в трехкратной повторности (по 3 квадратика ткани на каждую чашку). Затем все чашки помещали в холодильник на 24 часа для диффузии пропитывающего ткани компонента в питательную среду до начала роста культуры гриба. Через сутки посева перемещали в термостат и инкубировали при 30 °С в течение 2-х суток [18].

В результате исследований было установлено, что контрольные образцы немерсеризованной и мерсеризованной ткани подавляют как рост, так и спорообразование грибной культуры. Причем данный эффект не пропадает после первых 2-3 стирок. Напротив, после первой стирки зоны подавления спороношения кажутся даже более крупными. При этом у образцов немерсеризованной ткани зоны подавления спорообразования гриба после первых 2-х стирок примерно в 2 раза выше, чем у образцов мерсеризованной ткани.

После четвертой стирки фунгистатический эффект ослабевает. Зоны подавления роста и спороношения исчезают, ткань начинает подвергаться воздействию грибов, на поверхности тканевых кусочков отчетливо виден рост гриба. Процесс нарастает по мере увеличения количества стирок и после 9-ой стирки уже практически 90-100% поверхности всех кусочков ткани покрыто грибным мицелием, см. рисунок 1.

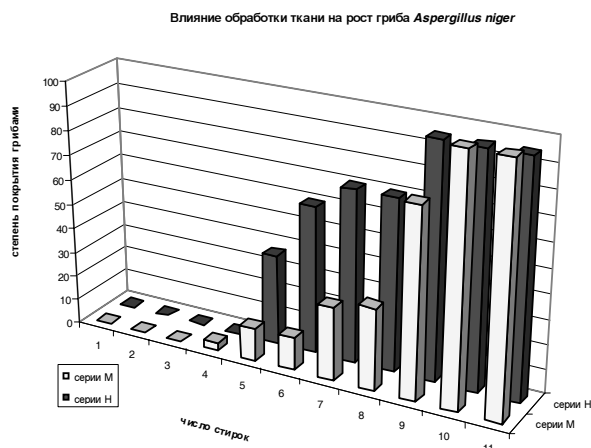


Рис. 1. Влияние циклов обработки ткани на рост гриба *Aspergillus niger*

Образцы ткани, обработанные антимикробным веществом и в последствии, погруженные в ванну с едким натром, не обладали фунгистатическим эффектом изначально. Не было установлено какого-либо подавления роста гриба на всех представленных образцах, после проведения десяти стирок.

Экспериментальные данные подтверждают тот факт, что после трех стирок образцов тканей, пропитанных фуразолидоном сохраняется их антимикробная способность содержание в образцах немерсеризованной и мерсеризованной ткани изменяется незначительно.

С достаточной стабильностью образцы немерсеризованной и мерсеризованной ткани сохраняют фунгистатический эффект по отношению к мицелиальному грибу *Aspergillus niger*. Замечена тенденция некоторого ослабления фунгицидного эффекта тканей после второй стирки для образцов мерсеризованной ткани и после третьей стирки для образцов немерсеризованной ткани. При последующих стирках фунгистатический эффект, обработанных фуразолидоном тканей, плавно снижается и исчезает к восьмой – девятой стирке см. рисунок 2, 3. Образцы, обработанные антисептическим препаратом и погруженные в ванну с едким натром, не обладали фунгистатическим эффектом см. рисунок 4.

Результаты исследований, которые отображены на рисунках 1, 2, 3 и 4, подтверждают целесообразность использования антисептического средства - фуразолидон, с целью повышения фунгистатического эффекта хлопковых тканей, предназначенных для последующих технологических

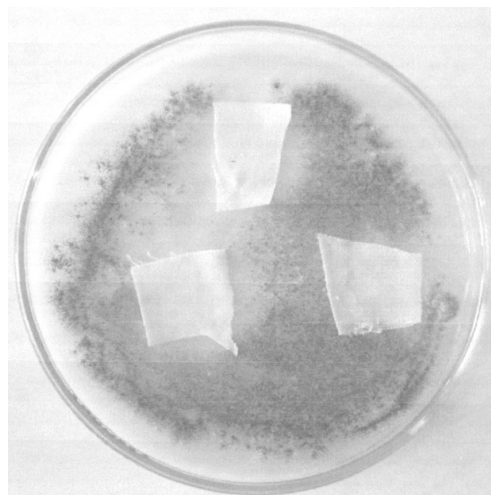


Рис. 2. Оптически зафиксированный результат проявления фунгицидной активности мерсеризованной ткани, обработанной фуразолидоном

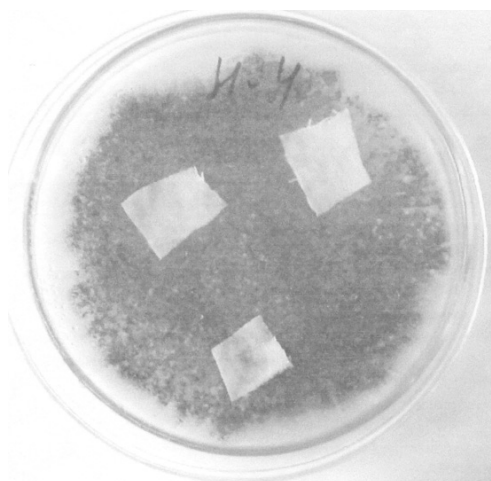


Рис. 3. Оптически зафиксированный результат проявления фунгицидной активности немерсеризованной ткани, обработанной фуразолидоном

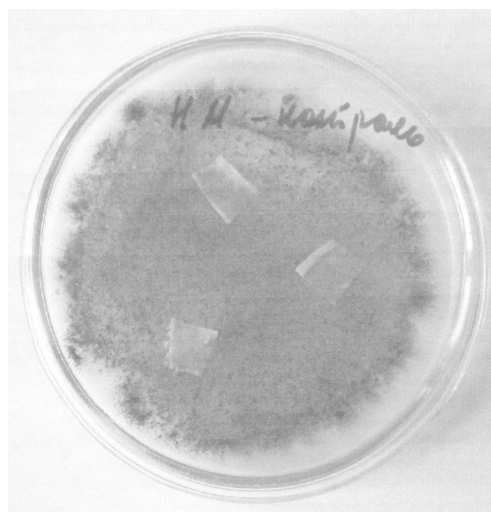


Рис. 4. Оптически зафиксированный результат проявления фунгицидной активности немерсеризованной ткани, необработанной фуразолидоном (контроль)

ких доработок. Общеизвестно, что нитрофурановые препараты обладают хорошими, стабильно выраженными, антисептическими свойствами, препараты нитрофуранового ряда недороги, легко доступны и безопасны для человека. Нами проводились испытания образцов тканей обработанных фуразолидоном. Обработанная ткань подвергалась хранению в нормальных условиях складских помещений. Результаты испытаний стандартных полосок ткани, на машине РТ-250 М-2, показал, что исходные значения прочности обработанных фуразолидоном образцов, сохраняются без изменений, в течение 200 суток. В контрольных образцах разрушающее напряжение и удлинение разрыва ткани снижается в пределах естественного старения волокон.

Исходя из результатов эксперимента и на основании вышеизложенного материала можно сделать заключение, что анти-

септические препараты, а именно, фуразолидон, нанесенный на хлопкодержательное волокно, способствует подавлению и росту спор грибов, опасных для здоровья человека.

Таким образом для того, чтобы снизить отрицательное воздействие ткани на здоровье рабочего персонала и обеспечить стабильное, длительное хранение хлопкодержательных материалов, а также способствовать сохранению их физико-механических свойств, представляется возможным использовать данный способ обработки в технологическом процессе.

М.А. Черная,
аспирантка кафедры товароведения,
товарного консалтинга и аудита,

Ф.А. Петрище,
профессор кафедры товароведения,
товарного консалтинга и аудита, д.т.н.,
Российский университет кооперации

ЛИТЕРАТУРА:

1. Андросов В.Ф., Фель В.С. Крашение синтетических волокон – М., 1965.
2. Кочкин Д.Н. Отделка хлопчатобумажных тканей – М., 1969.
3. Мельников Б.Н. и др. Физико-химические основы процессов отделочного производства – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1982, 280 с.
4. Кричевский Г.Е. Диффузия и сорбция в процессах крашения и печатания-М.: Легпромиздат, 1981, 132 с.
5. Химия и технология крашения, синтеза красителей и полимерных материалов. Иваново. ИХТИ, 1981, 200 с.
6. Губина С.М., Стокозенко В.Г. Технический текстиль: виды, свойства и области применения, Снабженец №39 (489); №40 (490), с. 129–132, 2005.
7. Калонтаров И.Я. Устойчивость окрасок текстильных материалов к физико-механическим воздействиям – М.: Легпромиздат, 1985, 200 с.
8. Мельников Б.Н. Справочник Технология и ассортимент хлопчатобумажных тканей. Отделка хлопчатобумажных тканей – М.: Легпромбытиздат, 1991, 432 с.
9. Пугачевский Г.Ф. Изнашивание целлюлозных тканей при воздействии различных факторов – М.: Легкая индустрия, 1977, 136 с.
10. Белицин М.Н. Физическая модификация химических нитей – М.: Легпромбытиздат, 1985, 152 с.
11. Рогожин З.А. Химия целлюлозы. – М: Химия, 1972, 52 с.
12. Каргин В.А., Высокомолекулярных соединений, 1960, 2, 466 с.
13. Мельников Б.Н. Захарова Т.Д. Современные способы заключительной отделки тканей целлюлозных волокон. – М: Легкая индустрия, 1975, 208 с.
14. Казакиявичюте Г.А. Придание антимикробных свойств целлюлозным текстильным материалам с примесями нитросоединений – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 1985, 8–10, 21–25, 44–48 с. (диссертационная работа)
15. Кобраков К.И. Красители из нетрадиционного сырья. Получение. Свойства. Перспективы. – М: Текстильная промышленность, 2004, 10, 22 с.
16. Цветкова Л.А. – ВНИИПРиМ – М.: Особенности развития рынка товаров текстильной и легкой промышленности в 2003 г. и прогноз темпов роста их производства до 2005 г., журнал Текстильная промышленность № 3 март 2004, 54–57 с.
17. Дьякова Ю.Т., Сергеева Ю.В. Новое в систематике и номенклатуре грибов – М.: Национальная академия микологии – Медицина для всех, 2003, 157 с.
18. ГОСТ 9.049-91. Материалы полимерные и их компоненты. Методы лабораторных испытаний на стойкость к воздействию плесневых грибов.

АДАПТИВНЫЕ ФИЛЬТРЫ

В настоящее время состояние любой социально-экономической системы характеризуется большим количеством параметров, такими например, как число участников, оборот оптовой и частной торговли, спрос на различные виды товаров, расход на рекламные расходы etc. Все эти параметры со временем меняются, определенным образом взаимодействуя друг с другом. Задачей-минимумом в такой ситуации является построение обоснованного прогноза для поведения исследуемой системы. При этом попытки применения привычного подхода, сводящегося к стандартной линейной регрессии, дают более-менее приемлемые точности оценок для весьма малых времен прогноза.

Для получения прогноза на более продолжительное время необходимо уже учитывать нелинейные эффекты. Возрастающая при этом сложность алгоритмов обработки данных делает более популярными адаптивные методы.

Адаптивными называются такие алгоритмы, в которых при вычислении коэффициентов регрессионной функции в наибольшей степени учитывается недавно поступившие данные и происходит своеобразное «забывание» устаревшей информации. Типичная процедура построения такого фильтра начинается с предварительного выбора базисных функций, образующих базисный функциональный вектор:

$$\bar{\varphi}_t = (\varphi_0(t) \quad \varphi_1(t) \quad \dots \quad \varphi_m(t))^T$$

где $\varphi_k(t)$; $(k = 0, 1, \dots, m)$ – выбранный набор функций.

Выбор функций производится исследователем на основании каких-либо априорных соображений, диктуемых конкретной задачей.

Например, он может строиться на степенных функциях:

$$\bar{\varphi}_t = (1 \quad t \quad \dots \quad t^m)^T$$

либо на гармониках:

$$\bar{\varphi} = (1 \quad \sin \omega t \quad \cos \omega t \quad \dots \quad \sin(m\omega t) \quad \cos(m\omega t))^T,$$

и так далее.

В качестве прогноза поведения временного ряда y_t берется линейная форма этих функций:

$$\hat{y}(t, \tau) = b_{0t} \varphi_0(\tau) + b_{1t} \varphi_1(\tau) + \dots + b_{mt} \varphi_m(\tau) = \bar{b}_t^T \bar{\varphi}_\tau$$

где \bar{b}_t – текущая оценка коэффициентов, зависящая от времени t ;

τ – глубина прогноза.

Без ограничения общности можно считать временные параметры t, τ целыми числами. В рамках адаптивного метода наименьших квадратов (МНК) выбирается такая оценка \bar{b}_t , при которой достигается минимум суммы следующего ряда:

$$S(\bar{b}_t) = \sum_{\tau=0}^{\infty} c_\tau (\bar{b}_t^T \bar{\varphi}_\tau - y_{t-\tau})^2, \quad (1)$$

где c_0, c_1, \dots – последовательность весовых коэффициентов, имеющая пределом нуль.

Скорость убывания коэффициентов определяет «память» данного фильтра.

Квадратичные формы типа (1) более компактно выглядят в векторно-матричном представлении:

где введены величины:

$$S_t = (\varphi \cdot \bar{b}_t - \bar{y}_t)^T C \cdot (\varphi \cdot \bar{b}_t - \bar{y}_t),$$

В соответствии с теоремой Ферма, в

$$C = \begin{pmatrix} c_0 & 0 & \dots & \infty \\ 0 & c_1 & \dots & \\ & \dots & \dots & \\ \infty & \dots & \dots & \infty \end{pmatrix} \quad \varphi = \begin{pmatrix} \bar{\varphi}_0^T \\ \bar{\varphi}_1^T \\ \dots \\ \infty \end{pmatrix} \quad (2)$$

точке достижения минимума дифференциал суммы S_t равен нулю:

и в силу произвольности дифференциала

$$dS_t = d\bar{b}^T \cdot \varphi^T C \cdot (\varphi \cdot \bar{b}_t - \bar{y}_t) = 0,$$

$d\bar{b}^T$ следует выполнение условий, которые в эконометрике называются нормальными уравнениями:

$$\varphi^T C \cdot (\varphi \cdot \bar{b}_t - \bar{y}_t) = \bar{0} \quad (3)$$

(в самом деле, если допустить, что левая часть (3) равна некоторому ненулевому вектору $\vec{\delta} \neq \vec{0}$, то, положив $d\vec{b}_t = \vec{\delta}$, мы получаем $d\mathbf{S}_t = \vec{\delta}^T \vec{\delta} > 0$, и, следовательно, приходим к противоречию с теоремой Ферма).

Из нормальных уравнений следует текущая оценка вектора коэффициентов:

$$\vec{b}_t = \Phi^{-1} \vec{f}_t, \quad (4)$$

где обозначено:

$$\Phi(\mathbf{C}) = \Phi^T \mathbf{C} \Phi, \quad \vec{y}_t = \begin{pmatrix} y_t \\ y_{t-1} \\ y_{t-2} \\ \dots \end{pmatrix} \quad (5)$$

$$\vec{f}_t = \Phi^T \mathbf{C} \vec{y}_t$$

Выражения (4), (5) определяют **ограничение на выбор базисных функций**: а именно, можно выбрать любой вектор $\vec{\varphi}_t$, для которого матрица Φ обратима.

Обычно, чтобы избежать довольно громоздких вычислений (4), (5), пытаются получить итеративные соотношения, с помощью которых очередные оценки вектора коэффициентов \vec{b}_t определяются из предыдущих оценок \vec{b}_{t-1} и поступившей новой информации. Для этого найдем производящие функции (**ПФ**).

$$\vec{F}(\alpha) \equiv \sum_{t=0}^{\infty} \vec{f}_t \cdot \alpha^t = \sum_{t=0}^{\infty} \alpha^t \Phi^T \mathbf{C} \vec{y}_t = \Phi^T \mathbf{C} \cdot \vec{Y}(\alpha);$$

$$\vec{Y}(\alpha) \equiv \sum_{t=0}^{\infty} \alpha^t \vec{y}_t = \sum_{t=0}^{\infty} \alpha^t \begin{pmatrix} y_t \\ y_{t-1} \\ y_{t-2} \\ \dots \end{pmatrix} = \mathbf{Y}(\alpha) \cdot \begin{pmatrix} 1 \\ \alpha \\ \alpha^2 \\ \dots \end{pmatrix}$$

$$\mathbf{Y}(\alpha) \equiv \sum_{t=0}^{\infty} \alpha^t \mathbf{y}_t$$

$$\vec{F}(\alpha) = \mathbf{Y}(\alpha) \Phi^T \begin{pmatrix} c_0 \\ c_1 \alpha \\ c_2 \alpha^2 \\ \dots \end{pmatrix} \quad (6)$$

Статистические свойства

Найдем оценку дисперсии случайного слагаемого $\vec{\epsilon}$. Для этого рассмотрим вектор остатков:

$$\vec{\epsilon} = \vec{y}_t - \Phi \cdot \vec{b}_t = \vec{y}_t - \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C} \vec{y}_t =$$

$$= [\mathbf{I} - \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C}] \cdot \vec{y}$$

Так как $\vec{y} = \vec{0} \cdot \vec{a} + \vec{a}$, то

$$\vec{\epsilon}_t = [\mathbf{I} - \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C}] \cdot (\Phi \cdot \vec{\beta} + \vec{\epsilon}) =$$

$$= [\mathbf{I} - \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C}] \vec{\epsilon} \quad (7)$$

С помощью этого выражения можно найти математическое ожидание взвешенной суммы квадратов (1):

$$\langle \mathbf{S} \rangle = \langle \vec{\epsilon}^T \mathbf{C} \vec{\epsilon} \rangle = \left\langle \vec{\epsilon}^T [\mathbf{I} - \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C}] \cdot \right.$$

$$\left. \cdot \mathbf{C} \cdot [\mathbf{I} - \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C}] \vec{\epsilon} \right\rangle =$$

$$= \left\langle \vec{\epsilon}^T [\mathbf{C} - 2\Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C} + \Phi \cdot \right.$$

$$\left. \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \cdot \mathbf{C} \cdot \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C}] \vec{\epsilon} \right\rangle =$$

$$= \langle \vec{\epsilon}^T [\mathbf{C} - \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1} \Phi^T \mathbf{C}] \vec{\epsilon} \rangle =$$

$$= \sigma^2 \{ \text{tr}(\mathbf{C}) - \text{tr}[\Phi^T \mathbf{C}^2 \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1}] \} =$$

$$= \sigma^2 \cdot \{ \text{tr}(\mathbf{C}) - \text{tr}[\Phi(\mathbf{C}^2) \cdot \Phi(\mathbf{C})^{-1}] \}$$

Здесь: $\sigma^2 = \langle \epsilon_j^2 \rangle$ - дисперсия;

$\text{tr}(\mathbf{C}) = \sum_k \mathbf{C}_{kk}$ - след матрицы.

В выводе выражения (8) было использовано известное свойство следа, выполняющееся для любых допустимых матриц \mathbf{A}, \mathbf{B} : $\text{tr}(\mathbf{AB}) = \text{tr}(\mathbf{BA})$.

Теперь, рассмотрев некоторые аспекты линейной фильтрации, можно перейти к рассмотрению разновидности фильтров, носящих имя Брауна.

Первым основным положением, которое принимается в любой теории фильтров Брауна, заключается в **рекурсивном свойстве** вектора его базисных функций.

А именно, предполагается, что у каждого такого фильтра существует своя постоянная матрица \mathbf{T} , для которой выполняются равенства:

$$\vec{\varphi}_\tau = \mathbf{T}^\tau \cdot \vec{\varphi}_0, \quad \tau = 0, 1, \dots, \infty \quad (9)$$

Если ввести $\mathbf{C}(\alpha)$ - ПФ для последовательности весовых коэффициентов \mathbf{c}_τ , из равенств (6) получим:

$$\vec{F}(\alpha) = \mathbf{Y}(\alpha) \cdot \mathbf{C}(\alpha \mathbf{T}) \cdot \vec{\varphi}_0,$$

$$\mathbf{C}(\alpha) \equiv \sum_{\tau=0}^{\infty} \mathbf{c}_\tau \alpha^\tau \quad (10)$$

Обращаем внимание, что в (10) аргумент $\alpha\mathbf{T}$ – матрица.

Второе положение, принимаемое в классической теории фильтра Брауна. Предполагается, что последовательность весовых коэффициентов \mathbf{c}_τ представляет собой геометрическую прогрессию: $\mathbf{c}_\tau = \mathbf{c}_0 \cdot \mathbf{e}^{\tau}$, ($0 \leq \tau \leq 1$).

Величина параметра \mathbf{e} определяет длительность «памяти» данного фильтра: чем она меньше, тем «память» короче.

В этом случае

$$\mathbf{C}(\alpha\mathbf{T}) = \sum_{\tau=0}^{\infty} \mathbf{c}_\tau (\alpha\mathbf{T})^\tau = \sum_{\tau=0}^{\infty} (\lambda\alpha\mathbf{T})^\tau = (\mathbf{I} - \lambda\alpha\mathbf{T})^{-1}, \quad (11)$$

где \mathbf{I} – единичная матрица.

После подстановки этой ПФ в (10) будем иметь уравнение: $(\mathbf{I} - \mathbf{e}\alpha\mathbf{T})\mathbf{F}(\alpha) = \mathbf{Y}(\alpha)\delta_0$, непосредственно из которого следует рекурсивное равенство для функционального вектора \mathbf{f}_t , откуда мы получаем итеративный алгоритм вычисления вектора коэффициентов регрессии \mathbf{b}_t :

$$\begin{cases} \mathbf{f}_t = \lambda\mathbf{T} \cdot \mathbf{f}_{t-1} + \mathbf{y}_t \cdot \bar{\Phi}_0 \\ \mathbf{b}_t = \Phi^{-1} \mathbf{f}_t \end{cases}$$

Оценка дисперсии случайных возмущений

Взвешенная сумма квадратов с учетом (3) равна:

$$\mathbf{S}_{0t} = \bar{\mathbf{y}}_t^T \mathbf{C} \bar{\mathbf{y}}_t = \mathbf{y}_t^2 + \lambda \cdot \mathbf{y}_{t-1}^2 + \lambda^2 \cdot \mathbf{y}_{t-2}^2 + \dots;$$

$$\begin{aligned} \mathbf{S}_t &= \bar{\mathbf{y}}_t^T \mathbf{C} \cdot (\bar{\mathbf{y}}_t - \Phi \cdot \mathbf{b}_t) = \bar{\mathbf{y}}_t^T \mathbf{C} \bar{\mathbf{y}}_t - \\ &- \bar{\mathbf{y}}_t^T \mathbf{C} \Phi \cdot \mathbf{b}_t = \mathbf{S}_{0t} - \bar{\mathbf{S}}_{1t} \mathbf{b}_t \end{aligned}$$

$$\mathbf{S}_{0t} = \lambda \mathbf{S}_{0,t-1} + \mathbf{y}_t^2$$

$$\bar{\mathbf{S}}_{1t}^T = \bar{\mathbf{y}}_t^T \mathbf{C} \Phi = \mathbf{y}_t \bar{\Phi}_0^T + \lambda \mathbf{y}_{t-1} \bar{\Phi}_1^T + \lambda^2 \mathbf{y}_{t-2} \bar{\Phi}_2^T + \dots$$

$$\bar{\mathbf{S}}_{1t} = \mathbf{y}_t \bar{\Phi}_0 + \lambda \mathbf{y}_{t-1} \mathbf{T} \bar{\Phi}_0 + \lambda^2 \mathbf{y}_{t-2} \mathbf{T}^2 \bar{\Phi}_0 + \dots;$$

$$\bar{\mathbf{S}}_{1t} = \lambda \mathbf{T} \cdot \bar{\mathbf{S}}_{1,t-1} + \mathbf{y}_t \bar{\Phi}_0$$

$$\langle \mathbf{S} \rangle = \sigma^2 \{ \text{tr}(\mathbf{C}) - \text{tr}[\Phi^T \mathbf{C}^2 \Phi \cdot (\Phi^T \mathbf{C} \Phi)^{-1}] \};$$

$$\text{tr}(\mathbf{C}) = 1 + \lambda + \lambda^2 + \dots = \frac{1}{1-\lambda};$$

Рассмотрим простейший случай линейного прогноза:

$$\bar{\Phi}_\tau = \begin{pmatrix} 1 \\ \tau \end{pmatrix}; \quad \bar{\Phi}_{\tau+1} = \mathbf{T} \cdot \bar{\Phi}_\tau; \quad \mathbf{T} = \begin{pmatrix} 1 & 0 \\ 1 & 1 \end{pmatrix}$$

Тогда из (5)

$$\begin{aligned} \Phi &= \Phi^T \mathbf{C} \Phi = \bar{\Phi}_0 \bar{\Phi}_0^T + \lambda \mathbf{T} \bar{\Phi}_0 \bar{\Phi}_0^T \mathbf{T}^T + \dots \\ &\dots + \lambda^k \mathbf{T}^k \bar{\Phi}_0 \bar{\Phi}_0^T (\mathbf{T}^k)^T + \dots \end{aligned}$$

Легко показать (хотя бы по индукции), что

$$\mathbf{T}^k = \begin{pmatrix} 1 & 0 \\ \mathbf{k} & 1 \end{pmatrix}, \quad \mathbf{k} = 1, 2, \dots$$

отсюда:

$$\mathbf{T}^k \bar{\Phi}_0 = \begin{pmatrix} 1 & 0 \\ \mathbf{k} & 1 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 \\ \mathbf{k} \end{pmatrix},$$

$$\mathbf{T}^k \bar{\Phi}_0 \bar{\Phi}_0^T (\mathbf{T}^k)^T = \begin{pmatrix} 1 & \mathbf{k} \\ \mathbf{k} & \mathbf{k}^2 \end{pmatrix}$$

Так как:

$$\sum_{k=0}^{\infty} \lambda^k = \frac{1}{1-\lambda} \quad (|\lambda| < 1);$$

$$\sum_{k=0}^{\infty} \mathbf{k} \lambda^k = \lambda \sum_{k=1}^{\infty} \mathbf{k} \lambda^{k-1} =$$

$$= \lambda \cdot \frac{\partial}{\partial \lambda} \sum_{k=0}^{\infty} \lambda^k = \frac{\lambda}{(1-\lambda)^2};$$

$$\sum_{k=0}^{\infty} \mathbf{k}^2 \lambda^k = \sum_{k=0}^{\infty} [\mathbf{k}(\mathbf{k}-1) + \mathbf{k}] \lambda^k =$$

$$= (\lambda^2 \frac{\partial^2}{\partial \lambda^2} + \lambda \frac{\partial}{\partial \lambda}) \frac{1}{1-\lambda} =$$

$$= \frac{2\lambda^2}{(1-\lambda)^3} + \frac{\lambda}{(1-\lambda)^2} = \lambda \cdot \frac{1+\lambda}{(1-\lambda)^3}$$

$$\text{то: } \Phi(\lambda) = \begin{pmatrix} \frac{1}{1-\lambda} & \frac{\lambda}{(1-\lambda)^2} \\ \frac{\lambda}{(1-\lambda)^2} & \lambda \frac{1+\lambda}{(1-\lambda)^3} \end{pmatrix} =$$

$$= \frac{1}{(1-\lambda)^3} \begin{pmatrix} (1-\lambda)^2 & \lambda(1-\lambda) \\ \lambda(1-\lambda) & \lambda(1+\lambda) \end{pmatrix}$$

$$\Phi^{-1} = \frac{1-\lambda}{\lambda} \begin{pmatrix} \lambda(1+\lambda) & \lambda(\lambda-1) \\ \lambda(\lambda-1) & (1-\lambda)^2 \end{pmatrix}$$

Можно показать, что в классическом простейшем случае линейного прогноза $\mathbf{b}_0 + \mathbf{b}_1 \hat{\delta}$ математическое ожидание взвешенной

суммы квадратов остатков (1) в соответствии с (8) оказывается равным:

$$\langle S \rangle \equiv S(\lambda) = 2\lambda^2 \cdot \frac{3 + \lambda}{(1 - \lambda)(1 + \lambda)^3}$$

2. Обобщение – представление ПФ $C(\alpha T)$ в виде дробно-рациональной функции:

$$C(\alpha T) = \frac{P_m(\alpha T)}{P_n(\alpha T)},$$

$$(m \leq n - 1)$$

где $P_m(\alpha T)$, $P_n(\alpha T)$ – произвольные полиномы соответственно степени m , n :

$$P_m(\alpha T) = \sum_{\tau=0}^m a_{1\tau}(\alpha T)^\tau,$$

$$P_n(\alpha T) = \sum_{\tau=0}^n a_{2\tau}(\alpha T)^\tau$$

Тогда из уравнения (9) следует:
 $P_n(\alpha T) \vec{F}(\alpha) = Y(\alpha) \cdot P_m(\alpha T) \vec{\delta}_0$ (12)

Введем оператор временного смещения D , определяемый равенствами:

$$D \vec{f}_t = \vec{f}_{t-1},$$

$$D^\tau \vec{f}_t = \vec{f}_{t-\tau},$$

$$\tau = 1, 2, \dots$$

С помощью этого оператора от равенства (12) для ПФ можно перейти к рекурсивному соотношению для векторов \vec{f}_t :

$$P_n(T \cdot D) \vec{f}_t = P_m(T \cdot D) y_t \vec{\delta}_0,$$

$$a_{10} \vec{f}_t + \sum_{\tau=1}^m a_{1\tau} T^\tau \vec{f}_{t-\tau} = \sum_{\tau=0}^n a_{2\tau} y_{t-\tau} T^\tau \vec{\delta}_0 \quad (13)$$

откуда, в соответствии с (4), следует рекурсия для векторов \vec{b}_t :

$$a_{10} \vec{b}_t + \Phi^{-1} \cdot \sum_{\tau=1}^m a_{1\tau} T^\tau \Phi \vec{b}_{t-\tau} =$$

$$= \Phi^{-1} \sum_{\tau=0}^n a_{2\tau} y_{t-\tau} T^\tau \vec{\delta}_0 \quad (14)$$

Равенства (12) -(14) в общем виде решают задачу фильтрации Брауна для любого допустимого функционального вектора $\vec{\delta}_t$.

М.М. Ермилов,
ст. преподаватель
кафедры высшей математики
и естественно-научных дисциплин,
Российский университет кооперации

Редакция журнала приносит свои извинения за неточность, допущенную в ц 1 журнала «Фундаментальные и прикладные исследования» за 2006 г., стр. 57.

Следует читать: **Пучкова В.Ф., зав. кафедрой технологий предприятий питания Смоленского гуманитарного университета, к.т.н., доцент.**

УДК 334.7
ББК 65.9(2)421.8

Фундаментальные и прикладные исследования
Научно-теоретический журнал, №2, 2006; - 60.

Компьютерная верстка Кирьянов С.Ю., Бугаева О.Ю.
Корректор Ромашкова И.И.

Подписано в печать 24.04.2006 г. Формат 60x90 1/8 Печать офсетная.
Бумага офсетная №1. Печ. л. 7,5 Тираж 999 экз. Зак. №

Издательство «Наука и кооперативное образование»
141014 Московская обл. г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12