

аргументироваться психологические и физиологические принципы организации режима труда и отдыха студентов.

Рациональный режим умственного труда – это средство не только предупреждения утомления, но и повышения умственной работоспособности и скорейшей адаптации студентов к вузу.

Полученные нами данные свидетельствуют о том, что повышение работоспособности может наблюдаться при различных видах напряжённости умственного труда (при высокой, средней и низкой степени). В связи с этим можно полагать, что механизмы регуляции работоспособности и напряжённости, несмотря на определённую общность, во многом различны. Механизмы изменения производительности, по-видимому, зависят от ряда слагаемых, составляющих её. Имеется в виду и наличие или отсутствие утомления, и психолого-педагогическая готовность к деятельности, и эмоциональное состояние работающего и, наконец, умственное напряжение, хотя удельный вес его в механизме работоспособности остаётся ещё неясным.

Напряжённость умственного труда характеризуется уровнем метаболизма тканей головного мозга, этим самым обеспечивается адекватное изменение кровоснабжения и прежде всего доставка кислорода к тканям мозга. Уровень кровотока и увеличение поступления кислорода в этих условиях оказываются тем выраженнее, чем интенсивнее обменные процессы.

Поэтому усиление насыщения артериальной крови кислородом, увеличение объёмной и линейной скорости кровотока, а также повышение поглощения кислорода в лёгких или возрастание коэффициента его использования могут косвенно отражать улучшение доставки кислорода к мозгу при определённых видах умственной работы. В механизме регуляции доставки кислорода значительную роль играет как возникающий недостаток кислорода в тканях мозга, так и увеличение содержания в них углекислого газа. Это изменение метаболизма и определяет соответствующую мобилизацию сердечно-сосудистой системы и органов дыхания, что в конечном итоге положительно скажется на умственной работоспособности и адаптации студентов к вузу.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Субъектно-объектная характеристика этапов и форм конкуренции

А.Е.Пржанова

Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

На современном этапе развития экономической теории существует несколько десятков определений понятия “конкуренция”. Одни авторы под конкуренцией понимают соперничество фирм, другие - наличие на рынке достаточного количества продавцов и покупателей, третьи - процесс, четвертые - войну и т.д. В связи с чем, следует согласиться с мнением А. Юданова, что до сих пор в мире отсутствует единое понятие "конкуренция", ученые придерживаются одной из трех трактовок конкуренции: поведенческая трактовка, структурная трактовка, функциональная трактовка. Интересно в этом плане и мнение Р.Фатхутдинова, который считает, что понятия “конкуренция”, предложенные различными авторами, не в полной мере отвечают требованиям системности и комплексности, т.е. они характеризуют только один из множества аспектов конкуренции. Действительно, различные определения конкуренции, как правила, не противоречат, а скорее дополняют друг друга, в то же время каждое из них, взятое в отдельности, невозможно признать достаточным. Все известные определения, характеризуя весьма важные отдельные признаки конкуренции, обходят внимание общетеоретический аспект проблемы, суть её экономических отношений. Для комплексного понимания содержания данной экономической категории определение должно включать весь круг экономических отношений, охватываемых данным явлением, для этого в определении должны быть отражены следующие существенные моменты: момент обусловленности (должны быть определены условия возникновения данного типа отношения), момент субъекта (должен быть определен перечень субъектов, вступающих в отношения соперничества) и момент объекта (должен быть определен объект, по поводу которого возникает конкуренция). В данной работе мы остановимся на анализе субъектов и объектов конкуренции.

Следует отметить, что экономисты достаточно поверхностно и однобоко освещают данный вопрос в экономической литературе, также нет единого подхода к её определению. Одни в качестве объекта рассматривают платежеспособный спрос, другие – лучшее удовлетворение требований покупателя, третьи - какое-либо поприще, четвертые - условия производства и сбыта. Такое определение объекта частично охватывает только конкуренцию продавцов, оставляя за пределами анализа конкуренцию покупателей, также, определяя объект конкуренции одним из рассмотренных способом, мы упускаем из виду другие возможные объекты, сужая содержание самого явления. Неоднозначно мнение экономистов и относительно субъектов конкуренции. Так, в экономической литературе можно выделить три основных подхода к определению субъектного состава конкуренции: продавцы; вся совокупность хозяйствующих субъектов; определенная группа экономических субъектов,

причем принадлежность к данной группе определяется соответствием индивидуально выделенному автором какому-либо критерию. В рамках первых двух подходов рассматриваются в качестве конкурентов некая безликая масса экономических агентов, разница лишь в том, что первые говорят исключительно о продавцах, однако оба подхода демонстрируют отсутствие конкретики. Но справедливо будет отметить, что, определяя именно таким образом субъектов конкуренции, авторы в какой-то степени правы, так как в определенных ситуациях конкурентами действительно выступают все экономические субъекты.

Причина таких неоднородных и в тоже время достаточно условных подходов к определению субъектов таится, на наш взгляд, в современных особенностях конкуренции и в игнорировании момента этапности протекания конкуренции, а также разнообразия форм конкуренции. Последнее обстоятельство является, на наш взгляд, и причиной узкого понимания в экономической теории объекта конкуренции и, как следствие, самого понятия конкуренции. На протекание конкуренции в несколько этапов в свое время обращал внимание К. Маркс, он рассматривал конкуренцию значительно шире – как взаимодействие капиталов в процессе общественного воспроизводства. Конкуренция – “внутренняя природа капитала, проявляющаяся и реализующаяся во взаимном воздействии многих капиталов друг на друга, включающее: 1) накопление капиталов, 2) конкуренцию капиталов, 3) концентрацию капиталов”.

На первом этапе конкуренции обособленные капиталы конкурируют за наиболее выгодные сферы вложения, это так называемая межотраслевая конкуренция, в результате которой капитал стремится перейти из менее доходных видов производств в более доходные. Объектами конкуренции на данном этапе выступают отдельные сферы, виды производства, субъектами конкуренции выступают все множество обособленных капиталов, одновременно заинтересованные и имеющие возможность перейти в более доходные сферы, а так же домашние хозяйства, имеющие в собственности капитал. На следующем этапе (этап производства) обособленные капиталы вынуждены вступать в соперничество с другими обособленными капиталами по поводу условий производства. В данном случае субъектами конкуренции выступают хозяйствующие субъекты, одновременно заинтересованные в осуществление процесса производства, требующих наличие однородных условий. И только на последнем этапе субъекты деловых отношений вступают в конкурентную борьбу за платежеспособный спрос, за покупателя.

В свою очередь на данном этапе конкурентной борьбы можно выделить несколько форм конкуренции, причем объект конкуренции остается неизменным, а происходят изменения в субъектном составе. Обобщение взгля-

дов различных авторов позволило нам выделить следующие формы конкуренции: альтернативная, функциональная, родовая и видовая конкуренция.

Рассматривая субъектный состав, следует также обратить внимание на современные особенности конкуренции, которые оказывают непосредственное влияние на определение субъектного состава конкуренции и заключаются в особенностях современного потребительского рынка. После того как оказываются удовлетворенными первичные потребности (в пище, одежде, жилье и т.п.), поведение покупателя становится неопределенным. Он может направить свои средства на замену имеющихся у него вещей более современными, модными, элегантными, а может потратить их на развлечения, путешествия и т.д. Здесь - широкое поле для конкуренции между самыми разными отраслями, между производственной и непроизводственной сферами. Так

в борьбе за рубль потребителя могут столкнуться новая конструкция мотоцикла и туристская путевка; экзотические фрукты и абонемент в оздоровительный центр. И чем выше уровень жизни основной массы населения, тем шире и острее подобное соревнование, тем большее разнообразие благ и услуг оно порождает. Таким образом, в современных условиях расширяется поле межотраслевой конкуренции в большей степени на основе альтернативных способов удовлетворения потребностей.

Возвращаясь к анализу субъектного состава конкуренции на основе рассмотрения этапов конкурентной борьбы делаем вывод, что при определении субъектов конкуренции экономисты, по-видимому, исходили из современных особенностей рыночной экономики. Действительно, если основываться на особенностях первого этапа и частично на особенностях второго этапа, а также современных особенностей развития рыночных отношений, то субъектами конкуренции выступает вся совокупность действующих субъектов рыночной экономики. Однако, такой подход к определению субъектов конкуренции, на наш взгляд, не приемлем для характеристики отношений конкуренции на последнем этапе конкурентной борьбы, где конкурентная борьба происходит непосредственно на рынке конкретного товара. Для данного случая целесообразно определить временные и территориальные границы субъектов конкуренции. Данное обстоятельство позволяет нам прийти к выводу о целесообразности рассмотрения в экономической теории такой сложной экономической категории, как "конкуренция" в двух смыслах, а именно в широком смысле и в узком смысле. В широком смысле под конкуренцией следует понимать соперничество всех хозяйствующих субъектов, а в узком смысле - соперничество экономических субъектов на конкретном рынке.

Охарактеризуем состав субъектов для понимания конкуренции в узком смысле. Так, Г.А.Азоев более конкретизировано подходит к решению данного вопроса и в качестве субъектов он рассматривает не всю совокуп-

ность экономических субъектов, а только заинтересованных в достижении одной и той же цели, что в свою очередь можно рассматривать в качестве критерия, подобной точки зрения придерживается и В.И.Синько, на данное обстоятельство указывает Коробов Ю.И., однако он немного уточняет критерий и говорит уже об одновременной заинтересованности в достижении одной и той же цели, именно таким способом он в своем роде определяет временные границы субъектов. Однако непонятным остается какой цели. Конечно, можно предположить, что экономические агенты преследуют одну цель – максимизация прибыли. Именно на такую цель указывает Г.Л.Азоев, но в таком случае всю совокупность хозяйствующих субъектов можно рассматривать в качестве конкурентов, так как каждый из них преследует одну и ту же цель, в результате мы возвращаемся к рассмотрению конкуренции в широком смысле слова. С другой стороны к решению данного вопроса подошел А.Ю.Юданов, он дает следующее определение конкурирующих фирм – “фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу”. Фундаментальную же нишу он определяет как “совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары и услуги, производимые данной фирмой”, а рыночную конкуренцию как “борьбу за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся фирмами на доступных им сегментах рынка” и именно таким образом он определяет пространственные границы конкурирующих фирм.

Однако заметим, что как бы ни был дифференцирован товар, услуга, найдется множество фирм, для которых фундаментальные ниши будут совпадать, но они не будут конкурентами, в силу ограниченности доступа к отдельным сегментам рынка, однако их товары и услуги вполне будут подходить для данных рыночных сегментов. Данная ограниченность может возникнуть в силу действия многих причин – географических, технических, экономических и т.д. Поэтому необходимо, на наш взгляд, ввести такое понятие как доступная фундаментальная ниша – это часть фундаментальной ниши, на которой фирма с учетом сложившихся производственных отношений в настоящий момент времени осуществляет или имеет возможность без особых для того затруднений и усилий осуществлять предпринимательскую деятельность, именно таким образом мы определяем пространственные границы отношений конкуренции.

Определив временные и пространственные границы субъектов конкуренции, мы определяем их следующим образом: это одновременно заинтересованные в получении одного и того же объекта хозяйствующие субъекты, удовлетворяющие однородные или альтернативные потребности и имеющие полностью или частично совпадающие доступные фундаментальные ниши, а также хозяйствующие субъекты, одновременно заинтересованные в удовлетворении однородных или альтернативных потребностей.

Как видно из схемы, объектный состав конкуренции также находится в зависимости от этапа конкурентной борьбы и формы конкуренции. Практически все экономисты при определении объектов конкуренции исходили из последнего этапа конкурентной борьбы в силу его огромной значимости, поэтому в качестве объекта часто рассматривается именно платежеспособный спрос. Внимание потребителя - это конечная цель для каждого производителя, это индикатор эффективности производства, общественной значимости и необходимости. Но если продукция может быть реализована, то, естественно, встает вопрос о затратах на её производство, поэтому постоянное повышение эффективности производства - еще одно обязательное требование к деятельности предприятия, действующему в условиях конкуренции. Если оно не будет использовать все возможные резервы (например, возможность привлечения более квалифицированной рабочей силы, быстрее обновлять производство и продукцию и т.д.), это сделают его соперники, получив тем самым значительный выигрыш в конкурентной борьбе за потребителя. Иначе говоря, для того чтобы выйти победителем в борьбе за потребителя, фирма должна первоначально вступить в борьбу за сферы вложения капитала и лучшие условия производства, чтобы в затем получить преимущества в дальнейшей конкурентной борьбе. Таким образом, платежеспособный спрос потребителя - это не единственное по поводу чего может возникнуть конкуренция, объектами конкуренции могут выступать также условия производства и сбыта. Рассмотрим наиболее подробно с экономической точки зрения выделенные нами объекты конкуренции.

Под условиями экономисты обычно понимают совокупность объектов, необходимых для возникновения, существования и изменения обуславливаемого объекта, в свою очередь, производство - процесс создания полезных вещей. Следовательно, под условиями производства следует понимать совокупность объектов, при наличии которых возникает процесс создания полезных вещей. С технической же точки зрения, производство рассматривается как взаимодействие факторов производства (природных ресурсов, труда, средств производства, капитала, в том числе интеллектуального капитала). Таким образом, под условиями производства следует понимать совокупность факторов производства необходимых для процесса производства, причем при наиболее эффективном сочетании факторов производства, которое достигается с помощью одного из факторов производства - фактор предпринимательства, достигаются наиболее лучшие условия производства. Хозяйствующие субъекты конкурируя между собой за лучшие условия производства, в результате конкурируют за факторы производства и в большей степени за фактор предпринимательства. В итоге, объектами конкуренции выступают непосредственно факторы производства, которые, в свою очередь, представляют собой совокупность экономических ресурсов и экономических благ. Рассмот-

ренные нами объекты конкуренции по-прежнему затрагивают только конкуренцию производителей, оставляя за рамками конкуренцию между домашними хозяйствами, конкурирующих между собой за товары и услуги, которые в экономической теории называются экономическими благами и также имеются в ограниченных количествах. Резюмирую все вышеизложенное мы приходим к выводу: объектами конкуренции выступают ограниченные экономические ресурсы и экономические блага, в получении которых одновременно заинтересовано более одного хозяйствующего субъекта.

Реструктуризация: понятие и инструменты реализации

О.Н.Кашина

Тюменский государственный нефтегазовый университет, Тюмень, Россия

В условиях постоянного и динамичного изменения внешней деловой среды деятельности организаций перед руководителями и топ менеджерами достаточно остро стоит проблема повышения качества управления компаниями, и следовательно, роста эффективности их функционирования. На наш взгляд, действенным инструментом решения данной проблемы может стать реализация комплекса мероприятий по реструктуризации предприятия. Последняя представляет собой процесс, связанный с изменением стратегических концепций и принципиально важных, ключевых факторов деятельности фирмы. При этом стратегические концепции главным образом заключаются в выборе миссии, целей и стратегии организации. Выделяют следующие виды реструктуризации:

- финансовая;
- физическая;
- реструктуризация бизнеса;
- реструктуризация собственности;
- реструктуризация систем управления (управления).

Базовыми инструментами реструктуризации выступают: стратегический анализ; инициирование желаемых и достигнутых целей деятельности организации; разработка соответствующей стратегии действий. При этом следует заметить, что проводимые изменения должны носить комплексный, системный характер и быть ориентированы на обеспечение экономического роста и финансового благополучия фирмы в долгосрочной перспективе.