## Безработица: сущность, формы, социально-экономические последствия. Закон Оукена

Рынок труда (рабочей силы) - система экономических отношений по поводу купли-продажи такого специфического товара, как рабочая сила, важная сфера экономической и социально-политической жизни общества. На рынке труда фиксируются ставки заработной платы и условия занятости. Рынок труда, как и любой товарный рынок, основан на спросе и предложении. Спрос в данном случае выступает в форме потребности на занятие свободных рабочих мест и выполнения работ, а предложение - в наличии незанятой рабочей силы или желания изменить место работы. Спрос и предложение реализуются в конкурентной борьбе между работниками на занятие того или иного рабочего места или выполнение работы и между работодателями за привлечение нужной рабочей силы, как по своему количественному, так и качественному составу. Со стороны спроса главным фактором, влияющим на динамику занятости, является состояние экономической конъюнктуры, фаза экономического цикла. Помимо этого серьезное влияние на потребность в рабочей силе оказывает научно-технический прогресс. На спрос и предложение рабочей силы влияет ряд факторов: демографические, миграционные, характеризующие экономическую активность разных групп населения, - на предложение рабочей силы, а состояние экономики - на спрос. В России синонимом понятия "рабочая сила" является понятие "экономически активное население". Экономически активное население - это часть населения страны, обеспечивающая предложение рабочей силы для производства товаров и услуг. Численность экономически активного населения включает занятых и безработных. К занятым относятся лица, работающие по трудовому договору (контракту) на предприятии любой формы собственности, а также имеющие иную оплачиваемую работу (службу), занимаю-} щиеся предпринимательской деятельностью; самостоятельна обеспечивающие себя работой; выполняющие работы по гражданско-правовым договорам. Занятыми считаются и лица, npo-i ходящие поенную службу и службу в органах внутренних дел, а также учащиеся очной формы профессионального обучения лица, которые отсутствуют на рабочем месте по уважительной причине (отпуск, нетрудоспособность, переподготовка и др.). К безработным относятся трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах по вопросам занятости, ищут работу и готовы приступить к ней.

Безработица - это социально-экономическое явление. Она характеризуется следующими показателями. Уровень безработицы определяется как удельный вес численности безработных в численности экономически активного населения. Продолжительность безработицы (продолжительность поиска работы) - это промежуток времени, в течение которого лицо ищет работу, с момента начала поиска работы и до рассматриваемого периода, используя при этом любые способы. Различается безработица естественная и вынужденная. К естественной безработице относятся те формы, которые неустранимы и соответствуют долговременному равновесию рынка рабочей силы, а к вынужденной - формы безработицы, существующие помимо естественной и повышающие общий уровень безработицы. Естественная безработица характеризует наилучший для экономики резерв рабочей силы, способный достаточно быстро совершать межотраслевые и межрегиональные перемещения в зависимости от колебаний спроса и обусловленных им потребностей производства. Естественная безработица включает такие виды, как фрикционная, институциональная и добровольная. Фрикционная, или текущая, безработица вызвана текучестью кадров, увольнениями с предприятий (учреждений) в большинстве случаев по собственному желанию и носит естественный характер. Работники меняют место работы в поисках лучших условий труда, возможностей продвижения по службе, более высокой зарплаты и т.п. Нежелательный характер фрикционная безработица приобретает тогда, когда ее уровень превышает средний либо по отношению к показателям других стран, либо за достаточно продолжительный период в данной стране. Институциональная безработица порождена правовыми нормами, особенностями устройства рынка рабочей силы, факторами, влияющими на спрос и предложение на нее. Рынок рабочей силы инерционен и, как правило, не способен перестраиваться с той же скоростью, что и производство. Структура профессий, уровни квалификации и иные характеристики рынка труда меняются сравнительно медленно, отстают от потребностей производства, в результате чего появляется особая разновидность институциональной безработицы. Институциональной следует считать и безработицу, возникшую из-за несовершенства информации о свободных рабочих местах.

Добровольная безработица обусловлена тем, что среди трудоспособного населения всегда есть люди, которые по каким-то причинам не желают работать. Очевидно, что такая безработица тоже имеет признаки естественной. Вынужденная безработица включает технологическую, структурную, региональную и скрытую формы безработицы. Технологическая безработица особенно заметна в странах, где научно-технический прогресс сочетается с высоким уровнем доходов. Такая комбинация делает сокращение рабочих мест экономически эффективным, превращает его в постоянное явление. Структурная безработица - нормальное явление с точки зрения логики научно-технического развития. Старые производства сокращаются, новые получают развитие. Набор кадров и их профессиональная подготовка требуют определенного времени. Высвобожденные работники не сразу трудоустраиваются, им требуется помощь как государственных органов, так и предприятий для организации профессиональной подготовки и переподготовки с учетом требований, предъявляемых на новых рабочих местах, а также оказание соответствующей материальной поддержки. Структурная безработица характеризуется тем, что предложение рабочей силы и спрос на нее постоянно оказываются в несоответствии друг с другом из-за происходящих в хозяйстве структурных изменений. Региональная безработица возникает в условиях избытка рабочей силы в районах, которые в силу географических или природных факторов оказываются относительно неблагоприятными для экономической деятельности.

Скрытая безработица характерна в основном для стран с глубокими деформациями рыночных механизмов. Например, отсутствие стимулов к труду ведет к низкой производительности, когда! работу одного человека выполняют двое. Это свидетельствует о том, что одно рабочее место лишнее, а уровень скрытой безработицы достигает 50%. В состав скрыто безработных входят люди,' которые трудятся неполный рабочий день или неделю, а также Te кто отчаялся найти рабочие места и, утратив права на получение] пособий, отказался регистрироваться на биржах труда. Скрытая безработица влечет за собой негативные последствия для эффективности производства, будучи верным спутником депрофессионализации, низкой дисциплины, уравниловки. Она снижает реальную заработную плату и в конечном счете противоречит интересам самих работающих.

Экономика России переживает крайне сложный переходный период, что, естественно, отражается на рынке труда. Проблемы занятости, своевременности выплат заработной платы и другие стоят очень остро. Государственная политика на рынке труда, безусловно, нуждается в совершенствовании. Мировой опыт показывает, что основными направлениями государственного регулирования рынка труда могут быть программы по стимулированию роста занятости, увеличению числа рабочих мест, а также программы, обеспечивающие решение вопросов подготовки и переподготовки рабочей силы.

На российском рынке труда целесообразно:

повышение доступности пособия по безработице и одновременное увеличение его размера для фактически безработных; это могло бы уменьшить боязнь сокращений и позволило бы направлять более существенные ресурсы на скорейшее трудоустройство выбывших;

развитие взаимоотношений работодателей со службой занятости, с тем чтобы местные центры занятости были лучше информированы о нуждах предприятий, и, следовательно, могли предпринимать более адекватные действия;

совершенствование программ обучения работников и механизмов их реализации, что помогло бы предприятиям трудоустраивать высвобождающихся работников и удовлетворять свои потребности в кадрах той или иной квалификации;

развитие межрегионального движения рабочей силы путем создания для этого необходимых социальных условий (например, региональных рынков жилья).

Рыночная экономика предполагает совершенно иной, чем ранее, тип взаимоотношений между работником и работодателем и требует освоения субъектами социально-трудовых отношений новых социальных ролей и соответствующих им функций. Для работодателя это означает формирование нового отношения к оплате труда и установки на эффективное использование персонала. Для работника важное значение приобретает осознание связи между мерой труда и вознаграждением, иное отношение к профессиональному росту и трудовой мобильности. Именно развитие этих диспозиций у субъектов социально-трудовых отношений создает предпосылки для рационального использования трудовых ресурсов.

Циклическая безработица, как явствует из ее названия, порождается циклическими колебаниями экономической активности. Дело в том, что в период смены знака движения экономики с "плюса на минус", может произойти резкое сжатие производства в различных отраслях. Массовыми могут становиться банкротства предприятий различных сфер хозяйственной деятельности, и в этот период многие миллионы людей совершенно неожиданно и внезапно для них становятся безработными. Проблема усугубляется тем, что в условиях циклической безработицы людям не помогает ни переориентация, ни подготовка по какой-то новой квалификации. Не всегда спасает и перемена места жительства, потому что кризис может охватить всю национальную экономику и даже выйти на мировой уровень.

Циклическая безработица опасна еще и тем, что, кроме социальных бедствий, она приносит еще и явные потери в объеме реального ВВП. На это обратил внимание известный американский экономист Артур Оукен (1928-1979). Он сформулировал закон, согласно которому страна теряет от 2 до 3% фактического ВВП по отношению к потенциальному ВВП, когда фактический уровень безработицы увеличивается на 1% по сравнению с ее естественным уровнем. В экономической литературе этот закон известен как закон Оукена:

Y - Y\*=-X(U-Un),

где У - фактический ВВП, У\* - потенциальный ВВП, U - фактический уровень безработицы, Un - естественный уровень безработицы, А (в абсолютном выражении) - эмпирический коэффициент чувствительности ВВП к изменениям циклической безработицы (коэффициент Оукена).

Предположим, естественный уровень безработицы составляет 5%, а еe фактический уровень - 8%. Допустим, коэффициент Оукена равен - 2,5. Тогда отставание фактического ВВП от потенциального составит (8% - 5%) х( - 2,5) = - 7,5%: страна "недополучила" 7,5% от потенциального ВВП

## Определение потребности в оборотных средствах

Определение потребности предприятия в собственных оборотных средствах осуществляется в процессе нормирования, т.е. oпределения норматива оборотных средств. Целью нормирования является определение рационального размера оборотных средств, отвлекаемых на определенный cpoк в сферу производства и сферу обращения.

## Порядок нормирования

Потребность в оборотных средствах определяется предприятием при составлении финансового плана. Величина норматива не является постоянной. Размер собственных оборотных средств зависит от объема производства, условий снабжения и сбыта, ассортимента производимой продукции, применяемых форм расчетов. При исчислении потребности предприятия в собственных оборотных средствах необходимо учитывать следующее. Собственными оборотными средствами должны покрываться потребности не только основного производства для выполнения производственной программы, но и потребности подсобного и вспомогательного производств, жилищно-коммунального хозяйства других хозяйств, не относящихся к основной деятельности предприятия и не состоящих на самостоятельном балансе, а также ДЛ" капитального ремонта, осуществляемого собственными силам! На практике, однако, часто учитывают потребность в собственны оборотных средствах только для основной деятельности предприятия, - -ем самым занижая эту потребность. Нормирование оборотных средств осуществляется в денежно? выражении. В основу определения потребности в них положена смета затрат на производство продукции (работ, услуг) на планируемый период. При этом для предприятий с несезонным характером производства за основу расчетов целесообразно брать данные IV квартала, в котором объем производства, как правило, наибольший в годовой программе. Для предприятий с сезонным характером производства - данные квартала с наименьшим объемом производства, поскольку сезонную потребность в дополнительных оборотных средствах обеспечивают краткосрочные ссуды банка. Для определения норматива принимается во внимание среднесуточный расход нормируемых элементов в денежном выражении. По производственным запасам среднесуточный расход рассчитывается по соответствующей статье сметы затрат на производство; по незавершенному производству - исходя из себестоимости валовой или товарной продукции; по готовой продукции - на основании производственной себестоимости товарной продукции.

В процессе нормирования устанавливаются частные и совокупный нормативы.

Процесс нормирования состоит из нескольких последовательных этапов. Вначале разрабатываются нормы запаса по каждому элементу нормируемых оборотных средств. Норма - это относительная величина, соответствующая объему запаса каждого элемента оборотных средств. Как правило, нормы устанавливаются в днях запаса и означают длительность периода, обеспечиваемого данным видом материальных ценностей. Например, норма запаса составляет 24 дня. Следовательно, запасов должно быть ровно столько, сколько обеспечит производство в течение 24 дней. Норма запаса может устанавливаться в процентах или в денежном выражении к определенной базе. Далее, исходя из нормы запаса и расхода данного вида товарно-материальных ценностей, определяется сумма оборотных средств, необходимых для создания нормируемых запасов по каждому виду оборотных средств. Так определяются частные нормативы.

К частным относятся нормативы оборотных средств в производственных запасах: сырья, основных и вспомогательных материалов, покупных полуфабрикатов, комплектующих изделий, топлива, тары, малоценных и быстроизнашивающихся предметов (МБП); в незавершенном производстве и полуфабрикатах собственного производства; в расходах будущих периодов; готовых изделиях. И наконец, определяется совокупный норматив путем сложения частных нормативов. Таким образом, норматив оборотных средств представляет собой денежное выражение планируемого запаса товарно-материальных ценностей, минимально необходимых для нормальной хозяйственной деятельности предприятия.

## Методы нормирования

Применяются следующие основные методы нормирования оборотных средств: прямого счета, аналитический, коэффициентный.

Метод прямого счета предусматривает обоснованный расчет запасов по каждому элементу оборотных средств с учетом всех изменений в уровне организационно-технического развития предприятия, транспортировке товарно-материальных ценностей, практике расчетов между предприятиями. Этот метод, будучи очень трудоемким, требует высокой квалификации экономистов, привлечения к нормированию работников многих служб предприятий (снабжения, юридической, сбыта продукции, производственного отдела, бухгалтерии). Но это позволяет наиболее точно рассчитать потребность предприятия в оборотных средствах. Аналитический метод применяется в том случае, когда в планируемом периоде не предусмотрено существенных изменений в условиях работы предприятия по сравнению с предшествующим. В этом случае расчет норматива оборотных средств осуществляется укрупненно, учитывая соотношение между темпами роста объема производства и размером нормируемых оборотных средств в предшествующем периоде. При анализе имеющихся оборотных средств их фактические запасы корректируются, излишние исключаются.

При коэффициентном методе новый норматив определяется на базе норматива предшествующего периода путем внесения в него изменений с учетом условий производства, снабжения, реализации продукции (работ, услуг), расчетов. Аналитический и коэффициентный методы применимы на тех предприятиях, которые функционируют более года, в основном сформировали производственную программу и организовали производственный процесс и не располагают достаточным количеством квалифицированных экономистов для более детальной работы в области планирования оборотных средств. На практике наиболее распространен метод прямого счета. Преимуществом этого метода является достоверность, позволяющая сделать наиболее точные расчеты частных и совокупного нормативов. Особенности различных элементов оборотных средств определяют специфику их нормирования. Рассмотрим основные методы нормирования важнейших элементов оборотных средств: материалов (сырья, основных материалов и полуфабрикатов), незавершенного производства и готовой продукции.

## Нормирование материалов

Норматив оборотных средств по запасам сырья, основных материалов и покупных полуфабрикатов исчисляется на основании их среднего однодневного расхода (Р) и средней нормы запаса в днях. Однодневный расход определяется путем деления затрат на определенный элемент оборотных средств на 90 дней (при равномерном характере производства - на 360 дней). Средняя норма оборотных средств определяется как средневзвешенная величина исходя из норм оборотных средств на отдельные виды или группы сырья, основных материалов и покупных полуфабрикатов и их однодневного расхода. Норма оборотных средств по каждому виду или однородной группе материалов учитывает время пребывания в текущем (7), страховом (Q, транспортном (М), технологическом (А) и подготовительном (Д) запасах. Текущий запас - основной вид запаса, необходимый для бесперебойной работы предприятия между двумя очередными поставками. На размер текущего запаса влияют периодичность поставок материалов по договорам и объем их потребления в производстве. Норма оборотных средств в текущем запасе обычно принимается в размере 50% среднего цикла снабжения, что обусловлено поставкой материалов несколькими поставщиками и в разные сроки.

Страховой запас - второй по величине вид запаса, который создается на случай непредвиденных отклонений в снабжении и обеспечивает непрерывную работу предприятия. Страховой запас принимается, как правило, в размере 50% текущего запаса, но может быть и меньше этой величины в зависимости от местоположения поставщиков и вероятности перебоя в поставках. Транспортный запас создается в случае превышения сроков грузооборота в сравнении со сроками документооборота на предприятиях, удаленных от поставщиков на значительные расстояния. Технологический запас создается в случаях, когда данный вид сырья нуждается в предварительной обработке, выдержке для придания определенных потребительских свойств. Этот запас учитывается в том случае, если он не является частью процесса производства. Например, при подготовке к производству некоторых видов сырья и материалов необходимо время на подсушку, разогрев, размол и т.д. Подготовительный запас связан с необходимостью приемки, разгрузки, сортировки и складирования производственных запасов. Нормы времени, необходимого для этих операций, устанавливаются по каждой операции на средний размер поставки на основании технологических расчетов или посредством хронометража. Норматив оборотных средств в запасах сырья, основных материалов и покупных полуфабрикатов (Н), отражающий общую потребность в оборотных средствах по этому элементу производственных запасов, исчисляется как сумма норм оборотных средств в текущем, страховом, транспортном, технологическом и подготовительном запасах. Полученная общая норма умножается на однодневный расход по каждому виду или группам материалов:

Н= Р(Т+ С+ М + А + Д).

В производственных запасах нормируются также оборотные средства в запасах вспомогательных материалов, топлива, тары, малоценных и быстроизнашивающихся предметов и др.

## Нормирование незавершенного производства

Величина норматива оборотных средств в незавершенном производстве зависит от четырех факторов: объема и состава производимой продукции, длительности производственного цикла, себестоимости продукции и характера нарастания затрат в процессе производства.

Объем производимой продукции непосредственно влияет на величину незавершенного производства: чем больше производится продукции при прочих равных условиях, тем больше будет размер незавершенного производства. Изменение состава производимой продукции по-разному влияет на величину незавершенного производства. При повышении удельного веса продукции с более коротким циклом производства объем незавершенного производства сократится, и наоборот. Себестоимость продукции прямо влияет на размер незавершенного производства. Чем ниже затраты на производство, тем меньше объем незавершенного производства в денежном выражении. Рост себестоимости продукции влечет увеличение незавершенного производства. Объем незавершенного производства прямо пропорционален продолжительности производственного цикла. Производственный цикл включает время производственного процесса, технологический запас, транспортный запас, время накопления полуфабрикатов перед началом следующей операции (оборотный запас), время нахождения полуфабрикатов в запасе для гарантии непрерывности процесса производства (страховой запас). Продолжительность производственного цикла равна времени с момента первой технологической операции до приемки готового изделия на складе готовой продукции. Сокращение запасов в незавершенном производстве способствует улучшению использования оборотных средств за счет сокращения длительности производственного цикла. Для определения нормы оборотных средств по незавершенному производству необходимо знать степень готовности изделий. Ее отражает так называемый коэффициент нарастания затрат. Все затраты в процессе производства подразделяются на единовременные и нарастающие. К единовременным относятся затраты, производимые в самом начале производственного цикла, - затраты сырья, материалов, покупных полуфабрикатов. Остальные затраты считаются нарастающими. Нарастание затрат в процессе производства может происходить равномерно и неравномерно. Коэффициент нарастания затрат определяется при равномерном и неравномерном нарастании затрат. Расчет норматива оборотных средств на незавершенное производство в отдельных отраслях промышленности может производиться иными методами в зависимости от характера производства.

## Нормирование готовой продукции

Норматив оборотных средств на готовую продукцию определяется как произведение нормы оборотных средств и однодневного выпуска товарной продукции в предстоящем году по производственной себестоимости. Норма запаса устанавливается в зависимости от времени, необходимого:

на подбор отдельных видов изделий и их комплектования в партии;

на упаковку и транспортировку продукции со склада поставщиков до станции отправителя;

на погрузку.

Совокупный норматив оборотных средств на предприятии равен сумме нормативов по всем их элементам и определяет обшую потребность хозяйствующего субъекта в оборотных средствах. Общая норма оборотных средств устанавливается путем деления совокупного норматива оборотных средств на однодневный выпуск товарной продукции по производственной себестоимости б IV квартале, по данным которого рассчитывалась норма.

К ненормируемым оборотным средствам сферы обращения относятся средства в товарах отгруженных, денежные средства, средства в дебиторской задолженности и прочих расчетах. Хозяйствующие субъекты имеют возможность управлять этими средствами и воздействовать на их величину с помощью системы кредитования и расчетов.

Финансовое положение предприятия находится в прямой зависимости от состояния оборотных средств, поэтому предприятия заинтересованы в организации наиболее рационального движения и использовайия оборотных средств. Эффективность использования оборотных средств характеризуется системой экономических показателей, прежде всего оборачиваемостью оборотных средств.

Под оборачиваемостью оборотных средств понимается продолжительность полного кругооборота средств с момента приобретения оборотных средств (покупки сырья, материалов и т.п.) до выхода и реализации готовой продукции. Кругооборот оборотных средств завершается зачислением выручки на счет предприятия. Оборачиваемость оборотных средств неодинакова на различных предприятиях, что зависит от их отраслевой принадлежности, а в пределах одной отрасли - от организации производства и сбыта продукции, размещения оборотных средств и других факторов.

Оборачиваемость оборотных средств характеризуется рядом взаимосвязанных показателей: длительностью одного оборота в днях, количеством оборотов за определенный период (коэффициент оборачиваемости), суммой занятых на предприятии оборотных средств на единицу продукции (коэффициент загрузки).

Уменьшение длительности одного оборота свидетельствует об улучшении использования оборотных средств. Чем выше при данных условиях коэффициент оборачиваемости, тем лучше используются оборотные средства. Кроме указанных показателей также может быть использован показатель отдачи оборотных средств, который определяется отношением прибыли от реализации продукции предприятия к остаткам оборотных средств. Показатели оборачиваемости оборотных средств могут рассчитываться по всем оборотным средствам, участвующим в обороте, и по отдельным элементам. Изменение оборачиваемости средств выявляется путем сопоставления фактических показателей с плановыми или показателями предшествующего периода. В результате сравнения показателей оборачиваемости оборотных средств выявляется ее ускорение или замедление. При ускорении оборачиваемости оборотных средств из оборота высвобождаются материальные ресурсы и источники их образования, при замедлении - в оборот вовлекаются дополнительные средства. Высвобождение оборотных средств вследствие ускорения их оборачиваемости может быть абсолютным и относительным. Абсолютное высвобождение имеет место, если фактические остатки оборотных средств меньше норматива или остатков предшествующего периода при сохранении или превышении объема реализации за рассматриваемый период. Относительное высвобождение оборотных средств имеет место в тех случаях, когда ускорение их оборачиваемости происходит одновременно с ростом объема выпуска продукции, причем темп роста объема производства опережает темп роста остатков оборотных средств.

## Этапы разработки маркетинговых программ

От чего зависит выбор стратегии? От товара, от потребителя, от конъюнктуры рынка, от цен, их образования и динамики, от конкуренции и поведения конкурентов, от возможностей фирмы - финансовых, материально-технических, организационных, кадровых, информационных, от издержек и затрат средств, от сбытовой сети, от степени диверсификации деятельности фирмы, от общественного мнения и репутации фирмы на рынке и в обществе, социально-политической ситуации в обществе и целого ряда других факторов (сил), влияющих на принятие решений и их реализацию.

Система этих факторов в своей совокупности задает зону деловой активности (ЗДА) фирмы относительно конкурентных товаров и рынков. Иногда ее называют коммерческой зоной или зоной хозяйствования. Важно учесть, что ЗДА - не географическое понятие, и если описывает пространство (зону), то не столько физическое, сколько рыночное. В одном и том же физическом пространстве (стране, регионе, населенном пункте) может быть создано практически бесконечное количество ЗДА. Поэтому выработка стратегии должна опираться на учет и анализ факторов, составляющих ЗДА.

Менеджеры любой фирмы, приступающей к активной деятельности, должны ответить (хотя бы для себя, не говоря о возможных партнерах или учредителях) на ряд вопросов, а точнее - группы вопросов, ответы на которые и характеризуют, в конечном счете, конкретную ЗДА.

(1) Каков наш товар?

Тут, что ни слово, то вопрос. Что за товар я собираюсь предлагать рынку? Каковы его конструктивные, технические, физические и, главное, потребительские качества?

Насколько этот товар наш? Является ли, и в какой степени, фирма собственником этого товара? Или выполняет лишь посредническую роль? Каковы его себестоимость и возможная цена?

Какой возможный обмен товара или услуг может предложить рынку фирма?

(2) Каков наш потребитель?

Кто будет потребителем товара? Каково количество потребителей (сколько их) ? Каковы их потребности и привычки в этой сфере потребления?

(3) Каков спрос?

Это очень важная группа вопросов. Прежде всего - кто будет источником платежеспособного спроса? Отнюдь не всегда и не обязательно это будет сам потребитель товара. Ситуация, характерная для сферы культуры и для нонпрофита вообще. Например, работа с детьми, подростками, инвалидами, - пенсионерами, группами малоимущих граждан, этнографические искусства, ремесла и т.д. Во всех этих видах деятельности спрос может покрываться самим потребителем лишь в незначительной части.

Какую-то часть спроса обеспечивает государство и муниципальные власти, какую-то часть - общественные организации, какую-то - сфера бизнеса и т.д.

Далее - каков объем спроса? В натуральных показателях (количество товара, объем услуг в единицах, комплектах, штуках), а также в стоимостных показателях (рублях, СКВ), фактически характеризующих возможный объем продаж.

Насколько стабилен спрос? Идет ли речь об услугах и товаре, спрос на которые имеет сезонный или даже разовый характер? Связан ли он с политической конъюнктурой (выборами, кризисом, конфликтами и т.п.) или со спецификой календаря года (юбилеи, праздники, знаменательные даты) ? Идет ли речь о стабильном спросе или имеющем динамику роста (спада) ? Спрос может быть также скрытым (неявным), чрезмерным, отрицательным, а то и отсутствующим.

Объем потребления в сфере культуры реагирует на разные причины экономического, научно-технического, психологического, социально-демографического и т.п. плана.

Обычно считается, что основным регулятором спроса выступает цена товара. Но (и особенно в сфере культуры) потребитель ищет не столько дешевизны, сколько качества услуги, сопутствующий комфорт и престиж. Поэтому ценовые методы маркетинга решают скорее тактические задачи, тогда как неценовые - более "стратегичны".

(4) Конкуренция

Эта важная группа вопросов выступает часто своеобразным тестом менеджеров на компетентность. Кто твои конкуренты? И если авторы идеи, проекта, программы, разработки не в состоянии дать на этот вопрос ясный и "полный ответ, то мы имеем дело с "плодом больного воображения, покрытым мраком неизвестности., как говорил А П Чехов, маниловщиной, беспочвенным прожектерством. Чрезвычайно редко кто-то имеет возможность действовать на рынке "в гордом одиночестве", всегда имеются хотя бы потенциальные конкуренты. И не только необходимо, но и чрезвычайно полезно знать положение дел конкурентов, - конкуренты являются важнейшим источником товарных идей, информации о возможных рисках и т.п.

Конкурентами учреждений культуры зачастую являются практически любые организации, обслуживающие население, занятые освоением его свободного времени (включая общественные организации, движения, объединения). Так, по России лишь 7-8% свободного времени населения осваивается музеями, библиотеками, парками, клубами.

Какие проблемы испытывают конкуренты на рынке? В чем их достижения, успехи, - и за счет чего? Каковы их объемы продажи, прибыли, финансовое положение и перспективы? Какова их возможная реакция на наши активные действия?

(5) Технология

Какими технологиями мы будем пользоваться? Какими методическими разработками, ноу-хау? Являемся ли мы их собственниками?

(6) Ресурсное обеспечение

Имеются ли у нас необходимые материально-технические ресурсы: здания, помещения, оборудование, инвентарь, инструменты, энергия? Если нет - каковы источники их получения, и на каких условиях?

Обеспечена ли программа финансами? Имеются ли необходимые финансовые средства для начала деятельности? Имеются ли дополнительные источники финансирования (кредит, спонсорство, меценатство) ?

Каково организационное обеспечение? Какие структуры, организации, подразделения будут осуществлять программу? Имеются ли у них необходимые для этого полномочия?

Существует ли необходимое кадровое обеспечение? Имеются ли у фирмы компетентные менеджеры, специалисты и персонал необходимой квалификации? Или необходима их дополнительная подготовка, или переподготовка? Или они будут приглашены (на каких условиях и откуда?) фирмой?

Располагает ли фирма необходимым транспортным обеспечением программы?

Имеется ли в распоряжении фирмы необходимая информация и информационная технология? Кто и как будет вести учет? Каковы источники информации?

(7) Реализация и сбыт

Кто и как будет обеспечивать реализацию? Сама фирма? Или с помощью агентов? Или с помощью дилерской сети? Чьей и на каких условиях? Какие необходимы меры по формированию, мобилизации и стимулированию системы реализации товаров и услуг?

(8) Группы влияния (среда)

От каких инстанций и социально-культурных сил зависит успех (или неудача) дела? Каковы позиция и отношение (в том числе, возможное) к программе властей, общественного мнения и общественных организаций, населения?

В чем они совпадают с интересами фирмы и каким образом учитываются и координируются? В чем они противоречат интересам фирмы, и тогда - как будут учтены и скорректированы возможные противодействия?

(9) Факторы успеха и риска

Есл1Г№ё11еджеры и авторы проекта программы не видят или не могут указать эти факторы, их планы также останутся фантазией, представляющей, в лучшем случае, теоретический или лично-биографический интерес. Очень важно осознать и сформулировать основные факторы успеха и риска. Каковы финансовые, коммерческие риски фирмы при реализации данной программы? Каковы возможные меры их предупреждения и страхования? Существует ли и в чем угроза репутации фирмы, ее марке? Какие меры необходимы для их предотвращения?

(10) Эффективность реализации

■ Речь идет о расчете (балансе, смете) затрат и доходов от реализации проекта. Как и между кем будет распределяться доход? Какие и куда будут выплачены налоги? С кем и какие предполагаются расчеты и выплаты? Будет ли получена прибыль? Как и между кем она будет распределена? Или весь доход будет реализован в рамках реализации программы и на развитие фирмы, как это имеет место в случае нонпрофитной деятельности?

Перечень характеристик ЗДА можно укрупнить (упростить) до схемы У. Фокса (см. рис.7).

Исходить в описании и анализе ЗДА следует не только из реальных возможностей фирмы, но принимая в расчет ожидаемые изменения и перспективы: развитие базы, демографическую динамику, миграцию населения, появление квалифицированного персонала, специалистов, инфляцию, динамику моды, технологический прогресс и т.п. Ответы на эти вопросы и описывают ЗДА фирмы относительно конкретного товара. Характеризующие ЗДА факторы задают маркетинговый комплекс - целостную систему маркетинга относительно конкретного товара или услуги.

Маркетинговый комплекс строится с учетом двух основных групп факторов (сил), оказывающих на него влияние.

(А) Внешние факторы (факторы рынка и среды), в том числе:

1. Привычки и поведение потребителей (в том числе потенциальных клиентов):

Мотивации потребления (что заставляет приобретать товары и пользоваться услугами?);

Привычки и поведение при покупке (кто и как приобретает этот товар?);

Тенденции развития и изменения привычек и поведения.

2. Методы торговли (сбыта, реализации, распределения) и отношение сбытовой сети к товару:

Структура сбытовой сети, занимающейся реализацией товара или услуг (агенты, дилеры, дистрибьютеры и т.д.);

Мотивации торговой сети;

Практика реализации и торговых отношений;

Динамика тенденций в практике, методах и отношении сети реализации к товару.

3. Конкуренция:

Способы конкуренции (по ценам, по качеству товаров и услуг и т.д.);

Имеющийся на рынке выбор потребителя (по товару, по целям, по сервису);

Положение фирмы на рынке - объем ее реализации, доля на рынке;

Имеющиеся формы непрямой конкуренции;

Планы и тенденции бизнеса конкурентов;

Возможная реакция конкурентов на планы фирмы.

4. Государственное регулирование рынка и контроль:

В отношении данного товара или товарной группы;

В отношении цен;

В отношении методов конкуренции;

В отношении рекламы и продвижения товаров.

5. Социально-культурная среда:

Позиции, интересы и практика властных структур (представительных, исполнительных, судебных органов власти);

Позиции и практика средств массовой информации (ТВ, пресса, радио) относительно данной зоны деловой активности;

Позиции, интересы и практика общественных организаций: партий, профсоюзов, движений, фондов и т.п.

Общественное мнение населения.

(Б) Внутренние факторы или факторы производителя, в том числе:

1. Товар (услуга):

Характеристика товара, отношения его потребительских, технических и т.д. качеств и особенностей.

2. Цены:

Уровень цен;

Психологические особенности ценообразования (например, целесообразно округление цен или нет);

Определение ценовой политики фирмы: твердая или изменяющаяся цена, районирование цен и т.п.

Торговая марка - отдельная или единая с другими фирмами.

Торговая сеть:

Методы реализации и продажи (непосредственно потребителям, через розничную торговлю, через оптовую сеть, агентами или иными каналами сбыта);

Характер и степень представительства дилеров в работе фирмы.

5. Реклама:

Способы рекламы;

Виды рекламы для потребителей и для торговых структур;

Роль рекламы.

Упаковка товара или услуги.

Подача товара или услуги.

Обслуживание (сервисные услуги).

Перемещение товара: складирование, перевозка.

10. Информационное обеспечение:

Способы сбора информации о реализации товара и реакции рынка и среды;

Используемые информационные технологии;

Методика учета и контроля.