

зиса недопустимо, так как это может отрицательно сказаться на обеспечении продовольственной безопасности страны. В то же время абсолютно нереально восстановление на прежнем дореформенном уровне и строительство новых учреждений НПО в сельских районах Пензенской области.

По нашему мнению, учитывая сложность и длительность переходного периода, целесообразно основное внимание сосредоточить на реформировании подсистемы повышения квалификации рабочих, сделать ее на определенное время «базисной» до тех пор, пока сельскохозяйственное производство не сформирует четкого заказа на подготовку квалифицированных рабочих. Это означает, что здесь должны быть сконцентрированы основные усилия и осуществляться интенсивная переподготовка и повышение квали-

фикации рабочих по всем прорывным инновационным технологиям.

Библиографический список

1. Сельское хозяйство Пензенской области / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области. Пенза, 2006. 270 с.; 2007. 268 с.
2. Социально-трудовая сфера русского села: проблемы и пути их решения / под ред. Л.В. Бондаренко. М.: ФГУП «ВО Минсельхоза России», 2006. 222 с.
3. Ухоботов В.В. Влияние экономических процессов на изменение рынка труда Пензенской области / В.В. Ухоботов // Региональные проблемы устойчивого развития сельской местности: сб. материалов II Всероссийской научно-практической конференции. Пенза: РИО ПГСХА, 2005. С. 20-24.



УДК 338.431(571.15)

Т.П. Емельянова

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В АГРАРНОМ РЕГИОНЕ

В сентябре 2005 г. Президент и Правительство РФ выдвинули идею «переформатировать» главную социально-экономическую задачу последующего периода развития России с макроэкономической стабилизации и накопления ресурсов на социальную направленность развития страны. Правительство разработало четыре главных направления деятельности на последующие 3 года – Приоритетные национальные проекты «Здоровье», «Образование», «Доступное и комфортное жилье», «Развитие АПК» [1]¹. По словам В.В. Путина, «во-первых, именно эти сферы определяют качество жизни людей и социальное самочувствие общества. И, во-вторых, в конечном счете, решение именно этих вопросов прямо влияет на демографическую ситуацию в стране и,

что крайне важно, создает необходимые стартовые условия для развития так называемого человеческого капитала» [2].

Для Алтайского края реализация национальных проектов крайне актуальна, поскольку он традиционно входит в группу регионов с низким уровнем жизни, с низкой обеспеченностью населения объектами социальной инфраструктуры. Уровень жизни сельского населения края значительно ниже, чем в городах. На начало 2005 года в сельской части региона были зафиксированы более высокий уровень безработицы – 3,3% (1,8% по городам края), более низкая заработная плата, составляющая 55% от среднекраевого уровня. В этот же период времени разница между минимальным и максимальным значениями некоторых показателей среди всех территорий края составляла: по объему производства товаров народного потребления на 1 работника – 92 раза, денежным доходам на душу населения – 6,2 раза, обеспеченности жильем и ме-

¹ В середине 2006 г. первый вице-премьер правительства РФ Д.А. Медведев сказал о необходимости расширения горизонтов реализации ПНП за пределы 2008 и 2009 гг. [1].

дицинским обслуживанием на 10 тыс. человек – 1,5 и 45,5 раза соответственно [3].

За последний период времени в связи с переносом функций финансирования с федерального на территориальный уровень ситуация в социальной сфере села еще больше обострилась, увеличился разрыв в качестве среды обитания городского и сельского населения.

Результаты промежуточного анализа реализации приоритетных национальных проектов в Алтайском крае позволили выявить следующие проблемы их финансирования.

Общая схема финансирования идентична почти для всех нацпроектов и напрямую зависит от наполняемости местного бюджета. Именно в этом же объеме поступают на территории средства федерального бюджета. Таким образом, чем больше выделяется средств местного бюджета, тем больше район получает финансовых ресурсов по нацпроекту из федерального бюджета. Такой механизм распределения средств, на наш взгляд, закрепляет ситуацию «разрыва» между относительно более благополучными («лидерами») и наименее благополучными («аутсайдерами») районами края.

Исключение в этой схеме финансирования составляет нацпроект «Образование», все направления которого финансируются на конкурсной основе. Следует отметить, что в относительных показателях городская часть региона в этом отношении выигрывает: в целом за 2 года реализации нацпроекта простимулировано около 12% городских школ и только 6% – сельских [4]. Государство, таким образом, поддерживает лидеров образования, так называемые «точки роста». В этом отношении сельские школы в целом и их кадровый потенциал являются относительно менее конкурентоспособными. Для Алтайского края, в котором основная доля школ – сельские, это является большой проблемой. На наш взгляд, необходима разработка более дифференцированных для городской и сельской части аграрного региона критериев отбора получателей средств национальных проектов.

Следующей проблемой финансового обеспечения нацпроектов является недостаточное количество выделяемых ресурсов для решения накопившихся проблем в социальной сфере. В целом в рамках реализации нацпроектов «Здоровье» и «Образование» в край было дополнитель-

но привлечено ресурсов порядка 2 млрд рублей. Следует отметить, что это самый большой объем финансовых ресурсов, выделенных сибирским регионам [5]. Тем не менее доля национальных проектов в общем объеме ресурсов, выделяемых на социальную сферу, составляет не более 10%. Заметим, что в 2005 г. до начала реализации национальных проектов на содержание и развитие системы образования и здравоохранения из краевого бюджета было выделено 12,7 млрд руб., а в 2006 г. – 16,0 млрд руб. [6].

В качестве одного из подходов решения проблемы ограниченности ресурсов, выделяемых на развитие социальной сферы, на наш взгляд, представляет интерес идея создания Агентства развития муниципальных образований при Торгово-промышленной палате РФ, целью которого является формирование технологии привлечения частных инвестиций в социальную сферу [7]. Основная цель создания Агентства – формирование типовых проектных решений в виде бизнес-планов на условиях самоокупаемости и возвратности инвестиций, обеспечение перехода от сметного принципа финансирования социальной сферы к тарифному.

В качестве примера можно рассмотреть следующую ситуацию. В настоящий период времени на одного ученика приходится некая сумма денег из бюджетов всех уровней. Предположим, что необходимо построить помещение для дополнительного образования, спортивные сооружения и пр. Далее рассчитывается тариф на пользование этими объектами, а некоторая часть необходимых затрат гарантируется местной администрацией. Банку предъявляется схема возврата средств по мере того, как школьники будут посещать этот объект инфраструктуры, а муниципалитет – перечислять деньги в соответствии с тарифом. Банк предоставляет кредит, потому что возвратность гарантирована бюджетными потоками, организованными на основе утвержденного тарифа. Таким образом, происходит капитализация социальной сферы, концентрация ресурсов на выполнении конкретных проектов. Представляется, что адаптация предлагаемого подхода к местным условиям аграрного региона могла бы оказаться весьма полезной для дотационных муниципальных образований Алтайского края.

Итак, главные проблемы финансового обеспечения приоритетных национальных

проектов связаны с недостаточным объемом выделяемых ресурсов, а также с существующей схемой финансирования, реализация которой усиливает дифференциацию по уровню развития социальной сферы между городом и селом и сельскими муниципальными районами.

Библиографический список

1. Медведев Д.А. Летняя правда / Д.А. Медведев // Российская газета. Федеральный выпуск № 4103 от 28.06.2006 г.
2. [http:// www.rost.ru](http://www.rost.ru).

3. Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2010 г. Барнаул, 2004.

4. <http://www.altairegion22.ru/nationalproject/education.ru>.

5. http://www/altairegion22.ru/rus/national_project.

6. Основные показатели социально-экономического положения районов и городов Алтайского края 2002-2006 гг.: статистический сборник. Барнаул, 2007.

7. Аксенов В.А. Технология для ускоренного развития муниципальных образований / В.А. Аксенов // Национальные проекты. М., 2007. № 4.



УДК 338.431:631:62:31(571.15)

Е.В. Лукина

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКИ (НА ПРИМЕРЕ ПРИОБСКОЙ ЗОНЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

Понятие «сегментация рынка» впервые введено Уэнделлом Смитом в связи с распространившейся в 50-х годах XX века в США стратегией производителей, стремящихся модифицировать качественные характеристики товаров в соответствии с запросами различных групп потенциальных потребителей. «Сегмент рынка – это особым образом выделенная часть рынка (группа клиентов или организаций-потребителей продукции), обладающая сходными характеристиками и одинаково реагирующая на определенные маркетинговые усилия» [1].

Сегментирование любого товарного рынка, в том числе рынка сельскохозяйственной техники, представляет собой произведенное по различным характеристикам деление всех потенциальных или фактических организаций-потребителей этого рынка на группы. При этом каждая выделенная группа должна предъявлять особые, существенно отличающиеся от других, требования к данному товару. А. Ковалев отмечает: «...Сегментирование рынка применяется исключительно к потребителям (покупателям) определенного вида товара; сегментация позволяет предприятию-продавцу сосредоточить свои

усилия на наиболее эффективных направлениях к коммерческому успеху, сконцентрировать маркетинговую деятельность предприятия на базовых или целевых сегментах рынка с целью оптимизации расходов на проведение товарной, ценовой и сбытовой политики» [2].

Из вышесказанного следует, что правильное сегментирование рынка и рациональный выбор сегмента – абсолютно необходимые условия рыночного успеха для любого предприятия.

В процессе сегментирования важным этапом является выбор факторов и переменных для разбивки рынка на сегменты. Сегмент может базироваться как на одном признаке, например, географическом, так и на совокупности признаков: практика рынка показывает, что грамотное многомерное сегментирование расширяет перспективные возможности предприятия.

Сегментацию потребителей сельскохозяйственной техники можно проводить на двух уровнях: макро- и микросегментация. Уровни отличаются источниками сбора значений факторов сегментирования. При макросегментации информация выбирается из вторичных. Для целей мик-