

БЕКЕТОВА Л. К.

ОРГАНИЗАЦИОННО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

БЕКЕТОВА Л. К.

ОРГАНИЗАЦИОННО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Алматы 1996

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
ГЛАВА 1. ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕННОЙ ФОРМЕ И РОЛЬ В НЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКТОРА	
1.1. Задачи и функции национального ТВ в демократическом обществе. Общественное ТВ как демократическая форма.....	8
1.2. Роль организационно-экономического механизма в решении задач ТВ и его системный кризис	16
ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ ТЕЛЕВИДЕНИЕМ	
2.1. Сущность и содержание категории организационно-экономический механизм»	28
2.2. Структура организационно-экономического механизма управления общественным ТВ	36
2.3. Проблема собственности в общественном телевидении	48
2.4. Принципы и требования к организационно-экономическому механизму общественного ТВ	62
2.5. Методологические проблемы определения экономической эффективности перехода к общественному телевидению.	74
ГЛАВА 3. ПРАКТИКА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФОРМ УПРАВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫМ ТВ	
3.1. Анализ практики развития организационно-экономического механизма национального ТВ	80
3.2. Организационно-экономические модели общественного ТВ в развитых демократических странах с рыночной экономикой	96

ГЛАВА 4. НОВАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ
ОБЩЕСТВЕННЫМ ТВ (МОДЕЛЬ КОРПОРАЦИИ
«ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАЗАХСТАНА»)

4.1. Корпорация как организационно-экономическая форма системы управления общественным ТВ	106
4.2. Организационная структура национальной телесети (РКОТВ)	113
4.3. Финансовый механизм корпорации	140
4.4. Мотивационный механизм корпорации	158
4.5. Экономическая эффективность проектных решений	173

ВВЕДЕНИЕ

В реализации основных задач перехода к демократическому рыночному государству важное место принадлежит проведению системной реформы в крупнейшей отрасли национальной экономики — телевидении.

Актуальность реформы в данном случае имеет как социально-политический, так и экономический аспекты.

Социально-политическая значимость реформирования вытекает из роли телевидения в формировании общественного мнения, влиянии на политическую и экономическую ситуацию. Как свидетельствует мировой опыт, уровень цивилизованности любой общественно-экономической системы в многом определяется уровнем демократичности, независимости средств массовой информации страны. Телевидение должно стать подлинно народным, играть стабилизирующую роль в социально-экономической и политической жизни общества, выступить важным средством установления обратной связи между населением и правительством.

Однако ТВ сегодня не в силах решать данные вопросы во многом по причине отсутствия организационной концепции общественного ТВ, социально-экономического обоснования его структуры, системы вещания, мотивационного и финансового механизмов.

Экономический аспект вопроса имеет бесспорно меньшую значимость, поскольку отрасль ТВ является сегодня крупнейшей отраслью экономики. Поэтому выработка в этих условиях принципов экономического реформирования отрасли, ведущих к повышению эффективности производства, снижению затрат и эффективному управлению является актуальной теоретической и практической проблемой.

Кроме того, не поддается измерению косвенное влияние ТВ на общее социально-экономическое развитие страны путем влияния на производительность человеческого труда, образование, информацию, уровень демократизации и установление социально-экономических отношений рыночного государства.

Актуальность реформирования возрастает в силу того, что реформирование отрасли телевидения на сегодняшнем этапе значительно отстает от общих темпов проводимой экономичес-

кой реформы и остается до настоящего времени по существу в организационно-экономической форме, унаследованной от социалистической планово-централизованной системы.

Проведенный автором анализ современных требований к сфере ТВ, с одной стороны, и уровня разработанности теоретико-методологических проблем в области рыночных методов хозяйствования и управления, с другой стороны, показывают, что экономическая наука, к сожалению, еще не в полной мере может удовлетворить запросы практики. В экономической науке сегодня практически отсутствуют наработки по проблеме создания организационно-экономического механизма управления рыночно-демократической формой общественного телевидения.

В реальности же задача создания высококачественного и рыночно ориентированного телевидения, сочетающего в себе как информационные цели (реализация принципов свободы слова, максимально достоверной и объективной информации и т.д.), так и экономические (экономическая эффективность и прибыльность хозяйствования на основе самостоятельности, ответственности и самофинансирования), адекватна задаче создания рыночного организационно-экономического механизма функционирования как в целом отрасли, так и ее отдельных предприятий.

Следует учитывать при этом, что последствия затягивания перехода к общественному ТВ ведут в равной степени к крупным социально-политическим и экономическим потерям.

Наиболее неразработанными, первоочередными проблемами при рассмотрении теоретико-методологических проблем управления общественным телевидением выступают такие проблемы, как сущность организационно-экономического механизма управления общественным ТВ демократического государства с рыночной экономикой; основные принципы реорганизации отрасли; выработка организационно-экономического механизма взаимоотношений с государством (включая вопросы разделения власти, собственности и управления, форм этого разделения и т. д.); выработка финансового механизма; выработка оптимального механизма инвестирования отрасли; проблема разработки эффективной рыночной стратегии управления трудом и разработки методологических вопросов совер-

шенствования мотивационного механизма управления трудом на предприятиях отрасли с учетом ее специфики и др.

По существу предстоит вновь создать новый рыночной организационно-экономический механизм управления отраслью на макро- и микроуровне.

В новой хозяйственной системе предстоит найти новую парадигму управления, рассматривая системно все экономические и социальные отношения в отрасли. В этой связи проведение такого комплексного исследования с практическим выходом на выработку эффективной модели социально-экономического развития и функционирования отрасли представляется задачей первостепенной важности.

Автор в данной работе ставил целью обоснование теоретических основ и методологических подходов к развитию рыночного организационно-экономического механизма системы управления общественным телевидением. В то же время автор осознает достаточную сложность и масштабность данного вопроса и не претендует на полное раскрытие всех проблем, которые могут возникнуть при коренной реформе ТВ.

Вместе с тем, автор надеется, что его идеи и рассуждения окажутся небесполезными в ходе реформирования ТВ и послужат в определенной мере толчком, импульсом к дальнейшим исследованиям по совершенствованию организации управления национальным ТВ в ННГ (Новых Независимых Государств).

ГЛАВА 1. ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕННОЙ ФОРМЕ РОЛЬ В НЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКТОРА

§ 1.1. ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ТВ В ДЕМОКРАТИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ. ОБЩЕСТВЕННОЕ ТВ КАК ДЕМОКРАТИЧЕСКАЯ ФОРМА

Роль телевидения в формировании общественного мнения, влиянии на политическую и экономическую ситуацию признаны во всем мире.

Являясь одним из самых массовых и доступных средств информации, телевидение выполняет особо важную роль в обеспечении населения информацией об экономической, политической, научной и культурной жизни, включения в глобальный процесс обмена международной информацией. Оно стало самым распространенным инструментом культурного и политического влияния. Как во всем мире, в Казахстане ТВ является тем средством массовой информации, которые охватывает большинство населения и оказывает огромное влияние на их образ мышления. Образы, созданные телевидением, доминируют в формировании общественного сознания в определении лидеров общества и проблем, вопросов и альтернатив, стоящих на повестке дня. Ничто не свидетельствует о ведущей роли телевидения более убедительно, чем тот факт, что вооруженные восстания часто начинаются, продолжаются и заканчиваются на вещательных станциях страны.

Экономическое влияние ТВ на общественное развитие заключается не в прямом, но косвенном влиянии на производительность и экономический рост страны путем содействия демократии, образованию, информации.

Глобальной тенденцией в мире является то, что в будущем во всех странах результаты будут все больше определяться экономическими отношениями и технологическими решениями в сфере обеспечения граждан информацией. Поэтому оценка принимаемых уже сегодня стратегических решений должна производиться с точки зрения их влияния на

расширение и укрепление автономной, демократической системы средств массовой информации. Странам переходного типа с этой точки зрения необходимо разработать краткосрочные и перспективные стратегии, рассматривающие преобразования на ТВ и имеющие целью упрочить демократию и их экономическое, культурное и интеллектуальное благосостояние.

Телевидение вошло в жизнь казахстанцев в 1958 году. 8 марта 1958 года была показана первая передача Казахского телевидения. В 1967 году в Алматы вступила в строй приемная наземная станция «Орбита». В 1969 году столица Казахстана Алматы начала принимать передачи в цветном изображении. С 1977 года все программы телевидения стали передаваться в цветном изображении.

Таким образом, государственное телевидение в республике получило очень быстрое развитие и сегодня 80% населения республики имеют телевизоры, около 15% — видеоманитоны.

Существующая система республиканского совмещенного телевидения и радиовещания включает центральное телевидение и радио и 21 региональное подразделение. В то же время среднесуточный объем собственного вещания составляет всего 5,3 часа. В сфере занято около 6 тыс. человек и по данному параметру оно является самым крупным работодателем среди других средств массовой информации (СМИ).

На республиканских каналах вещание ведется, кроме национального языка, на русском, уйгурском, немецком и корейском языках.

Программы Казахского телевидения смотрят в соседних республиках: Кыргызстане, Узбекистане, России, а также в приграничных странах — Монголии, Китае. В свою очередь зрители Казахстана имеют возможность смотреть телевизионные программы России («Останкино» и РТР), Кыргызстана, Узбекистана и пятую программу Турецкого телевидения «Интернэшнл» (Евразия).

Среднесуточные объемы вещания (по данным на начало 1995 г.) составляют:

1. Первая республиканская программа ТВ — 13,2 часа,
2. Вторая республиканская программа ТВ — 4,9 часа,
3. Останкино (Российская программа ТВ) — 17,3 часа,
4. РТР (Российская программа ТВ) — 14,7 часа,
5. Узбекская программа ТВ — 5,0 часа,
6. Турецкая программа ТВ — 4,0 часа,
7. Кыргызская программа ТВ — 5,0 часа.

Популярностью у населения пользуются программы новостей как республиканского значения, так и российских студий.

Цифры состояния охвата населения по различным программам приведены в таблице 1.

Таблица 1

Охват населения различными программами ТВ

Охват	населения	телевидением в	%			
1	Республик.	2	Республик.	Останкино	РТР	
	91,6		26,8		96,5	75,4

Парк средств телевизионного вещания основное развитие получил в последние 20 лет. Внедрение этих средств начиналось с вещания Останкинской программы, далее 1 Республиканской программы, затем 2 Центральной программы (сейчас РТР) и далее в последние 9 лет 2 Республиканской программы. Передающее оборудование и линии связи построены на оборудовании, изготовленном в России и странах СЭВ (Чехословакия, Венгрия и ГДР). К настоящему времени средний износ большей части оборудования составляет 80 — 95%, т.е. его средний возраст более 10 лет.

В настоящее время в Казахстане функционируют 18 облтелерадиокомпаний, 3 городских студии телевидения с соответствующими телецентрами. Каждой студии телевидения установлен определенный объем вещания от 365 до 548 часов в год, т.е. от 0,8 до 1,5 часа собственного вещания в среднесуточном исчислении. Самые меньшие объемы доведены до вновь открытых студий — Костанайской, Кызылординской, Талдыкорганской, Шымкентской, Торгайской и Кокшетауской. Кроме того, все области готовили ежегодно 172 часа передач для Республиканского телевидения и 83 часа видеосюжетов для информационных программ. Городскому и районному вещанию установлен объем по 78 часов в год. Для решения социальных вопросов и закрепления кадров облтелерадиокомпаний создают на собственные средства коммерческие программы с различными объемами и используют для их трансляции передающие средства Российского ТВ.

Таким образом, телевидение заняло главенствующее место в системе источников информации широких масс и опередило все другие средства культуры и массового общения по охвату аудитории и объему времени, которое оно занимает в досуге человека. Телевидение стало главным средством выражения и широкого распространения идей.

В настоящее время в республике происходит процесс демократизации средств массовой информации — наряду с государственным телевидением возникают независимые частные вещательные организации, отличающиеся большей творческой активностью. Их количество составило уже более двухсот и продолжает расти. В то же время роль общенационального телевидения в условиях рыночной экономики продолжает оставаться существенной и, более того, с процессами демократизации эта роль возрастает. И заключается

она не только в сохранении прежних функций в виде источника официальной информации, образовательной функции и др., но и реализации на деле демократических идей — свободы слова, выражения мнений, защиты интересов всех граждан независимо от национальной, социальной принадлежности, создание собственного информационного пространства на политической арене мира.

Однако принципы нового ТВ, его роль в демократизации общества и политической жизни должны быть в каждом государстве четко определены и объявлены государством в различных законодательных, концептуальных или программных документах. На наш взгляд, это важно, поскольку, как показывает сегодняшняя практика и ситуация с ТВ, отсутствие четкого определения цели и задач ТВ привело сегодня к сохранению государственного ТВ, что далеко не равнозначно пониманию роли ТВ в демократическом государстве.

В условиях демократии в любом государстве пресса, ТВ и РВ отделены от государства. Только на этом основании строится свобода слова и свобода массовой информации, реализуется право на свободу выражения мнений. Только на принципе разделения СМИ и государства может происходить удовлетворение разнообразных информационных потребностей телезрителей, уважение их вкусов и интересов, поощряться распространение культуры, высокой морали и нравственности. Государство обязано гарантировать независимость программной политики телерадиокомпаний от государственных органов, технических служб, общественных и иных организаций, а также свободу телерадиовещаний от цензуры. Свобода передачи информации средствами радио и ТВ должна быть гарантирована и ограничиваться лишь общими законодательными предписаниями, законодательными мерами защиты и права личности на защиту своей чести.

Свобода телевидения имеет фундаментальное значение для всей общественной и политической жизни. Свобода ТВ должна быть гарантирована законом как субъективное фундаментальное положение. Свободное, не управляемое государством и не стесненное цензурой ТВ — один из основных признаков свободы государства.

В данном случае следует говорить об общепринятых правах человека, закрепленных в таких международных документах, как: Всеобщая декларация прав человека, Резолюция 59 (1) Генеральной Ассамблеи от 14 декабря 1946 г., в которой заявляется, что свобода информации является основополагающим правом человека, Резолюция 45/76А Генеральной Ассамблеи от 11 декабря 1990 г. об информации на службе человечества, Резолюция 25С/104 Генеральной конференции ЮНЕСКО 1989 г., в которой основное внимание уделяется содействию «свободному распространению идей словесным и изобразитель-

ным путем как на международном, так и на национальном уровнях». Согласно статье 19 Всеобщей декларации прав человека создание, поддержание и укрепление независимой, плюралистической и свободной прессы имеет значение для развития и обеспечения демократии в стране и экономического развития.

О неравнозначности государственного ТВ и Независимого ТВ можно судить по определению Виндхукской декларации о содействии развитию независимой и плюралистической африканской прессы, которой прямо противопоставляется понятие независимого ТВ и государственного и их несовместимости. В соответствии с ней под независимой прессой понимается пресса, независимая от правительственного, политического или экономического контроля или от контроля за материалами и инфраструктурой, имеющими важное значение для производства и распространения информации. Под плюралистической информацией понимается ликвидация монопольных прав любого рода и наличие максимально большого числа источников информации, отражающих максимально широкий спектр мнений в обществе.

Если в государстве не существует системы независимого вещания, обыкновенные граждане теряют доверие к власти, ее институтам и действиям. Свобода обмена информацией помогает правительству создать цивилизованное государство, граждане которого лояльны и добровольно участвуют в жизни общества. Напротив, при государственном ТВ постоянно существует соблазн контролировать общественное мнение, и таким образом обесценить демократические процессы и устранить влияние мнения общественности как фактор при принятии официальных решений. Именно поэтому в США признание значения средств массовой информации для демократии материализовано в Первой поправке к Конституции, запрещающей правительству издавать законы, ограничивающие свободу слова или печати.

Реализация базового принципа свободы и независимости ТВ от государства и правительства во всем мире породили единственно приемлемую для демократического государства форму общественного ТВ.

Только общественное ТВ позволяет в полной мере реализовать основное право гражданина страны — право на свободу слова и высказывания, права на достоверную и полную информацию о его стране и событиях без влияния на нее каких-либо политических сил или власти.

Именно общественный характер телевидения и радио обеспечивает подлинную независимость от политических сил, позволяет объективно и беспристрастно отражать события и реальность, удовлетворять потребности телерадиопользователей и

через интересы разных слоев населения выходить к защите общенациональных интересов.

При этом преследуются следующие цели автономного вещания:

1. Объективность и достоверность передаваемой информации. Только пользующиеся доверием средства массовой информации могут свести к минимуму отчуждение граждан от демократических процессов и поощрять активное участие в последних, активизировать их интерес и участие в общественной жизни.

2. Контроль за злоупотреблением властью правительством и другими ветвями власти. Осуществляется путем предоставления населению оперативной информации о происходящих в обществе процессах.

3. Обеспечение населению, социальным институтам доступ к средствам самовыражения, предоставление возможности населению советоваться друг с другом.

4. Вещательные организации должны пользоваться свободой выбора программ и должны быть свободны от любого вмешательства властных структур в своих решениях и действиях.

5. Организации вещания должны обладать гарантированным доступом к информации, за исключением режима секретности.

6. Обеспечение всем гражданам доступа к широкому объему производства вещательных программ.

7. Руководители вещания должны быть максимально свободными от любого вмешательства правительства в их решения.

С этой точки зрения при рассмотрении организации вещания в республике следует исходить из отличительной ее специфики, которая повлияет на выбор организационно-правовых форм хозяйствования в этой отрасли. Специфика же данной отрасли такова, что только она содержит в себе влияние социально-политических задач. Другими словами, организационные формы телевидения определяются тем, каковы задачи и цели, стоящие перед вещанием: либо это независимое телевидение (и тогда в национальном масштабе речь может стоять только о негосударственном, а об общественном телевидении), либо это государственное телевидение (и тогда существует механизм всеобщего влияния на деятельность ТВ государства).

Главный недостаток государственной формы собственности, приводимый в литературе, — отсутствие мотивации к труду, низкая эффективность производства, затратность и паразитирование на гарантированном финансировании, для ТВ имеет еще и политический оттенок.

Говоря же о конкретных задачах ТВ, как вещательной

организации, в качестве основных таких задач можно выделить:

- Поиск, выбор, производство и транслирование телепрограмм.

- Своевременная передача информации общенационального и государственного значения.

- Повышение информационного, творческого и профессионального уровней телепрограмм.

- Повышение конкурентоспособности телепрограмм.

- Обеспечение оптимальных условий финансирования отрасли для совершенствования технической базы вещательной организации и стимулирование развития новых технологий телевидения.

- Установление прочных обратных связей между телезрителями и вещательной организацией на основе определения рейтинга передач и других методов исследования аудитории.

- Создание условий для вхождения в мировые информационные процессы.

Следует выделить основные объективные тенденции развития отрасли общественного телевидения:

1. Главной целью ТВ является не коммерческая выгода и повышение прибыльности, а объективное и правильное освещение событий, общественно-полезный результат.

2. Ориентация на общенациональные потребности и общенациональный характер продукции государственного ТВ.

3. Функциональная ориентированность деятельности производственно-экономических систем на удовлетворение потребностей экономики в целом, «работа» на единый общенациональный рынок.

4. Высокая степень и жесткость структурно-функциональных взаимосвязей в рамках сложившихся производственно-экономических систем, объясняемых технико-технологическими особенностями производства и распространения продукции национального телевидения.

5. Значительные размеры предприятия, высокий уровень капиталоресурсов или трудоемкости производств;

В последнее время в республике в сфере государственного телевидения и радио происходят реальные изменения: изменяется структура подразделений, принципы и методы управления. Учитывая роль, значение телевидения и радио в проведении единой государственной политики, Указом Президента Республики Казахстан от 4 апреля 1994 года создана Республиканская корпорация «Телевидение и радио Казахстана».

Целевой задачей республиканской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» (РКТРК), как отмечается в Постановлении, является формирование в Казахстане принципиально нового телевидения и радио высокой культуры и качества, совершенствование управления телерадиовещанием, форми-

рование единого информационного пространства Казахстана и активизация его вхождения в мировые информационные процессы, укрепление материально-технической базы и координация научно-исследовательской деятельности в сфере телевидения и радио, а также создание оптимальных условий для инвестирования отрасли, повышение конкурентоспособности отечественного теле- и радиовещания.

В связи с этим, вновь созданная Республиканская корпорация «Телевидение и радио Казахстана» (РКТРК) выполняет государственный контракт в сфере телерадиовещания; участвует в определении стратегии и основных направлений развития телевидения и радиовещания в Республике Казахстан, участвует в разработке законодательных актов в сфере телерадиовещания, расширяет сферу международных связей телевидения и радио, обеспечивает максимальный охват населения республики многопрограммным республиканским телерадиовещанием; проводит единую техническую, технологическую и инвестиционную политику, направленную на совершенствование и развитие материально-технической базы телевидения и радио; координирует взаимодействие центральных и региональных организаций и предприятий корпорации; совершенствует управление системой телевидения и радио; создает эффективную систему социально-экономической мотивации и социальной защиты работников телевидения и радио, проводит комплекс научно-исследовательских работ в сфере.

В то же время следует отметить, что указанные процессы далеки от совершенства, в результате чего происходившие в последнее время изменения в организационно-экономическом механизме ТВ, как в зеркале отражали уровень понимания его роли в современном демократическом обществе, уровень развитости экономического законодательства применительно к данной области. Несмотря на определенные положительные сдвиги, говорить о коренных изменениях в сфере ТВ не приходится, поскольку в ТВ (как и РВ) не изменились структурные отношения собственности, оно остается в сфере влияния государства и его административно-бюрократических методов управления. Неопределенность статуса Национального ТВ вытекает в первую очередь ввиду нежелания выпустить государством из рук главное средство идеологического влияния и отсутствия теоретических основ развития вещания в Новых Независимых Государствах (ННГ).

§ 1.2. РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ТВ И ЕГО СИСТЕМНЫЙ КРИЗИС

Как уже отмечалось выше, ТВ демократического государства с рыночной экономикой должно быть в первую очередь независимым. Однако независимость вещательной организации не может быть осуществлена лишь простым ее декларированием.

Независимость общественной вещательной организации должна быть обеспечена в первую очередь соответствующим организационно-экономическим механизмом. Поскольку вещательная организация является не только информационной организацией и выполняет не только информационные цели, но и является хозяйственной единицей с экономическими целями получения прибыли, то декларирование свободы прессы и ТВ должно дополняться в первую очередь соответствующим механизмом финансовой, экономической независимости.

Другими словами, задача создания высококачественного и рыночного общественного ТВ, сочетающего в себе как информационные цели (реализация принципов свободы, максимально достоверной и объективной информации и т. д.), так и экономические (экономическая эффективность и прибыльность хозяйствования на основе экономической самостоятельности, ответственности и самофинансирования), по существу превращается в задачу создания рыночного организационно-экономического механизма функционирования.

Принять за основу сегодня существующий организационно-экономический механизм невозможно в первую очередь полной его неадекватности механизму нового независимого ТВ, неадекватности рыночным отношениям и затратности. Механизм, не обеспечивающий ни информационно-деятельностную, ни финансово-экономическую независимость, по существу сегодня явился причиной системного тотального кризиса государственного ТВ.

Как показывают социологические исследования, в условиях создавшейся высокой конкурентной среды в сфере средств ТВ, государственное ТВ, не приобрело динамичности, оперативности и оставалось за исключением некоторых программ самым несмотрительным среди прочих каналов ТВ. Снижение качества, профессионально-технического уровня выпускаемых программ, их низкая конкурентоспособность, несоответствие международным стандартам не позволяли решить в целом задачи, стоящие перед национальным ТВ.

Централизованная система, несмотря на значительную величину государственных ассигнований на ее развитие и функци-

онирование, не смогла обеспечить уровень услуг населения, сопоставимый с уровнем зарубежных стран. Во многом отмеченное отставание объясняется отсутствием стабильной и концептуально общепринятой правовой базы функционирования системы ТВ, отсутствием условий для привлечения инвестиций для создания собственных источников дохода, недостаточностью государственных вложений в развитие ТВ и негибкостью их использования.

Кризис государственного ТВ вызван рядом факторов, тем или иным образом повлиявших на его развитие. Их укрупненно можно сгруппировать в группы политических, социальных (в том числе кадровых, когда руководители Гостелерадиокомпаний подбирались по признакам не прогрессивности взглядов, экономической образованности, а по признакам удобства государственным чиновникам, консервативности, послушности и т. д.), организационных и экономических факторов. Однако среди данных факторов, несомненно, главной причиной кризиса ТВ можно считать группу организационно-экономических факторов.

Во всех проводившихся до сих пор преобразованиях ТВ (сводившихся чаще к манипулированию с включением в состав Министерства печати, преобразованием в орган госуправления и т. д.) не присутствовали кардинальные меры по преобразованию ее хозяйственных отношений, преобразованию ее институциональной и организационной структуры, адекватно новым рыночным требованиям, отсутствовали кардинальные меры по перестройке механизма финансирования, тем более не проводилась внутренняя реорганизация. В результате важнейшее звено экономики сегодня, не имея концепции ее управленческого механизма в новых условиях, осталось отторгнутым от макроэкономических преобразований в целом всей экономики.

Однозначно состояние отрасли сегодня можно представить как системный кризис одной из самых крупных отраслей экономики.

Системный кризис управления отраслью выражается сегодня в следующих его составляющих.

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КРИЗИС выражается в

1. Кризисе государственности ТВ и административно-бюрократических методов управления им.

Сегодня государственное ТВ по результатам наших социологических исследований является самым непопулярным среди населения. За исключением информационной программы «Хабар», программы обоих каналов признаны зрителями самыми безынтересными. Зритель предпочитает им каналы российского и коммерческого ТВ. Абсолютная неконкурентоспособность вызвана полным творческим и концептуальным кризисом, вызванным отсутствием творческой раскрепощенности, некри-

тичностью и отсутствием свободного взгляда, низким профессионализмом и государственной подконтрольностью (как административной, так и финансово-экономической).

Сегодняшние органы госуправления еще не в состоянии обеспечить эффективную реализацию экономических методов и организационных принципов регулирования деятельности ТВ.

У органов управления еще нет достаточных возможностей аккумулировать в масштабах комплексов финансовые и другие ресурсы для проведения вещательной политики, осуществления совместных проектов. В реализации своих экономических интересов рассматриваемые структуры не всегда стремятся поддерживать национальные приоритеты, выполнять совместные проекты.

Данная проблема органически вытекает из кризиса собственности ТВ, ибо функции собственности неизменно связаны с функциями управления. Реальность же сегодня такова, что отрасль не имеет четкой организационной концепции (в первую очередь из-за неопределенности собственности) управления ею, в том числе во взаимоотношениях с государством и народом.

Налаживание эффективного организационного механизма регулирования процессов развития и функционирования рыночных отношений в отрасли становится важнейшей, первоочередной задачей радикальной хозяйственной реформы, одной из решающих предпосылок его углубления в успехах.

КРИЗИС ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА выражается в кризисе всех его важнейших составляющих, в том числе:

2. Кризисе финансового механизма отрасли.

По существу данный кризис вытекает из той же государственной природы ТВ, консервирующей затратные принципы функционирования всех элементов хозяйственного механизма.

Еще более тяжелыми становятся последствия бюджетного механизма финансирования в условиях жесткой денежно-кредитной политики. Экономическое состояние отрасли становится критическим из-за отсутствия средств для поддержания работоспособности оборудования на необходимом техническом уровне.

Телерадиокомпания постоянно испытывала в течение всех лет трудности с поставкой необходимого оборудования и комплектующих.

Бюджетная система финансирования не позволяет в условиях его дефицитности в полной мере решить все проблемы сферы, включая реализацию проекта комплексной модернизации производственно-технической базы РКТРК, создания пол-

ноценной эффективной производственной и социальной инфраструктуры и экономического стимулирования работников. Неэффективный финансово-экономический механизм деятельности всех структур телевидения и радио; низкий уровень развития материально-технической базы телевидения и радио, архаичная система коммуникаций, нерациональные взаимоотношения с Министерством связи РК, неразвитость отраслей производственной инфраструктуры; убыточный для государства механизм взаимоотношений с Российскими предприятиями связи, сохраняющийся неэффективный принцип госбюджетного финансирования телевидения и радио привел к созданию общего затратного механизма деятельности государственного телевидения и радио. Учитывая интересы многонационального населения Республики Казахстан, в отличие от некоторых других республик бывшего СССР не отказавшись от трансляции программ Российского телевидения (РТР) и «Останкино» на территорию Казахстана. Но сложившаяся система расчетов с Россией крайне нерациональна. Оплачивая арендуемые средства связи для всего объема вещания программы «Останкино», Россия будет сокращать объемы финансирования программы (что уже имеет место). В то же время Казахстан сам финансирует трансляцию программ Российского телевидения.

В условиях, когда оплата услуг Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан в текущих затратах повышается и растут расходы на предприятия Минсвязи России, механизм финансирования через бюджет, действующий с большим запозданием, не позволяет не только развиваться корпорации, но и ведет к нерациональному увеличению текущих бюджетных затрат вследствие постоянных штрафных санкций со стороны российских предприятий. Так, на начало 1995 г. бюджет не имел возможности осуществить оплату ряда долгов корпорации предприятиям связи Российской Федерации, в том числе: 762 млн. руб. и 264 тыс. долл. ПО «Космическая связь», плату за аренду технических средств по 2-ому кварталу 1994 г. — 90 млрд. тенге и т. д. В результате штрафных санкций суммы долгов стремительно умножаются, усиливая давление на бюджет. Кардинальная же реконструкция системы коммуникаций телевидения и радиовещания потребует дополнительных централизованных затрат, которые несмотря на быструю окупаемость, тем не менее не исключают проблему их изыскания.

Таким образом, государственное содержание телевидения, а тем более развитие, представляют сегодня острейшую проблему, затягивание решения которой в то же время невозможно, т. к. способно обернуться еще более тяжелыми последствиями окончательного разрушения системы. Суммарное выражение годовых расходов необходимых только на 1994 год, состав-

ляло более 6 млрд. тенге. Эта сумма превышает сумму, выделенную бюджетом для всех средств массовой информации, образования и культуры.

При высоком уровне капиталоемкости отрасли, выделяемые бюджетные средства направлялись в основном не на комплексную реконструкцию и модернизацию основных фондов, а на решение локальных задач, что привело к высокой степени морального и физического износа материально-технической базы.

Монополия государственной формы собственности на основные средства производства и государственное, преимущественно административное, регулирование экономического механизма в сфере телерадиовещания предопределили недостаточно эффективные методы формирования и использования фондов развития и потребления ликвидированной государственной телерадиокомпании «Казахстан».

Телекомпания «Казахстан», монопольно обладая возможностью вещания на всю территорию республики и за ее пределы, в силу вышесказанных и других причин вела бесприбыльную и нередко убыточную рекламную деятельность, в то время как негосударственные, альтернативные телерадиокомпании, не имеющие республиканского эфира, за счет доходов от рекламной деятельности успешно развивают собственное производство, увеличивают свои фонды потребления.

3. Кризисе мотивации персонала и управления трудом в целом.

Наглядным свидетельством тому служит неимоверно высокий процент текучести кадров в бывшей Гостелерадиокомпании (почти 30%). Устойчивая высокая текучесть сложилась среди таких профессий, как ассистент телеоператора (текучесть 170%), звукорежиссеры (23%), администраторы (41%), редакторы-переводчики (60%), главные редакторы (50%), водители (65%), рабочие, инженеры (40%), осветители (37%), бутафора-декораторы (100%) и др. Длительная незаполняемость штатов (122 чел.) существует именно по этим профессиям.

Одной из главных причин высокой текучести кадров являются искажения в политике доходов компании, участия в прибылях и оплате труда. Так, при достаточно высоком уровне средней зарплаты в 1 квартале 1994 г. на ТВ (558 тенге), у ассистента вместе с постановочными и коммерческими премиями она составила 230—240 тенге, у костюмеров — 320—350 тенге, звукорежиссеров — 300 (до 400 с премиями). Основными противоречиями в системе оплаты и участия в прибылях компании являются:

1. Отсутствие увязки с результатами и производительностью труда. Так, при том, что русскоязычная часть ТВ вещания, составляют почти половину общего объема вещания, обеспечи-

вается лишь 60 чел. (13% общей численности работников ТВ), оплата труда не отражает этого различия.

2. Отсутствие обоснованных норм труда и связи заработной платы с ними.

3. Углубляющиеся тенденции в уравниловке оплаты как на уровне работника, так и на уровне участия в прибылях. Так, тарифная часть составляет в структуре зарплаты лишь 30—35%. В этих условиях, повышенные требования предъявляются к распределению надтарифной части зарплаты, выработке эффективного механизма премирования, участия в доходах.

4. В поощрительной части, к сожалению, преобладают те же уравнилительные тенденции. Так, гонорарный фонд в свое время стал использоваться на тотальные и равные надбавки. Сегодняшняя схема использования гонорарного фонда носит при распределении по структурным подразделениям произвольный характер (без учета качества передач), а при распределении внутри подразделений — без оценки вклада всей бригады, что не стимулирует творчества всей бригады. Доля Радио в общей сумме доходов на 50% меньше доли ТВ, однако средняя зарплата (651 тенге в 1 кв.), выше, чем на ТВ (558 тенге).

5. Участие в доходах компании носит затратный характер, т. е. сегодня стоимость эфирного времени, затраченного на рекламу (2400 тыс. тенге), больше суммы доходов, полученных от нее (1376 тыс. тенге), что ведет к «дотированию» поощрения.

6. Отсутствие ясного и эффективного механизма участия в прибылях тех или иных подразделений и конкретных людей. В итоге распределяемая часть доходов (65 %) не отражает вклады коллективов, работников, ибо распределение шло по произвольному неотработанному механизму.

7. Отсутствие механизма вело к снижению заинтересованности работников в результатах работы компании, повышению качества передач и базировалось на инициативе лишь посредников рекламных заказов. Основная деятельность и уровень профессионализма оставались вне сферы механизма стимулирования и мотивации.

На предприятиях отсутствовали положения о премировании. На уровне компании действовало лишь общее неконкретное положение, которое было нереализуемо на практике. В итоге произвольно (исходя из наличия средств), распределялся ФОТ по подразделениям, в последних — произвольно (чаще пропорционально окладу) распределялись надбавки. Отсутствовало практически собственное Положение о постановочных премиях и распределение ее осуществлялось бессистемно.

Таким образом, в Гостелерадиокомпании отсутствовала целостная система мотивации трудовой деятельности, что напрямую отражалось на падении профессионализма, снижении качества передач и творческой активности.

Существующая система управления на телевидении и на радио ориентирована на старые методы, не обеспечивающие эффективность отрасли, не создает возможности эффективной реализации инновационных решений кадрами.

В связи с тем, что в республике отсутствует база для подготовки специалистов телевидения и радио, в системе республиканского телевидения и радио существует острый дефицит инженерных кадров, специалистов телерадиомаркетинга, менеджмента, программирования, моделирования и прогнозирования телерадиопроизводства и вещания. В структуре ликвидированной Гостелерадиовещательной компании «Казахстан» совершенно отсутствовали подразделения, осуществляющие комплексное научное исследование телерадиоаудитории и другие исследования. Несколько лет назад был ликвидирован центр социологических исследований, который должен был проводить постоянную работу по исследованию телерадиоаудитории, ее потребностей и интересов, осуществлять обратную связь между телевидением и радио и населением.

Неблагополучное финансовое состояние на телевидении и радио ведет к тому, что уровень заработной платы их работников существенно отстает от уровня оплаты труда и др. отраслях, усиливает социальную напряженность, способствует оттоку кадров, в первую очередь высококвалифицированных, снижается заинтересованность работников, в повышении эффективности своего труда.

При формировании трудовых коллективов руководство РКТРК в свое время столкнулось с серьезными трудностями. Это прежде всего низкий образовательный уровень работников, что значительно затрудняло процесс реформирования и технического перевооружения телевидения и радио РК. Так из 523 человек, работающих на ТВ, высшее образование имели лишь 313 чел., или 60%. Катастрофическое положение сложилось среди технического персонала, профессия которых требует специального образования. Так, из 33 телеоператоров лишь один человек имеет специальное образование. Из 95 режиссеров и их ассистентов — со специальным образованием лишь 9 человек или 9,5%. Такая же картина наблюдается и среди других групп профессий, работающих на телевидении.

В республиканском радиотелецентре лишь половина работников имеет высшее и среднее специальное образование, а специалистов, имеющих инженерно-техническое образование, только 223 человека или 40,3%, хотя в структуре РРТЦ 80% инженерно-технических должностей.

Отсутствовала работа по подготовке кадров на ТВ и РВ, особенно из числа коренного населения. Так, в РРТЦ число работников-казахов составляет 156 человек, или 28,2%, русских — 281 человек или 51%.

В аппарате по обслуживанию республиканских предприятий из 42 работающих — с высшим и средним специальным образованием только 25 человек или 59,5%, среди экономистов и бухгалтеров из 36 человек со специальным образованием лишь 10 человек или 28%, остальные практики.

В коллективе казахского радио, включая музыкальные группы, работает 415 человек. Из них — имеют высшее, незаконченное высшее и среднее специальное образование 300 человек или 72%.

Крайне мало сотрудников с образованием, соответствующим профилю работы. Так, на должностях, требующих специальности журналистов, работает лишь 147 человек из 242 или 60%.

В студии «Казахтелефильм» работает 108 человек. Из них — с высшим и средним специальным образованием лишь 51 человек или 47,2%. Вышеперечисленные данные свидетельствуют об отсутствии работы, по подготовке высококвалифицированных специалистов, неправильных метода подбора и расстановки кадров.

4. Кризисе внутрифирменного планирования.

Напрочь отсутствовала в Гостелерадиокомпании ясная программная политика (тематическое планирование), в результате чего экран представлял хаотический набор передач без стройной концепции сетки вещания. Формирование программы велось не на основе готового материала. Отсутствие системы в сетке и программной концепции вело к беспорядочной работе «с колес» всех обеспечивающих структурных подразделений — радиотелецентра, автохозяйства. В структуре ГТРК отсутствовала централизованная служба программной концепции и программного управления.

Все это не могло не вести к нерациональному использованию техники, автомобилей, загрузки аппаратных и другого производственного оборудования. Обратной стороной такого хаоса явилось снижение дисциплины, экономической заинтересованности коллектива в рациональном использовании техники и снижении затрат.

5. Инвестиционном кризисе и отсталом техническом развитии.

Отрицательно на уровень технической оснащенности телевидения влияет тот факт, что собственность на наземные средства связи и ретрансляторы размыты между реальным собственником (Министерством связи) и пользователем (телерадиокомпаниями). Министерство связи, получая доходы от сдачи в аренду технических средств радио и телевидения, не заинтересовано в применении новых экономических методов передачи информации, существенно снижающих затраты на сеть телерадиовещания.

Оборудование систем коммуникаций телерадиовещания характеризуется высокой степенью износа. Технологические решения, применяемые на этом оборудовании, устарели очень давно. Линии подачи программ построены по архаичной схеме, не отвечающей требованиям дня. Высокая энергоемкость, низкая надежность, повышенные требования к эксплуатационному персоналу приводят к необоснованно высоким затратам на содержание этих средств при одновременной низкой эффективности достижения намеченных целей.

По ведомственной принадлежности оборудование коммуникаций ТВ и радиовещания разделяется следующим образом: 1. Передатчики, линии связи и приемные станции — Министерства связи Казахстана, Киргизстана, России и Узбекистана. 2. Спутниковые ретрансляторы — Производственного объединения «Космическая связь», Россия. 3. Небольшая часть линий связи, передатчиков и приемных станций принадлежит коммерческим предприятиям (АО, МП, НПО, ТОО и др.).

Система оплаты арендованных средств основывается на почасовых тарифах, которые в свою очередь зависят от мощности передатчика, группы оборудования, а на линиях связи закладывается стоимость аренды часа работы одного канала-километра линии.

Расчет тарифов производится на основании расходов предприятия по обслуживанию данного оборудования суммируемых с рентабельностью, достигающей 40%.

Сводные затраты, планировавшиеся на 1994 год по Гостелерадио на Министерство связи Казахстана и других субъектов связи, по расценкам на 1 апреля 1994 года составляют сумму 25,5 млн. долларов США в год. В результате последующих пересмотров они составили в сентябре 51 млн. долларов США в год. Следует заметить, что в эту сумму не входят расходы на развитие сети вещания, а предполагается только содержание существующих систем.

Экономический и технический анализ систем коммуникаций для телерадиовещания, проведенный в последнее время, привел к следующим выводам.

Затраты на аренду средств телерадиовещания, просчитанные по тарифам, предъявленных Министерством связи, к настоящему времени достигли такой величины, что такая аренда, как средство экономического сотрудничества, потеряла всякий смысл. Министерство связи, не желая себя утруждать поисками наиболее эффективных решений в техническом и экономическом плане, привело затраты на содержание государственных средств телерадиовещания к уровню, который государственный бюджет не способен выдержать.

Техническое оснащение телерадиовещания характеризуется высокой степенью физического и морального износа, значительная часть «отечественного» и импортного установленного

оборудования. Передающее оборудование и линии связи построены на оборудовании, изготовленном в России и странах СЭВ (Чехословакия, Венгрия и ГДР). К настоящему времени средний износ большей части оборудования составляет 80—95%, т.е. его средний возраст более 10 лет. Технологические решения, применяемые на этом оборудовании, укомплектованном в разные годы из разных стран (Россия, Литва, Украина, Чехословакия, Венгрия, ГДР, Япония) разных поколений и несовместимых стандартов и форматов, давно устарели. Поэтому стало невозможным соблюдать технологию подготовки телерадиопрограмм с высоким техническим качеством, без сбоев и технических остановок. Высокая энергоемкость, низкая надежность, повышенные требования к эксплуатационному персоналу приводят к необоснованно высоким затратам на содержание намеченных целей. Приобретение техники, ее математические и программное обеспечение) Государственной компании «Телевидение и радио Казахстана», проводилось без перспективного учета информационных, финансово-экономических и др. задач, подлежащих взаимоувязанному решению.

5. Кризисе организационной структуры

По существу ТВ сегодня не является самостоятельной структурой и входит составной частью в государственную структуру ТВ и РВ.

Совмещение в единой вмешательной структуре и единое управление радио и ТВ передалось также со времени тотального идеологического контроля социалистического государства. Практически ни в одной демократической стране мира национальное ТВ и РВ не существуют едино. Продукция данных вещательных организаций отличается не только по своему характеру, но и технологическому процессу создания и доведения до потребителя.

Не менее абсурдным выступает сохранение в единой структуре и регионального ТВ.

Государственное ТВ сегодня сохраняет оставшуюся со времени социалистического контроля за деятельностью СМИ структуру единого и жесткого централизованного управления областными телерадиокомпаниями.

Централизованное планирование, управление и финансирование порождают не только иждивенчество и низкое качество выпускаемой продукции, характерные для любого гарантированного финансирования, но и ведут к полному разрушению системы регионального ТВ.

В условиях рыночного и демократического государства система регионального ТВ должна представлять самостоятельную, ориентированную на местные нужды, систему ТВ, абсолютно независимую от центра.

Существующая система централизованного планирования и управления сталкивается с рядом серьезных проблем, и не дает практически желаемых в прежней системе результатов. Выполнение объемов собственного вещания и обеспечение республиканского эфира киносюжетами из местных студий ТВ не выполняется большинством студий. Преобладает низкий, уровень уровня продукции.

Не решены насущные вопросы материально-технического обеспечения, повышения квалификации и профессионального мастерства кадров, укомплектования системы специалистами, улучшения условий их труда. Только в местных органах ТВ и РВ свыше 700 человек стоят в очереди на жилье, а на комплексное перевооружение новой телерадиотехникой ОТРК потребуется сегодня 5,5 млн. долл. В областном, городском вещании используется устаревшее оборудование бывших ЧСФР, ВНР и СССР.

Разобщенность деятельности информационных служб бывшей ГТРК «Казахстан» при формировании, подготовке и выдаче в эфир информационных материалов отрицательно сказывалось на географии, оперативности и их актуальности.

Таким образом, существующая сегодня организационно-экономическая система ТВ и РВ требует совершенствования с точки зрения, во-первых, обоснования и адаптации его к требованиям рыночной экономики, установления структуры, позволяющей рационализировать связи между субъектами системы и эффективно реализовать цели и задачи ТВ и РВ. Во-вторых, связи между субъектами через элементы организационно-экономического механизма требуют четкого теоретико-методологического обоснования.

Состав и структура организационно-экономического механизма в данном случае определяются характером связей. Характер связей определяет тот или иной тип финансового механизма, необходимость тех или иных стратегий управлений, систему оплаты или модель экономических отношений внутри предприятия и т.д.

Например, основные проблемы, возникающие при изменении форм собственности и переходе на рыночно ориентированные формы хозяйствования традиционны: выбор наиболее адаптированных к отраслевым особенностям форм собственности; соотношение государственного и рыночного регулирования; формы и размеры влияния государства на деятельность предприятий отрасли; соотношение собственности и управления; выбор наиболее эффективных и действенных организационно-правовых форм хозяйствования и др.

Выход из кризиса отрасли может быть только при осуществлении строгой системной и научной проработки всех вопро-

сов экономики и организации ТВ и РВ с учетом их основных задач и целей. По существу создание нового ТВ и РВ требует создания новых механизмов ее функционирования, выработки стратегии.

Глубокие радикальные изменения системы социально-экономических отношений сферы связаны в первую очередь с переходом к общественному ТВ, с созданием эффективного финансово-хозяйственного механизма, гибкой организационно-экономической структуры, адаптированной к условиям рынка. При этом встают задачи:

На государственном уровне — обеспечение эффективного сочетания государственной политики и демократизации общества.

На отраслевом уровне — обеспечение эффективного развития телевидения и радио, перевооружения предприятий на уровне международных технических стандартов и привлечения на эти нужды иностранных инвестиций.

На уровне потребителей — расширение комплекса и повышение качества услуг.

Таким образом, сложившаяся организационная структура системы национального вещания не удовлетворяет требованиям ОТВ и не способна решить, стоящие перед национальным телевидением задачи.

Данная проблема сталкивается не только с нерешенностью ряда общэкономических проблем, но и с теоретико-методологической неразработанностью большинства конкретных проблем такого характера применительно к специфике данной отрасли.

Между тем затягивание в решении вопросов ведет не только к экономическим, но и социальным и национальным потерям ввиду специфики такого средства массовой информации, как телевидение.

По существу предстоит вновь создать новый рыночный организационно-экономический механизм управления отраслью на всех уровнях и прежде всего на уровне предприятия. Функционирующий сегодня механизм не адекватен рыночным отношениям и новым задачам, встающим перед отраслью на всех уровнях его в новой социально-экономической и политической системе.

ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ ТВ

§ 2.1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ «ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ»

Задачи преодоления глубокого экономического кризиса, безусловной реализации стабилизационных мер и поэтапного перехода к рыночным отношениям требуют новых структур государственного и хозяйственного управления, нацеленных на формирование экономики рыночного типа.

Организационные проблемы переходного этапа требуют сегодня скорейшей разработки вопросов развития организационно-экономической системы как в целом рыночной экономики, так и отдельных ее отраслей. Нужны соответствующие организационные механизмы и подходы к решению возникающих экономических проблем, при которых в неразрывном единстве и взаимосвязи используются трудовые, материальные, природные, информационные и финансовые ресурсы.

Однако, как уже подчеркивалось выше, теория и практика хозяйствования сегодня не до конца утвердилась во многих базовых понятиях, определяющих дальнейшие подходы к анализу и построению организационно-экономических механизмов развития отраслей и предприятий и особенно в отрасли ТВ, имеющего свои специфические особенности.

Термин «организационно-экономический механизм» до недавнего времени имел весьма ограниченное применение.

В литературе планового периода широко употреблялся термин «хозяйственный механизм», «система хозяйствования», «хозяйственная система», вокруг значений которых разворачивалась дискуссия¹.

Позднее стали входить в обиход термины «экономический механизм», «организационный механизм», «финансовый меха-

низм» для обозначения отдельных элементов хозяйственного механизма.

Шарль Рист в своем «Кратком очерке основных экономических механизмов» определяет свое отношение к исследованию экономических механизмов, по его мнению, достаточно просто констатировать факт их существования. Однако Рист не проводит четкого разделения между механизмами и теми институтами, в рамках которых реализуется действие механизмов и которые в дальнейшем будут отнесены исследователями к категории «экономический режим». «Суть экономического механизма, — пишет В. Григорьев, — заключается в объединении завоеваний самостоятельности, устранении вмешательства извне, широком использовании экономических методов управления, повышении заинтересованности и ответственности в конкретной форме за результаты своего труда каждого работника и подразделения. При этом усиливается трудовая активность коллективов, инициатива руководителей, исключается возможность безвозмездного расходования чужих средств, оправдания недоработки объективными причинами.¹ Экономический механизм включает в себя: формирование системы экологических ограничений (нормативы выбросов, сбросов загрязняющих веществ и т.д.) введение на этой основе платежей за загрязнение окружающей среды; создание источников дополнительного финансирования природоохранной деятельности, в том числе организация фондов охраны, рациональное расходование их средств; образование рынка экологических услуг», — пишет А. Кудин.²

В последние годы с широким распространением теории менеджмента понятия «организационный механизм» и «экономический механизм» приобрели более управленческие аспекты без рассмотрения их в совокупности с отношениями собственности³. Так, понятие «Экономический механизм», по мнению Герчиковой, включает: внутрифирменное управление; управление производством; управление персоналом,⁴ хотя очевидно, что и управление производством, и управление персоналом входят по внутрифирменное управление. Более того и в экономический механизм таким образом не включается такая важная ее составляющая, как финансовый механизм.

Это же касается и термина «организационный механизм».

¹ Григорьев В. Социальное и экономическое развитие объединения. Экономист. 1992. № 9. С. 15.

² Экономический механизм регулирования природопользования — Экономист — 1992 — № 5 с. 117.

³ См. Герчикова И. Н. Менеджмент — М. — Банки и биржи. 1994 — С. 18.

⁴ Там же — С. 18.

¹ См. Абалкин Л. И. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. М. — Мысль, 1973; Совершенствование хозяйственного механизма развитого социализма — Под ред. Гусарова А. С. М. — Наука — 1981; Бунин П. Г. Хозяйственный механизм развитого социализма. — М. — Наука, 1980 и др.

Решение многих экономических задач заключается в перестройке организационных механизмов хозяйствования. Внимание к этому направлению понятно — недостатки в области организации производства существенно снижают конечные результаты по сравнению с потенциально возможными для данного уровня развития производительных сил. На всех уровнях и по всем направлениям хозяйственной деятельности людей организованность содержит огромный потенциал эффективности. Этот тезис справедлив по отношению ко всякой производственной системе и по мере усложнения хозяйственных связей его значение возрастает.

Организация производства — многомерная задача и включает в себя несколько групп организационных задач: 1) целесообразное разделение и кооперация труда, формирование рациональных производственных структур, адекватных структурам ресурсов и целей, выработка рациональных технологических потоков; 2) проблемы хозяйственных отношений, связанных с мотивацией стимулирования труда, экономическими нормативами, показателями, тарифами, ставками и т.д., а также проблемы совершенствования планирования, учета, отчетности; 3) целесообразное распределение обязанностей, развитие административных структур аппарата управления, построение и совершенствование процедурных характеристик управления, работы по обеспечению нормальных трудовых процессов и т.п.

Термин «Организация» происходит от латинских слов «organizatio» — «придаю стройный вид, устраиваю» и от «organum» — инструмент, орудие и используется по крайней мере в 3-х смыслах 1) действие, 2) строение и 3) социальная система. Вяткин В. считает, что именно последнее значение следует иметь в виду при определении организационного механизма¹.

А. Модин рассматривает организационный механизм в аспекте организационных функций государства². Роль государства, несомненно, в организации экономики высока. Но в то же время, во-первых, следует отметить, что эти функции относятся преимущественно лишь к внедрению принципов рыночной экономики, но организационно-экономический механизм охватывает конкретные проблемы организации функционирования предприятия и реализации ее целей. Организационные механизмы остаются мощным инструментом регулирования и в обстановке развитой рыночной экономики.

В близком понимании к термину «организационно-эконо-

¹В. Н. Вяткин. Организационное проектирование хозяйственных комплексов. М. Экономика, 1987. С. 5—6.

²Модин А. Организационные функции государства в процессе движения к рыночной экономике. Российский экономический журнал, 1993, № 1. С. 41—47.

мический механизм» использован Е. Ясиным термин «хозяйственная система», который включал в нее: институциональную основу; систему планирования; организационную структуру (организационный механизм); систему стимулов или экономический механизм.¹ На наш взгляд, вряд ли целесообразно выделение в отдельную группу системы планирования, во-вторых, ограничение организационного механизма только лишь организационной структурой так же вряд ли имеет под собой серьезное основание, поскольку остаются за бортом организационные проблемы внешней среды, например, организационные функции государства.

Е. Ф. Борисов и Ф. М. Волков рассматривают организационно-экологические отношения в разрезе экономических их связей между людьми (наряду с отношениями собственности). «Организационно-экономические отношения возникают потому, что общественное производство, распределение и обмен всегда нуждаются в определенной организации».² Имеются в виду разные формы организационных связей: разделение, кооперация труда, концентрация производства, его централизация, формы управления производством и т.д.

Я. Корнай наиболее широко рассматривал вопросы хозяйственной системы, включая в них: состав организаций, функционирующих в экономике; отношения собственности; распределение полномочий принятия решений; информационную структуру (типы информационных потоков между организациями; систему стимулирования для лиц, принимающих решения, роль политических органов и правительств; законы и правительственные постановления; стереотипы поведения предприятий.³

В ряде работ несмотря на использование термина «Организационно-экономический механизм» не раскрывается его содержание, в результате чего смысл, вкладываемый в это понятие, колеблется от весьма узкого его понимания до самого широкого толкования с включением вопросов и технической, и социальной политики.⁴

¹Ясин Е. Г. Хозяйственные системы и радикальная реформа М. — Экономика, 1989. С. 52.)

²Борисов Е. Ф., Волков Ф. М. Основы экономической теории. М. Высшая школа, 1993. С. 18.

³J. Kornai. The Hungarian Reform process: visions, hopes and reality // Journal of Economic Literature, Vol. XXIV (december 1986, P. 1689—1690).

⁴См.: Радченко П. И. Организационно-экономические методы управления производственным объединением // Опыт применения программно-целевого подхода к управлению предприятием. Новосибирск, 1984. С. 22—30; Организационно-экономический механизм управления ИПК. Сб. Под ред. К. Н. Кедровой. — М., ИЗ АПН, 1987. 205 с.; Организационно-экономические вопросы повышения эффективности машиностроительного производства — Сб. науч. трудов — Тула, ТПИ, 1991. 107 с. Организационно-экономические вопросы совершенствования производства. Межвуз. сб. науч. трудов — Рязань, РРТИ, 1990 — 103 с. и др.

Систему индикаторов и характеристик, в совокупности отражающих результативность организационно-хозяйственной системы, Синк разделяет на 7 подсистем, элементы которых отражают: 1) действенность (effectiveness) 2) экономичность (efficiency) 3) качество (quality) 4) прибыльность (profitability) 5) производительность (productivity) 6) качество трудовой жизни (quality of work life) и 7) внедрение новшеств (innovation).

На наш взгляд, вначале следует уточнить параметры понятия «механизм».

В середине 60-х годов во Франции был опубликован перевод книги английского экономиста А. Шекли «Занимательная экономика. Открытие современных экономических механизмов». Здесь по существу, во-первых, экономический механизм рассматривается на макроэкономическом уровне, во-вторых, смещаются понятия экономической теории и механизма. Правильно при этом подчеркивает А. Кульман, что это отнюдь не одно и то же. Экономические механизмы — это лишь один из многих элементов, анализ которых позволяет экономической теории строить свои обобщения. Экономический механизм определяется либо природой исходного явления, либо конечным результатом серии явлений. Но составляющими элементами механизма всегда одновременно выступают и исходное явление, и завершающие явления, и весь процесс, который происходит в интересах между ними¹.

Таким образом, известная часть экономических механизмов разрабатывается путем логических построений — часто по той простой причине, что именно таким образом можно точно определить объект наблюдений. Экономические явления в большинстве своем поддаются наблюдению, а роль экономической теории как раз и стоит в том, чтобы внести в этот процесс определенный порядок, обеспечивающий оптимальные условия проведения наблюдений.

Подобную двойственность в подходе к анализу экономических механизмов следует постоянно иметь в виду: анализ должен учитывать возможные расхождения между реальными условиями действия экономического механизма и теми его оптимальными условиями, которые вытекают из рекомендации экономической теории.

Можно говорить о существовании огромного числа экономических механизмов, если исходить из того, что механизмы представляют собой системы взаимосвязей экономических явлений, которые возникают в определенных условиях под воздействием конкретных условий.

¹ Кульман А. Экономические механизмы — М: Прогресс, 1993. — С. 12.

На наш взгляд, организационно-экономический механизм объединяет отношения, формы, методы и средства, обеспечивающие согласование интересов взаимодействующих субъектов и ведущие к реализации цели предприятия.

Интересы регулируют две основные группы отношений: между предприятиями, а также предприятиями и государством;

между предприятиями и государством, с одной стороны, и населением — с другой.

Формы, средства и методы, посредством которых регулируются эти отношения, можно сгруппировать следующим образом:

- общие правила и нормы, определяющие статус экономических субъектов;
- организационная структура предприятия;
- система мотивации труда;
- финансовая система.

Каждому из этих компонентов механизма свойственны специфические параметры — показатели, нормы, нормативы, которые непосредственно выполняют функции экономических стимулов, влияя на интересы тех или иных субъектов.

Общие правила и нормы определяют экономический статус предприятий, формы его связи с государством и с централизованным руководством. В итоге через все это и определяются возможности предприятия пользоваться и распоряжаться ресурсами, находящимися в его обороте, его положение в структуре отношений собственности, направленность интересов.

В одном ряду с экономической самостоятельностью предприятия стоят формы хозяйственных связей, определяемые организационной структурой. По сути это просто проекция самостоятельности и экономической ответственности предприятий на взаимоотношения между собой.

Во взаимоотношениях с населением общие правила и нормы экономического механизма определяют формы установления взаимоотношений предприятия с населением, как основным потребителем ее продукции. Связь в данном случае может быть как прямой, так и опосредованной.

Для специфических форм предприятий, каковыми являются, в частности, предприятия общественной формы собственности (см. ниже) важное значение имеют и формы влияния и участия населения в регулировании деятельности этих предприятий. Например, для ТВ и РВ — это влияние определяется участием специальных органов, представляющих интересы народа, в установлении размеров абонентной платы, влиянии на программную концепцию.

Система мотивации труда на уровне предприятий представлена условиями и нормами определения фондов оплаты труда, других источников вознаграждения за труд. На уровне регулирования отношений с работниками предприятий в нее входят формы и методы распределения фондов оплаты труда: тарифная система (включая окладную систему), методы нормирования труда и установления расценок на результаты производства, системы премирования и поощрения.

Финансовая система определяет во взаимоотношениях с предприятиями порядок и источники финансирования, порядок распределения выручки от реализации их продукции; использования бюджетных и других централизованных финансовых фондов, включая внебюджетные фонды; порядок распределения средств этих фондов и условия их получения.

Как видно из рис. 1, кроме организационно-экономического механизма выделяют на уровне предприятия и социально-экономический механизм, определяющий социальные аспекты деятельности предприятия, такие как система социальной защиты, социального страхования и др., составляющие отдельный от организационно-экономических проблем блок вопросов.

Каждый из указанных компонентов организационно-экономического механизма может быть реализован в разных формах, и только сочетание этих форм дает конкретную форму предприятий, которую стоит исследовать.

Экономические явления, их механизмы и законы их действия существуют не в пустоте, а в рамках законов, принимаемых государством, а также в рамках правил, создаваемых государством или институтами публичного, профессионального или частного права. В целом эти законы и правила формируют экономический режим, который включает элементы государственного законодательства, корпоративного права, правовые формы соединения труда и капитала в рамках предприятий, определяет сферу льготного налогообложения и т.д.

В задачи нашей работы не входит рассмотрение всех методологических вопросов развития организационно-экономического механизма. На примере национального ТВ мы раскроем принципы его организации для данной отрасли.

МАКРОПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА

(денежно-кредитная, ценовая финансовая, налоговая)

Уровень	м	е	х	а	н	и	з	м	ы
	организационный			экономический			социальный		
1. Отрасль	устанавливают принципы государственного регулирования организационно-хозяйственных ее социальных отношений в отрасли								
2. Предприятие	организационно-экономический			социально-экономический					
	Система социальной защиты персонала, участия в управлении производством и т.д.			Система оплаты труда; Механизм финансирования и самофинансирования; Организационная структура управления и т.д.					

Рис. 1. Общая схема организационно-экономического механизма.

§ 2.2. СТРУКТУРА ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ ТВ

Национальная сеть вещания является объективной составной частью хозяйственной и социальной инфраструктуры страны и функционирует на ее территории как взаимоувязанный многоотраслевой производственно-хозяйственный комплекс, система сложных взаимосвязей с передающими системами (наземной и спутниковой космической связи).

Реформирование существующего организационно-экономического механизма государственного ТВ необходимо для создания эффективной структуры управления, позволяющей для создания эффективной структуры управления, обеспечить доступность для населения объективной и свободной информации, достичь в максимально сжатые сроки уровня информационного обеспечения на мировом уровне, а также создать условия для эффективной работы всех предприятий отрасли с учетом интересов государства, отрасли, каждого отдельного предприятия телевидения и потребителей.

Как уже отмечалось, на отраслевом уровне цель перестройки заключается в обеспечении дальнейшего развития отрасли, технического перевооружения предприятий на базе современных систем оборудования ТВ, создании условий для эффективного функционирования предприятий отрасли, в том числе за счет привлечения на предприятия отрасли иностранных инвестиций.

На уровне предприятий цель реорганизации отрасли — расширение комплекса и повышение качества телерадиопередач, обеспечение разумного уровня цен и тарифов и доступности услуг национального ТВ для массового потребителя.

Основными субъектами Национальной вещательной системы общественного ТВ выступают: Вещательная организация, Государство и Буферные организации, представляющие в том числе интересы Населения (основного потребителя продукции). По существу население включено косвенно в финансовую взаимосвязь с вещательной сетью, поскольку при общественном ТВ вместо бюджетного финансирования используется гражданское финансирование в виде абонентной платы (преимущественно), подписки (в меньшей степени) и др. форм платы.

Правовая структура общественного ТВ должна быть построена таким образом, чтобы ни одна из ветвей не могла узурпировать абсолютную власть.

Рассмотрим каждый субъект в раздельности и их взаимосвязи в организационно-экономическом механизме при общественной форме организации ТВ.

ВЕЩАТЕЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ. При общественном вещании вещательные организации получают основную часть финансирования от правительства, которое также назначает руководителей, ответственных перед ним. Право собственности на вещательное оборудование и другие активы компании принадлежит правительству и правительственной или даже частной организации.

Организация общественного вещания пользуется, как правило, полной или почти полной (за исключением оговоренных законодательством ограничений, например в пропаганде насилия, этнических разногласий, некоторых сторон предвыборной кампании и т.д.) независимостью в выборе программ и их содержания и несут, другими словами, функции служения обществу. Последнему, кстати, способствует также и то, что в отличие от коммерческого вещания общественное вещание имеет более значительные расстояния распространения сигналов и охватывает всю территорию страны.

Другие средства для общественного вещания могут поступать также от зрительной подписки, или от абонентной платы (сборов) за право пользования телеприемником, уплачиваемого владельцами телевизоров.

БУФЕРНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ. Специфика требований к вещательным организациям и их огромное влияние как на правительство со стороны общества, так и на общество требуют присутствия специальных демпфирующих организаций, регулирующих и оказывающих воздействие на их деятельность. Причем эти буферные организации должны регулировать их деятельность двусторонне и представлены в равной степени обеими сторонами.

В различных странах существуют различные буферные организации. Это могут быть, в частности, Государственные (Национальные) Комиссии связи (по подобию Федеральной Комиссии связи США), или Комиссии по частотам. Это могут быть Общегражданские Консультативные Советы, созданные совместными усилиями вещательных организаций и граждан. Это могут быть и специальные правительственные агентства или другие организации, ведущие определенный надзор за отдельными видами деятельности вещательных организаций.

Буферные организации защищают вещательные организации от правительственного или корпоративного (со стороны супермонополь) контроля, гарантируя и защищая их право самостоятельного выбора содержания и сетки вещания. Хотя важно, с другой стороны, не придавать им функции абсолютного влияния на вещательные организации и ограничить лишь только защитными функциями. Исключение могут составлять лишь общегражданские Консультативные Советы в их влиянии на содержание или сетку программ об-

публичного телевидения. Хотя и здесь эта организация не должна повлиять на право руководства и журналистов излагать собственные мнения, а влияние может сводиться лишь к рекомендательным формам.

Буферные организации в любом случае позволяют обеспечить приемлемое представительство различных мнений, существующих в обществе, усиливают обратную связь вещательных организаций с зрителями, снижают социальную напряженность благодаря представлению различных культур и народов.

По мнению Комиссии по политике телевидения и радио Картер-центра¹, например, должны существовать две разновидности различных буферных организаций:

а) первая — устанавливает правила организации вещания (распределение частот и выдача лицензий). Одна из ее задач — обеспечить возможность открытого протеста общественности и работников вещательных станций против несправедливости. Кроме того в сферу деятельности организации этой разновидности должна входить защита свободы мнений. Только в редких и самых исключительных случаях, предусмотренных Законом, могут быть приняты принудительные меры воздействия по отношению к вещательным организациям;

б) в тех случаях, когда государство обеспечивает финансовую поддержку вещательных станций, должна действовать вторая разновидность организаций, которая занималась бы распределением денег, чтобы правительство и правящие партии не вмешивались в этот процесс.

Буферные организации будут создаваться согласно законодательству и в принципе члены ее должны назначаться государством. Для того, чтобы влияние властных структур было сведено к минимуму, эти люди должны представлять различные партии, движения и общественные организации.

Местное телевидение в виде вещательных организаций, находящихся в регионах, областных центрах, не входит в национальную сеть вещания и направлено на реализацию интересов местного сообщества. Однако, как и общественное телевидение, они могут финансироваться из специально созданных для этого местных сборов, абонентной платы, рекламных доходов, спонсорских поступлений от местных компаний и даже субсидий из местного бюджета.

¹Коммюнике «Государство и независимость вещательных организаций». Вашингтон, 13 сентября 1994 г.

В этом случае укрупненную геноструктуру взаимосвязей субъектов системы ТВ можно представить следующим образом (рис. 2):



Условные обозначения:
п, ф, о — характер связи (программная, финансовая и общественная)

Рис. 2. Генструктура общественного ТВ

Организационно-экономический механизм в данном случае определяется, во-первых, каналами связи между субъектами, во-вторых, характером этих связей.

В действующей системе ТВ никоим образом не связано с потребителем, что позволяет при гарантированном государственном финансировании игнорировать его интересы, не работать над качеством выпускаемой продукции. Связь же между государством и предприятиями ТВ — финансовая, определяется характером собственности — государственной.

Полная экономическая и финансовая зависимость от государства позволяет последней контролировать сегодня ТВ и РВ, в первую очередь, программно. Контроль выражается в прямой связи с пресс-службой Президента, назначении Президента корпорации «Телевидение и радио Казахстана», подчинение идеологическое (читай — программное) Председателю Национального Агентства по СМИ. Правительственный контроль выражается в возможности косвенного влияния на содержание программ через финансовый механизм, сохранение бюджетного финансирования, курирование РКТРК одним из вице-премьеров.

Для установления экономически целесообразных связей между субъектами системы ТВ, кроме внешних связей с государством и населением, особую роль играют внутренние связи между производящей и распространяющей подсистемами, а

также организационно-экономические отношения внутри самой производящей системы.

Существующая сегодня организационно-экономическая система ТВ требует совершенствования с точки зрения, во-первых, обоснования и адаптации его к требованиям рыночной экономики, установления структуры, позволяющей рационализировать связи между субъектами системы и эффективно реализовать цели и задачи ТВ. Во-вторых, связи между субъектами через элементы организационно-экономического механизма требуют четкого теоретико-методологического обоснования. Состав и структура организационно-экономического механизма в данном случае определяются характером связей. Характер связей определяет тот или иной тип финансового механизма, необходимость тех или иных стратегий управления, систему оплаты или модель экономических отношений внутри предприятий и т.д.

Например, основные проблемы, возникающие при изменении форм собственности и переходе на рыночно ориентированные формы хозяйствования традиционны: выбор наиболее адаптированных к отраслевым особенностям форм собственности; соотношение государственного и рыночного регулирования; формы и размеры влияния государства на деятельность предприятий отрасли; соотношение собственности и управления; выбор наиболее эффективных и действенных организационно-правовых форм хозяйствования и др.

Таким образом, ТВ является сложной многоуровневой экономической системой, которую невозможно рассматривать только на отраслевом или фирменном уровне. Концептуальный или макроподход необходимо здесь соблюдать потому, что, во-первых, предприятия отрасли имеют единую техническую систему распространения их продукции которая к тому же требует координационной работы со стороны некоего центрального органа. Во-вторых, национальное ТВ требует сохранения единой вещательной концепции и регулирования. В-третьих, необходимо иметь центральный орган, с которым государство устанавливает взаимоотношения по регулированию деятельности средств ТВ. Причем Министерство в этом случае не может выступать таковым в силу указанных причин.

Вещательные организации должны обладать правом технической автономии, то есть возможностью передавать свой сигнал независимо от властей. Этой цели достичь особенно сложно, если государство владеет всеми доступными средствами передачи или распространения сигнала — к примеру, спутниками. В таких условиях правительство должно предоставлять доступ к своим техническим возможностям всем вещательным

организациям на равных условиях. Это значит, например, что оплата спутникового времени, передатчика и аренды или покупки оборудования негосударственными и государственными вещателями должна быть одинаковой. Чтобы свести к минимуму возможность дискриминации, необходимо обеспечение разнообразными и, в том числе, частными средствами распространения программ масс-медиа. В условиях Казахстана, когда количество арендуемых стволов спутника не может быть большим, как уже мы подчеркивали, наиболее целесообразна передача функций оператора корпорации «Общественное телевидение Казахстана».

Выбор принципов финансирования общественного ТВ имеет важнейшее значение, ибо финансовые отношения определяют не только независимость ОТВ, но и его конкурентоспособность, способность решения его задач (при государственном ТВ, последнее, не имея взаимосвязи с потребителями, по существу предаёт его интересы, выступая органом, не имеющим критического независимого взгляда, а эфир изобилует низкоинтеллектуальными и непрофессиональными передачами).

В общем случае вещание может финансироваться из денег рекламодателей и спонсоров, продажи лицензий, прямых правительственных субсидий, абонентной платы или сочетания все этих источников.

Форма финансирования зависит от общих целей, стадии развития вещательной индустрии и соответственно финансовых нужд. Объем рекламных доходов может, например, ограничиваться объемом и степенью развития экономики, уровнем доступного потребителю выбора или желанием ограничить коммерческую деятельность. В таком случае общественное финансирование становится кардинально важным для достижения поставленных целей. Они могут включать быстрое достижение национального масштаба вещания, создание производственной инфраструктуры и подготовку кадров, создание разнообразных программ или достижение определенного уровня производства в собственной стране.

Рассмотрим в отдельности различные используемые сегодня в мировом ТВ формы финансирования.

1. Реклама и спонсорство

Самое большое преимущество при этом — достижение высокой степени политической и редакционной независимости в отличие от правительственных субсидий, абонентной платы (от населения как содержателя ТВ). Телестанции, существующие за счет рекламы, должны работать эффективно, жестко контролировать расходы и быстро реагировать на нужды рынка и аудитории.

Невыгодность такого положения заключается в том, что передачи, ориентированные на сравнительно небольшое число зрителей, целиком подчинены популярным программам, обслуживающим большую аудиторию. Такое положение может быть исправлено введением особых условий для общественного финансирования (полного или частичного) коммерческих программ. Например в Новой Зеландии телепрограммы на языке коренного населения маори финансируются таким образом.

В вещании, финансируемом за счет доходов от рекламы, важно помнить, что существует коммерческая связь между станцией и зрителем. По сути дела, коммерческая станция по частям продает свою аудиторию рекламодателям. Эти части могут определяться и общим числом, и отдельной возрастной или профессиональной и т.д. группами, но представляют группы, вниманию которой рекламодатель желает представить ту или иную рекламную информацию.

Реклама по телевидению иногда рассматривается как взимание дополнительной платы со зрителя, нечто вроде еще одного налога с продаж. И хотя это может быть и так, такой налог невидим и взимается. В исследованиях общественного мнения на вопрос, что бы вы предпочли — некий объем коммерческого содержания в вещании или повышение абонентной платы — люди выбирают первое.

Ограничения на рекламу, касающиеся ее объема и содержания, могут вводиться на основе государственного регулирования и профессионального саморегулирования. Телекомпании должны участвовать в работе комиссии по рекламным стандартам — органа саморегуляции средств информации, включающего также газеты, журналы и др. печатные издания.

2. Бюджетное финансирование

С точки зрения телестанции, проблемы, связанные с бюджетным финансированием, включают возможность вмешательства в вещательную политику, возможное отсутствие адекватного представления об аудитории, веру в то, что «мы знаем, что народу нужно» и растущее сознание собственной непогрешимости среди производителей программ. Эти факторы, конечно, в определенной мере могли бы демпфироваться с помощью зрительских опросов, отчетов по выполнению поставленных задач и расширения круга производителей программ. Но, как показывает сегодняшняя практика, при низком политизированности населения, низком уровне демократии и определенных законодательных условиях вещательная организация выбирает спокойный и беззаботный для себя путь.

С политической точки зрения есть две проблемы, связанные с бюджетным финансированием. Во-первых, бюджетные фонды

всегда будут достаточно скромны, в то время как существует множество взаимоисключающих потребностей в них (является ли данный уровень расходов приемлемым для общества и откуда политики это знают? Во-вторых, как можно без вмешательства в дела станции обеспечить ответственность (качество продукта за деньги потребителя)?

3. Абонентная плата

По рассмотрении вышеизложенного, отдельная, четко определенная по методике начисления абонентная плата представляется предпочтительной формой финансирования по сравнению с прямой правительственной субсидией.

Во-первых, финансовая связь с потребителем продукции общественного ТВ в данном случае соответствует его природе — общественному служению. Абонентная плата законно в этом случае будет способствовать росту качества такого служения.

Во-вторых, абонентная плата создает необходимую дистанцию между правительством и вещательной станцией, что способствует независимости последней.

Говоря о размерах и его пересмотре, отметим, что в идеале, плата должна устанавливаться на уровне, позволяющем станции выполнять согласованные цели, в которых учитывается и реакция аудитории. Лучшим способом достичь этого является образование независимой комиссии, которая пересматривает абонентную плату в установленные сроки (1 раз в 3—5 лет) в соответствии с согласованными критериями. В промежутке плата могла бы соответствующим образом индексироваться. Независимая комиссия изучала бы общественное мнение, а также позиции вещательной компании и правительства и на этой основе с учетом стратегических задач принимала бы свое решение.

Однако в странах, где существует абонентная плата, правительства (или Комиссии) обычно не склонны ее увеличивать.

Однако большинство стран предпочитают сохранять минимально необходимый уровень абонентной платы в целях избежания ситуации, когда абонентная плата в определенный момент может превратиться в инструмент политического давления.

Для общественного ТВ в этом смысле опасно и превращение в полный придаток общества, ибо, как показывает опыт переходного периода, путчи ГКЧП 1991 г., сегодняшние настроения основного состава населения, готового вернуться в лоно социализма, общество само не всегда способно к определению общественных путей развития. И полная общественная зависимость не менее опасна, чем государственная. Само собой разумеется, общественная зависимость ведет также к снижению качества программ — преобладанию

на экране затянутых репортажей с многочисленных празднеств или длительных, скудных и примитивизирующих сознание бесед за дастарханом.

Другие факторы, которые необходимо учитывать в случае с абонентной платой, — это стоимость ее сбора, создание гибких форм оплаты, борьба с уклонением от уплаты.

4. Прямые правительственные выплаты

Каковы бы ни были недостатки абонентной платы, она является лучшей формой общественного финансирования, чем прямые правительственные субсидии, опасные последствиями контроля ТВ. Единственное преимущество прямых субсидий заключается в отсутствии проблемы сбора, поскольку нет необходимости в создании соответствующей отдельной системы, а уклонение (от уплаты налогов вообще) гораздо сложнее. Но прямые (правительственные) выплаты представляют существенную опасность независимости вещания. Ежегодный процесс выделения финансирования проходит обычно негласно, не устанавливая поэтому четкой системы ответственности, но гораздо более непосредственно вовлекает правительство в индустрию и управление вещанием.

5. Финансирование от подписки

Это единственная форма, где платит тот, кто пользуется. Чтобы преуспеть в серьезном масштабе или на истинно коммерческой основе, на станции необходимо кодирование сигнала. Такое вещание имеет большой коммерческий потенциал и платное телевидение уже очень успешно работает во многих странах.

Тем не менее, в качестве источника финансирования оно требует существенных операционных расходов. Составные части такого предприятия включают обеспечение индивидуальными дешифраторами, контроль за аудиторией (ведение картотек, учет адресов, счетов и т.д.) и сбор денег за подписку.

Эта форма финансирования заслуживает внимания наряду с распространенным вещанием, существующим за счет общественных фондов или рекламных доходов, но представляется более подходящей для финансовой поддержки специализированных вещательных программ. На данном этапе она неприемлема для финансирования массового вещания, поскольку существующие коммерческие и некоммерческие станции доступны зрителю без прямой оплаты. Коммерческие подписные вещательные службы небесплатны и, соответственно, не будут избраны всеми в ситуации свободного рынка. Это, в свою очередь, может ограничить свободный доступ к информации.

За рубежом станции в небольших городках зачастую опи-

раются в финансировании на добровольную подписку. Такие станции выходят в эфир бесплатно и управляются энтузиастами, готовыми вкладывать деньги с тем, чтобы их вещание дошло до как можно большего числа людей. Обычно вводятся ограничения на их передающие мощности, а станции должны работать на некоммерческой основе.

При развитии общественного ТВ в ННГ в Национальной Вещательной сети возможно при достаточности каналов вещания определенную часть перевести на финансирование от подписки в целях усиления их конкурентоспособности.

Варианты владения ТВ

Непосредственно и явно заинтересованными в вещании в общем случае являются правительство, зрители, владельцы телекомпаний, производители программ, рекламодатели, финансисты.

Однако при построении вещательных структур нужно рассматривать и другие проблемы. Они включают контроль за соблюдением программных стандартов, средства и возможности для действенной зрительской критики по поводу программ, предоставление широкого выбора программ и передач, желательное расширение круга владельцев средств информации для защиты информации общества от пропаганды и т.д.

Все эти проблемы сложны. Там, где все вещание работает как прямой рупор правительства под эгидой, например, Министерства печати, свободное обсуждение этих проблем невозможно для публики, которую это в первую очередь касается. В силу этого большинство вещательных систем избрали формулу разделения вещательной политики, регламентации и собственного вещания.

Решение проблем общественного или частного владения, владение спектром средств информации, иностранного владения или желательного программного стандарта достигается легче, прежде всего, в качестве политической задачи, а затем включается в структуру индустрии с тем, чтобы контролирующие органы следили за соблюдением достигнутых договоренностей и правил в необходимых пределах, а участники индустрии знают правила игры и имеют ясные цели.

Для общественного ТВ, как мы уже отмечали, в Национальной Программе развития электронных СМИ должна быть отведена особая ниша поддержания уровня демократических порядков конституционного строя, развития общества и экономического роста. Это предполагает и его особый статус в собственности отношениях (см. ниже) и организационно-экономической модели функционирования.

Чтобы утвердить новые положения в области укрепления независимости вещательных организаций, положений об общественном телевидении, взаимодействии и новом статусе вещательных, передающих организаций, необходимо принятие специального закона о вещании.

Действующий сегодня Закон о печати практически не затрагивает вопросов организации вещания, не говоря уже о том, что концепция общественного телевидения (а также и общественного радио) практически полностью пересматривает прежние отношения в этой сфере.

Наряду с затронутыми вопросами независимости вещания в законе должны затрагиваться и вопросы регулирования тех или иных сторон деятельности вещательных организаций. Здесь могут быть затронуты также и вопросы стимулирования занятости, профессиональной этики телевизионных журналистов, вопросы вмешательства общественности или правительства в исключительных случаях и т.д. Например, в большинстве стран принято ограничение количества программ зарубежного производства. В литовском законе предельный объем программ несобственного производства устанавливается на уровне 30%, в российском 40%, в британском это ограничение равняется 20%. Эти ограничения стимулируют расширение занятости журналистов, способствуют росту конкуренции в отрасли и никакого отношения к ущемлению независимости вещательных организаций не имеют. Рост активности и телерадиопроизводства способствует активной политизации населения, более широкого освещения местных проблем и тем самым способствует косвенно экономическому росту.

В республике давно дискутируется вопрос о принятии закона о рекламе. Между тем отдельные вопросы регулирования рекламной деятельности целесообразнее разбить именно по отраслевым законам и в том числе отнести вопросы рекламы на телевидении в Закон о вещании.

Внутреннее скрытое влияние рекламы заключается в том, что рекламодатели могут влиять на характер передач и структуру передач вещательной организации, желая размещать рекламу только на определенной типе передач. С данной проблемой мы столкнулись, реально вводя систему стимулирования труда в РКТРК, в соответствии с которой оплата труда журналистов ставилась в зависимость от объема рекламы в передаче. Программы социально значимого характера, но не привлекательные с точки зрения рекламодателя попадали при этом в невыгодное положение и производители такой продукции теряли стимулы к работе. Таким образом, рекла-

модатель косвенно мог влиять на программную концепцию ТВ.

Данный вопрос, несмотря на казалось бы его внутренний характер, важен потому, что общественное телевидение в отличие от коммерческого призвано более строго и ответственно строить программную концепцию. В этом заключены его социальные функции и направленность на решение глобальных социально-политических целей в том числе, например, образовательных, национальной безопасности, освещения деятельности правительства и т.д.

Аудитория, желающая простых, развлекательных, сенсационных и других программ, как показывают наши социологические опросы, составляет немалую долю. Но общественное телевидение не может, в отличие от коммерческого вещания, полностью коммерциализироваться, то есть перейти полностью на коммерчески выгодные проекты. Отсюда вытекает проблема налогообложения доходов от рекламной деятельности.

Согласно действующему законодательству (Налоговому кодексу) доходы РКТРК, к примеру, от рекламной деятельности до сих пор облагаются налогом наравне с доходами коммерческих вещателей. Но Закон о вещании должен четко разграничить цели, назначение и условия деятельности общественного и коммерческого вещателя. И именно это различие должно служить основанием для освобождения от налогообложения доходов от рекламной деятельности организации общественного вещания.

Это же касается абонентских сборов общественного телевидения. Более того, в некоторых странах практикуется целевое направление налогов от рекламы на коммерческом вещании на расширение деятельности общественного телевидения (хотя сразу предсказываю какой бунт поднимется среди казахстанских вещателей при таком предложении).

В наши задачи не входит рассмотрение многих других проблем, которые должны найти отражение в Законе о вещании.

Таким образом, общественное ТВ должно базироваться на собственных принципах развития и вносить наиболее существенный вклад в социально-экономическое развитие общества. Для этого, в первую очередь, его организационно-экономический механизм в своих элементах должен быть направлен на решение его задач и достижение целей.

§ 2.3. ПРОБЛЕМА СОБСТВЕННОСТИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Методологическая проработка вопросов реализации принципов построения и функционирования организационно-экономического механизма ТВ в первую очередь требует рассмотрения наиболее глобального и коренного вопроса при этом — отношений собственности в системе ТВ в связи с переходом ее на новую форму — общественную. Проблемы такого перехода (проблема разделения прав собственности, возникающих вопросов отношений управления, регулирования деятельности телевидения, контроля, доли в уставном фонде и т. д.) наименее разработаны в литературе.

Проблемы реорганизации отношений собственности в настоящее время приобретают особую остроту в связи с тем, что приходится сталкиваться с различными толкованиями положений закона РК «О собственности». Например, употребляет часто так называемую смешанную форму собственности. Или расхожее мнение, что, купив акцию приватизированного предприятия, покупатель автоматически становится совладельцем или приобретает право собственности на имущество хозяйствующего субъекта.

Отметим, что право собственности закрепляет принадлежность материальных благ конкретным лицам, устанавливает меру их возможного поведения в отношении этих благ, регламентирует поведение иных лиц, которые не являются собственниками, предоставляет возможность правовой защиты отношений собственности. Причем правомочия собственника носят исключительный и всеобъемлющий характер (по отношению к третьим лицам).

С юридической точки зрения реализация функций собственности происходит через полномочия по реализации права, а с экономической через право на результаты деятельности.

Именно с этих позиций следует рассматривать собственность любого юридического лица.

Согласно любым законам те или иные материальные блага состоят на балансе тех или иных юридических лиц и принадлежат этим лицам в виде организованных коллективов как единым субъектам присвоения. Возникает особая разновидность права собственности — **право юридических лиц**. Оно может возникать: а) при добровольном объединении имущества субъектами гражданского права, создающими юридическое лицо; б) при передаче предприятий, принадлежащих государству, в аренду с последующим выкупом или при прямом выкупе, или путем преобразования в акционерное общество. Очевидно, что в этом случае только хозяйствующий субъект становится единственным собственником переданного ему имущества, а также

имущества, полученного им в результате хозяйственной деятельности и по иным законным основаниям. Функции собственника выполняет АО (товарищество), а субъектом присвоения выступает коллектив в целом, но не каждый участник в отдельности. Да и в законах о собственности говорится, что АО и товарищества обладают правом собственности на имущество, переданное им в форме вкладов и других взносов их участниками, а также на имущество, полученное в результате предпринимательской деятельности. АО также являются собственниками средств, полученных от продажи акций.

Таким образом, право собственности различных АО закрепляет принадлежность материальных благ исключительно **даным юридическим лицам**, а не их учредителям или участникам.

При такой логике с частным предприятием (в том числе в виде АО) особых проблем не возникает. В АО уставный капитал делится на акции равной номинальной стоимости, принадлежащие учредителям или участникам АО, т. е. акционерам принадлежат акции общества, но не имущество предприятия. Обладание акцией предоставляет его обладателю лишь право участвовать в управлении АО, получать дивиденды, иметь ликвидационную квоту и т. д. Имущество принадлежит юридическому лицу (предприятию) на праве частной собственности.

Но как в этом случае расценивать распространенное сегодня государственное участие в приватизированных или вновь созданных предприятиях? Ведь в этом случае государство, обладающее контрольным или даже 100-процентным пакетом акций, по существу, получается, не обладает правом собственности на имущество, которое на праве частной принадлежит АО. Другими словами, по сути дела акционирование предприятий и владение пакетом акций государства является лишь номинальным правом, по существу никакого значения не имеющим для предприятия, в распоряжении и пользовании которого оно имеется. Это, кстати, подтверждает практика: кто слышал сегодня об АО, выплачивающем дивиденды государству? Здесь и другая сторона вопроса присутствует, что государство этого и не требует, что подтверждает его неэффективность, низкую мотивационную функцию.

Однако при рассмотрении формы собственности на национальное ТВ вопрос затрагивается еще глубже, ибо ТВ, пожалуй, единственная отрасль, которая не может считаться ни государственной, ни частной в силу ее особой специфики. Специфика эта заключается в том, что наряду с хозяйственными целями она в первую очередь несет социально-политические функции реализации права всех граждан республики на свободу слова и самовыражения и должно быть независимым как от государства, так и от любых частных лиц. Другими словами, речь идет о

возникновении специфического третьего вида прав собственности до сих пор не упоминавшегося ни в законах, ни имевшего отношения к предприятиям хозяйственных форм. Действительно, образование на базе гостелерадиокомпании, допустим АО, автоматически означает, что право собственности начинается принадлежать не обществу, не государству, а некоему юридическому лицу. Тем более, что в существующих сегодня законах не упоминается общественной собственности. Другими словами, отходя от государственного ТВ, мы приходим к не менее непригодному варианту частного (со стороны юридического лица РКТРК или др.) ТВ.

Однако неприемлемость государственной собственности на ТВ возникает не только с точки зрения избежания влияния его на содержание программ. Вопрос, на наш взгляд, стоит гораздо шире и заключается вообще в целесообразности и смысле такой собственности. При более подробном ее рассмотрении возникает ряд методологических вопросов.

На наш взгляд, весьма спорно все же, что государству может принадлежать право собственности. Оно, как известно, предполагает неразрывное единство права владения, распоряжения и пользования. Но право владения изначально принадлежит, очевидно, все же не государству, а народу обществу. Государству должны быть переданы лишь **функции управления, контроля за этой собственностью**, но не право собственности. Причем передача права пользования и распоряжения будет относиться не ко всей общественной собственности, а лишь к отраслям, где это приемлемо с точки зрения влияния на их задачи. Например, для ТВ такая передача неприемлема.

Введение института общественной собственности целесообразно и правильно со многих сторон.

Во-первых, по существу выведение права владения позволяет более дифференцированно подходить к контролю над общественной собственностью, вводя различные институты общественного контроля. Практика сегодняшней приватизации государственной собственности, когда государство продает «свою» государственную собственность, привела сегодня практически к распродаже ее госчиновниками.

Во-вторых, как мы уже отмечали, существуют отдельные ресурсы или предприятия, на которые либо бессмысленно распространение этого понятия (леса, реки и др.), либо вредно (СМИ, в т. ч. ТВ и РВ и др.). Необходимо помнить, что во всем мире государство всегда в определенной мере противостоит народу, ибо государственное управление — это, в первую очередь, управление отдельных людей с их слабостями и человеческими пороками. Зная это, во всем мире, например, независимость определяется его независимостью от государства. А признаком демократического государства является в первую

очередь во всем мире независимость вещания, наличие общественного контроля над деятельностью правительства.

Таким образом, введение института общественной собственности исключает необходимость государственной собственности и позволяет значительно демократизировать общественные и управленческие отношения в обществе. Отсутствие же ее в законе лишь усиливает власть госаппарата в стране (своеобразная форма диктатуры — диктатура государства над его гражданами) и ослабляет движение к демократии. Отсутствие ее приводит и к таким казусам, когда предпринимаемая попытка придать логическую с точки зрения демократии форму тому или иному предприятию приводит к тупиковым ситуациям ввиду отсутствия в законодательстве института общественной собственности. Так случилось, например, с образованием Общественного Телевидения России. Цели такого телевидения стали приходить в противоречие с экономическими механизмами их реализации.

Таким образом, введение общественной собственности лишь отделяет право владения от государства. Особую актуальность приобретают при этом вопросы передачи и текущей реализации права пользования и распоряжения.

И здесь мы подходим к принципиально важной разнице между сегодняшней передачей государством этих функций АО и управлением общественной собственностью. Она заключается в том, что общественная собственность, если она требует хозяйственного ведения, не передается (и по существу отчуждается, как мы показали выше, частным юридическим лицом) в управление как государственная собственность, а организуется именно в виде специфической формы общественного предприятия.

Таковым может являться, к примеру, предприятие (корпорация ввиду больших размеров) «Общественное телевидение и радио Казахстана». Такое предприятие ответственно только перед народом, но не правительством. Общественное предприятие является юридическим лицом и регистрируется как юридическое лицо. «Общественное предприятие» (но не смешанное, как сегодня большинство акционерных компаний с государством, что само по себе абсурдно), являясь юридическим лицом, обладает правом пользования и распоряжения собственностью.

Статус такого специфического вида предприятий должен быть специально оговорен в законодательстве и еще требует сегодня серьезных исследований. Потребуется внесение кардинальных изменений практически во все действующие законы и даже принятия специального закона «Об общественных предприятиях» вместо нынешнего закона «О государственных предприятиях».

Главный и основной вопрос при этом сводится несмотря на особый статус формам взаимосвязанного и согласованного контроля со стороны триады: общества (как владельца); общественного предприятия (как субъекта пользования и распоряжения) и государства (со стороны законодательных и исполнительных органов, осуществляющих в целом управление государственным развитием).

Право пользования и распоряжения от имени общества и защита интересов общества не означают отсутствие контроля со стороны общества, и вопрос заключается в выработке эффективных механизмов такого контроля со стороны органов, представляющих владельца-общество. Это самый сложный и тонкий вопрос, требующий серьезного подхода.

Вопрос заключается не только в сбалансированном представлении всех слоев населения в них, или периодичности замены состава, но и главным образом разделении функций управления (в том числе и с третьей стороной — государством) и зон влияния на деятельность общественного предприятия. Для ТВ и РВ общественным органом контроля может служить, например, Национальная комиссия по ТВ и РВ. В определенном смысле интерес может представлять зарубежный опыт организации т. н. публичных (общественных) предприятий.

Следует отметить, что в русскоязычной литературе иногда отождествляют публичное предприятие (корпорацию) с государственным, неверно понимая влияние на них со стороны государства (получается тавтология: предприятия государственные, а почему-то их называют публичными). «Среди организационно-правовых форм государственно-капиталистических предприятий (подчеркнуто нами — Л. Б.) наибольший интерес представляет форма, получившая в Англии название публичной корпорации, в ФРГ — публичного учреждения», — пишет В. В. Зайцева¹.

В рамках осуществления полномочий субъекта управления государством правительство на общественных предприятиях назначает административный совет, существующий на всех публичных предприятиях, в отдельных случаях — наблюдательный совет. Эти советы формируются в соответствии с так называемой системой представительства интересов: они состоят из трех или четырех групп администраторов (управленцев), выражающих интересы соответственно государства, работников, потребителей и высококомпетентных лиц (с 1953 г.).

Представители государства назначаются правительством; представители трудящихся выбираются профсоюзами; пред-

ставители потребителей могут быть избраны представительными органами, такими, например, как Торговая палата, но, как правило, они назначаются правительством. Такая практика нарушает принцип равного представительства, однако именно она получила наибольшее распространение. В идеале представители потребителей должны избираться независимыми от государства организациями, например, ассоциациями потребителей, а в нашем случае это могут быть выборы в Национальную комиссию по ТВ.

Во Франции с 1953 г. действует система, в соответствии с которой государство вводит в руководящие органы предприятия представителей, назначаемых правительством. Оправданием такого порядка считается их высокая экономическая и финансовая компетентность. Например, в административном совете национальной компании «Эр Франс» число представителей государства достигает 10 из 16 членов совета.

Однако общие программы развития предприятия, бюджет и плановые расчеты, займы, операции по недвижимости, заключение контрактов, назначение и увольнение директоров и т. д. — все это обычно лишь формально утверждается административным советом. Случаев неутверждения практически нет. Это объясняется, в частности, тем, что вынесению какого-либо вопроса на административный совет, например, о создании дочернего филиала, предшествует огромная аналитическая работа в технической, экономической, юридической и финансовых областях, выполняемая квалифицированными представителями различных управленческих служб предприятий и высших министерств.

Функции внутреннего управления предприятиями административный совет часто делегирует президенту или генеральному директору. На эти две должности, в действительности часто совмещаемые одним лицом, сотрудники назначаются и отзываются правительством.

На деятельность государственных предприятий не оказывают влияние органы, аналогичные общему собранию акционеров, характерному для частного сектора. Лишь на предприятиях смешанной формы собственности, где государство обладает менее чем половиной акций, есть подобные органы. Там же, где государство обладает контрольным пакетом акций, голоса частных акционеров не играют никакой роли; такие собрания существуют здесь лишь формально, чтобы не нарушать законодательство об анонимных обществах.

Контроль государства за деятельностью государственных предприятий осуществляется не только через назначения и отзыв их руководителей. В соответствии с законодательством, регулирующим деятельность общественных предприятий, принятие определенных решений требует предварительного согла-

¹ Гражданское и торговое право капиталистических государств, М: МО, 1993. — С. 174. См. также: Одинокова А. Управление предприятиями государственной и смешанной форм собственности во Франции // Вопросы экономики — 1994. — № 10 — С. 30—40.

сия правительства или отдельных высшестоящих министерств. К таким решениям принадлежат главным образом решения, имеющие стратегический характер, отражающие финансовую деятельность и ее технические аспекты.

Особенно «чувствительно» правительство относится к финансовым вопросам, поэтому представители Министерства экономики и финансов автоматически являются «опекунами» всех общественных предприятий. К тому же каждое предприятие «приписано» к какому-либо отраслевому министерству: компания «Эр Франс» и «Национальная компания железных дорог» (SNCF) — к министерству транспорта; компания «Электричество Франции» и «Рено» — к министерству промышленности.

Это, кстати, не относится к ТВ и РВ, являющемуся, во-первых, в отличие от производственных предприятий, организацией политического и социального влияния и, во-вторых, имеет полную отраслевую структуру, не совместимую с другими отраслями (в том числе с Министерством печати, надобность в которой также, кстати, в условиях демократии и свободы слова отсутствует).

Так называемая экономическая и финансовая опека находится в компетенции главным образом трех крупных управлений центральной администрации: Бюджетного управления, занимающегося разработкой государственного бюджета и определяющего размер бюджетной помощи; Казначейского управления, ответственного за кредиты и определяющего размер кредитных ресурсов; Управления конкуренции и потребления (до 1978 г. Управление цен и внутренней торговли), утверждающего тарифы, а точнее, допустимую величину увеличения тарифов и продажных цен государственных предприятий.

Помимо Бюджетного, Казначейского и Конкурентного управлений существует и штат специализированных и государственных служащих — государственные контролеры. В зависимости от степени важности публичного предприятия к нему «приписывается» до трех контролеров, которые выполняют двойную функцию: информируют, с одной стороны, свои министерства о решениях, принимаемых предприятием, с другой — предприятия о позиции министерства по поводу этих решений. Контролеры принимают участие в заседаниях административного совета, где имеют совещательный голос, а иногда — право отсрочивающего вето, и располагают широкими контрольными правами. Для достаточно большого числа предприятий (например, «Эр Франс», «Парижский аэропорт», компания «Парижский транспорт» и др.) предусмотрена еще одна инстанция, осуществляющая «опекунские» функции, — Фонд экономического и социального развития, созданный после второй мировой войны для обеспечения оптимального распределения средств, предоставляемых в соответствии с Планом Маршалла. Хотя формально

Фонд является межминистерским органом, его функционирование обеспечивается Казначейским управлением. Соответствующие публичные предприятия должны ежегодно направлять на рассмотрение совета Фонда свои инвестиционные программы. Высшестоящее министерство имеет право утвердить или не утвердить программу, представленную предприятием только после ее оценки Фондом.

Техническая «опека» осуществляется комиссаром правительства как представителем высшестоящего министерства на предприятии. Он также принимает участие в заседаниях административного совета, но его права менее определенные, чем государственного контролера.

Все виды контроля, рассмотренные до сих пор, осуществляются до принятия решений, их называют обычно априорными. Есть и другие органы, имеющие право производить априорный контроль. К ним относятся различные специализированные советы и комиссии. Так, в компетенцию Высшего совета гражданской авиации входит предоставление разрешений на открытие коммерческих линий или на покупку новых летальных аппаратов. Другими примерами являются Высший транспортный совет, Высший нефтяной совет, Высший совет по электричеству и газу. Все эти органы призваны следить за соблюдением существующей регламентации, однако не играют никакой роли в определении стратегии развития публичных предприятий.

Помимо упомянутых, существуют органы, которые могут оказывать определенное влияние на стратегию предприятий. Речь идет в первую очередь о Главном комиссариате по планированию, который следит за тем, чтобы стратегия развития публичных предприятий соответствовала основным направлениям государственного плана социально-экономического развития. Это касается также Делегации (министерства) по обустройству территории и регионального действия, функцией которой является стимулирование развития производства и создания рабочих мест в неблагоприятных регионах страны.

В принципе любая институциональная структура, созданная в какой-либо сфере, может стать дополнительным органом «опеки» над процессом принятия решений публичных предприятий в случае, если они затрагивают их интересы, — министерства иностранных дел, внешней торговли, труда, а также такие, как Отдел научно-технических исследований, Женский комитет и пр.

Наконец, действуют контролеры в строгом смысле этого слова, то есть те, которые осуществляют контроль (апостериорный) за принятыми решениями и результатами их выполнения, оценивают правильность, обоснованность и процесс реализации. Таких контролеров намного меньше тех, которые ведут априорный контроль.

С 1948 г. по 1976 г. финансовый контроль за деятельностью публичных предприятий, возлагался на Комиссию по проверке счетов публичных предприятий, находящуюся при Счетной палате. В 1976 г. ее полномочия переданы Счетной палате, компетенция которой была расширена. Реформа сводилась к двум важным моментам.

Во-первых, Счетная палата является независимым от законодательных и исполнительных властей органом, а Комиссия была всего лишь консультативным органом при Министерстве экономики и финансов. Во-вторых, контрольные полномочия Счетной палаты распространяются на гораздо большее количество предприятий, так как на нее возлагается финансовый контроль всех предприятий с участием государственного капитала.

Акционерные предприятия имеют также Счетные комиссии, осуществляющие финансовую оценку деятельности предприятия и передающие ее вышестоящим министерствам.

Последней формой контроля является парламентский. Парламент имеет право требовать от правительства информацию о деятельности публичных предприятий, а от Счетной палаты — составляемый ею общий доклад о деятельности публичных предприятий. Парламент имеет также право создавать специальные комиссии по сбору и оценке информации по каким-либо конкретным случаям деятельности публичных предприятий. Эти комиссии носят временный характер, срок их деятельности не может превышать четырех месяцев.

Степень государственного контроля зависит от финансового положения предприятия. Публичные предприятия можно классифицировать на три группы. В первую входят те из них, которые успешно работают, что проявляется в темпах роста производства, производительности, рентабельности и пр.; во вторую — достаточно часто достигающие положительных результатов, но подверженные периодическим кризисам, а потому нуждающиеся в государственной помощи; в третью — предприятия, являющиеся убыточными.

На предприятиях первой группы («Рено», «Эльф-Акитен» и др.) государственный контроль ограничивается лишь предварительным утверждением наиболее значительных инвестиций при проведении самостоятельной коммерческой и текущей политики. Для предприятий, принадлежащих ко второй группе («Эр Франс», «Аэропорт Парижа» и др.), характерны некоторые, прежде всего финансовые, ограничения в области текущей производственной деятельности и инвестиций. Однако определение общей стратегии развития остается делом самого предприятия. Предприятия третьей группы функционируют при полном вмешательстве государства с определением стратегических направлений развития (например: почта и связь).

Государство оказывает влияние на размеры как внутренних собственных ресурсов публичных предприятий, так и внешних источников финансирования. По сравнению с частными публичные предприятия часто вынуждены брать на себя обязательства, которые они вправе рассматривать в качестве несвойственных им, но которые их вынуждают выполнять государство во имя общественных интересов. Эти обязательства ощутимо влияют на размеры финансовых ресурсов предприятий, их можно объединить в две группы. Первая группа включает обязательства, связанные с потерей доходов. Наиболее показательным примером здесь является снижение цен и тарифов или освобождение от них, предоставляемое некоторым категориям потребителей: многодетным семьям, военнослужащим, престарелым, пенсионерам и т. д. Вторая группа касается вынужденного относительного увеличения издержек. К ней надо отнести эксплуатацию различных убыточных линий и оборудования.

Государственное управление публичными предприятиями через финансовые формы наиболее ярко проявляется в регулировании внешних источников финансирования. Государство может участвовать в финансировании деятельности рассматриваемых предприятий в качестве или публичной власти, или акционера. Оно финансирует публичные предприятия либо для поддержания равновесия баланса по текущим расходам, либо для обеспечения развития предприятия. В первом случае участие государства осуществляется в форме субвенций на обеспечение текущей деятельности, во втором — в форме капитальных дотаций или субвенций на оборудование. Кредиты Фонда экономического и социального развития представляют собой промежуточную форму между капитальными дотациями и займами. Общим для всех форм государственного участия является то, что они финансируются из государственного бюджета. Субвенции на обеспечение текущей деятельности предприятия подразделяются на три категории.

Во-первых, субвенции, возмещающие потери доходов, обусловленные запретом государственных органов на повышение тарифов или предусмотренными законом снижениями тарифов для некоторых категорий потребителей. Основными получателями таких субвенций являются Автономная компания парижского транспорта и Национальная компания железных дорог. Финансирование этих субвенций государство часто пытается переложить на региональные бюджеты, что вызывает много конфликтов между центральным правительством и региональными местными органами управления.

Во-вторых, специальные субвенции, возмещающие затраты, связанные с необходимостью обеспечения государственных интересов. Это касается в первую очередь наземных, морских и воздушных транспортных линий. Сюда же относятся случаи,

когда государство заставляет использовать экономически менее рентабельные, чем в частном секторе, материалы и технические средства, технологии и пр. Во Франции это касается, например, использования каравелл в государственной авиационной компании «Эр Франс».

В-третьих, субвенции, связанные с потерями. Они должны обеспечивать положительное сальдо балансов по текущей деятельности публичных предприятий. Так, в отношении угольной национальной компании правительственное решение о сокращении угольной национальной компании, правительственное решение о сокращении плана по объему производства привело к созданию субвенции на реконверсию и модернизацию. Она не только покрывает неизбежный дефицит по текущей деятельности, но и дает предприятию средства для переквалификации персонала. В других случаях этот тип субвенций имеет ярко выраженный конъюнктурный характер. Так энергетический и воздушно-транспортный кризисы в 1974 и 1977 гг. потребовали субвенции рассматриваемого типа для компаний «Эр Франс», «Аэропорт Парижа», «Электричество Франции».

Помимо рассмотренных типов прямых субвенций, существуют и косвенные субвенции. Наиболее типичными являются такие формы, как освобождение от налогов и сборов, снижение ставок налога на добавленную стоимость и пр.

Капитальные дотации в отличие от субвенций предоставляются под определенный процент (5%) в целях поддержания здорового финансового состояния государственных предприятий, сравнимого с состоянием частных предприятий. Однако всегда существует некоторый минимум, ниже которого не может опускаться доля собственных средств предприятия в его суммарных кредитных ресурсах. Но в конечном счете именно государство является гарантом в получении кредитов предприятиями.

Субвенции на производственное оборудование выделяются обычно для конкретных целей, не связанных с общим финансированием инвестиций. Такие субвенции предоставляются, например, Национальной компании железных дорог, так как на ее деятельность большое влияние оказывают частные автодорожные предприятия. Финансирование инфраструктуры железных дорог осуществляется за счет упомянутой компании, частные же предприятия пользуются сложившейся инфраструктурой, сетью автомобильных (в том числе скоростных) дорог, финансирование которых производится за счет государства.

Кредиты Фонда экономического и социального развития обычно отличаются небольшим размером (в среднем от 2 до 5% общих инвестиций) и предоставляются под процент, близкий к существующему на финансовом рынке. Следует подчеркнуть,

что до 1970 г. Фонд экономического и социального развития играл более значимую роль в финансировании инвестиций государственных компаний, нежели сегодня. Раньше используемый им процент (от 1 до 2%) ясно указывал на то, что речь шла о привилегированной форме помощи приоритетным программам. Наибольшую помощь в финансировании указанный Фонд оказал при строительстве гидро- и теплоэлектростанций. В настоящее время кредиты Фонда предоставляются как публичным, так и частным предприятиям. Однако особую роль они играют в финансировании национальных предприятий со 100%-ой собственностью государства.

Во Франции практически все государственные функции управления публичными предприятиями выполняют центральные органы государственной власти и управления, а также различные ассоциации и фонды, имеющие общенациональный характер. Несмотря на это, определенное (хотя зачастую косвенное) влияние на развитие и управление центральной государственной собственностью оказывают и местные, прежде всего региональные, органы управления.

Государство в первую очередь может привлекать местные органы к управлению публичными (в том числе государственными) предприятиями, делегируя им на договорной основе те или иные управленческие функции, передавая в аренду государственные предприятия, привлекая служащих региональных и местных органов управления к деятельности административных советов.

Одной из основных форм влияния местных органов управления на публичные предприятия являются фискальные методы. В рамках существующей системы местные органы управления имеют право сами устанавливать ставки четырех основных налогов общенационального характера, в ряде случаев вводить налоговые льготы и так называемые специфические, чисто местные налоги и сборы.

Другая форма воздействия регионов на развитие государственной собственности носит инициативный характер. Например, регионы могут выступать с инициативой создания на их территории объектов государственной и публичной собственности. Так, существующее в Центральном районе Франции скоростное метро является государственной собственностью. Однако региональный совет (представительный орган региона) при наличии на то необходимых оснований может выступить с инициативой строительства линий метро на той или иной территории. Примером служит инициатива вице-президента регионального совета «Иль-де-Франс» о строительстве линии метро, соединяющей центр Парижа с новым деловым его пригородом — Ля Дефанс. Это планировалось, в частности, как одно из средств ограничения автодорожного движения в

городе. В ее финансировании приняли участие центральное правительство (40%), департамент (7,6%) и близлежащие коммуны, через территорию которых пролегла новая транспортная артерия (7,6%).

Испытывая влияние мест, публичные предприятия также оказывают воздействие на политику местных органов управления. Во-первых, руководители публичных предприятий могут быть избраны в местные представительные органы самоуправления в качестве частных лиц. Во-вторых, во Франции публичные, в том числе государственные, предприятия имеют возможность оказывать влияние на развитие и политику территории через участие своих представителей в работе региональных социально-экономических комитетов. Деятельность этих органов возникла сравнительно недавно, носит консультативный экспертный характер. В комитеты входят представители четырех категорий; наиболее крупных и значительных предприятий региона; трудящихся и профсоюзов; общественных организаций и фондов; частные лица, вносящие значительный вклад в социально-экономическое развитие территории.

Основными сферами, в которых социально-экономические комитеты дают свои экспертные оценки, являются: разработка и пути реализации национального плана в регионе; проекты и итоги выполнения региональных планов социально-экономического развития; общая оценка ситуации в различных сферах, входящих в компетенцию региональных органов управления. За представителями предприятий (в том числе государственных и публичных) закреплено значительное число мест в комитетах (35%); столько же принадлежит профсоюзам; остальные 30% распределяются между общественными организациями и частными лицами соответственно 25% и 5%.

Оценочные экспертизы по различным вопросам регионального социально-экономического развития могут быть проведены как по поручению региональных, в том числе местных органов управления, так и добровольно по собственной инициативе самого комитета. Участие представителей публичных предприятий в работе многих социально-экономических комитетов является достаточно мощным средством их воздействия на направления регионального развития.

Однако, поскольку сегодняшнее законодательство не предусматривает института общественной собственности, то рассмотрим варианты собственности и управления при действующем законодательстве.

В принципе можно предположить четыре модели развития ТВ в республике:

1) Телевидение, производимое и распределяемое государственным учреждением;

2) Полугосударственная корпорация, от 75 до 100 процентов акциями которой владеет правительство.

3) Общественная телекомпания типа совместного предприятия между корпорацией и частными инвесторами, где правительственная доля не превышает 49 процентов.

4) Полностью приватизированная, частная телевизионная сеть.

При первом варианте вряд ли произойдут существенные изменения в качестве и конкурентоспособности телерадиопроизводства в сравнении с существующим сегодня. Отрицается главный принцип независимости телевидения и радио, программы станут проправительственными, свернутся вследствие постоянного бюджетного урезания программы развития и повышения технического качества передач.

Полугосударственная организация будет более эффективной, чем правительственная, и более автономной как в финансовом, так и в управленческом отношении. Системы оплаты и мотивации могут быть более адаптированными к рыночным механизмам и зависеть от качества и результатов труда. Расширяются возможности для развития национальной сети вещания.

Полностью приватизированная сеть поощряла бы конкуренцию и в целях достижения финансовой жизнеспособности использовала бы все возможные средства для привлечения зрителя, передавая популярные развлекательные программы.

С одной стороны, таким образом повышая гибкость и конкурентоспособность предприятия, общество теряло бы ту сторону, которую составляет сущность общественно полезного телевидения, образовательные, политические, глобальные национальные и прочие программы. Несомненно, такие каналы, как Интерканал и Алатау, уже сегодня вынуждены были бы резко свернуть свою направленность. Анализ показывает, что сегодня, например, 95 процентов всех рекламных материалов проходит через 1 канал, и лишь 5 процентов приходится на Алатау и Интерканал. Полностью коммерциализация для этих каналов означала бы сегодня полный крах или полную перемену ориентации на русскоязычное население и таким образом отход от целей их деятельности.

Кроме того, полностью приватизированная компания испытывает не менее опасную, чем государственная, финансовую зависимость от владельцев предприятия. Причем независимо, будет ли оно создано в виде АО закрытого или открытого типа. Ведь открытый характер компании не исключает возможности скупки контрольного пакета акций частной компанией.

Таким образом, наиболее приемлемо в условиях существующего законодательства республики создание АО закрытого типа с фиксированной долей контрольного пакета акций государства.

§ 2.4. ПРИНЦИПЫ И ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ МЕХАНИЗМУ ОБЩЕСТВЕННОГО ТВ

Сложность и многосторонность исследуемого объекта исследования предполагает выработку определенных концептуальных, базовых правил и подходов к совершенствованию организационно-экономической системы ТВ и РВ. В основу совершенствования организационно-экономической структуры управления в отрасли ТВ и РВ могут быть положены следующие принципы:

1. ПРИНЦИП СИСТЕМНОСТИ. Организационно-экономический механизм должен рассматриваться в системной целостности всех его элементов и на всех уровнях функционирования.

Спектр задач, охватываемых организационно-экономическим механизмом, их новизна для экономической теории, сталкивающейся с переходными процессами от централизованной экономики к рыночным отношениям, выдвигают необходимость поиска соответствующего методологического инструментария исследования. Инструментарий должен позволить охватить в комплексе все аспекты сложного вопроса, для их анализа, выявления сущности, управления, объекта управления, функций и принципов выработки современных эффективных подходов к совершенствованию механизма управления отраслью, направленных на повышение эффективности производства телерадиопродукции и ее качества.

Наиболее приемлемым, отвечающим этим требованиям, может явиться только системный подход к изучаемой проблеме.

Системность — одна из универсальных, широко распространенных черт реального мира, одна из важнейших характеристик любого, в том числе экономического, социального явления. Несмотря на то, что в современной литературе насчитывается несколько десятков определений системы¹, можно выделить общепринятые признаки системности: целостность и эмерджентность (свойства системы не являются простой суммой свойств ее отдельных элементов); структурность (возможность описания системы на основе установления ее структуры); иерархичность; взаимозависимость системы и окружа-

¹ Кузьмин В. П. Принцип системности в теории и методологии К. Маркса. — М.: Политиздат, 1980 — С. 30.

ющей среды. Большую роль играют философские принципы системности и развития (историзма)².

В зависимости от объекта, на котором концентрируется внимание в процессе исследования, различают три формы познания: «предметоцентризм», «системоцентризм» и «полицентризм». В первом случае объектом познания является отдельный предмет, или явление. Во-втором — предмет или явление рассматривается как составной элемент, структурная или функциональная составляющая система. В третьем — объектом выступает сложный мир множества объектов. Следовательно, предмет необходимо рассматривать в трех ипостасях: как элемент системы, в рассмотрении определенности и во всеобщей взаимосвязи всех систем. При системном подходе, другими словами, «...каждый объект или каждое состояние одного и того же объекта рассматривается в их взаимной связи, в их преемственности в их устремлении к качественно новому объекту или качественно новому состоянию данного объекта»³.

В теории системных исследований различают два самостоятельных в методологическом плане направления исследования: системный подход и системный анализ⁴. Системный подход охватывает разработку специализированных методологических подходов к исследованию систем, которые ориентированы на изучение отдельных типов систем и их отдельных аспектов. Системный же анализ связан с обобщением разработок различных видов инструментария, обеспечивающего практическое решение слабоструктурированных задач управления многокритериальными процессами и явлениями. В литературе советского периода дана подробная их характеристика⁵. Данным методологическим подходам присущи общие свойства:

— общая теоретико-методологическая функция, т.е. каждое из них выступает как определенная форма теоретического истолкования системных исследований;

² См. например: Добкин В. М. Системный анализ в управлении. — М.: Химия, 1984. — С. 12; Афанасьев В. Г. Системность и общество. — М.: Политиздат, 1980. — С. 8; Общество: системность, познание и управление. — М.: Политиздат, 1981. — С. 12; Аверьянов А. Н. Система: философская категория и реальность. — М.: Мысль, 1976. — С. 10; Агеев В. М. Принцип системности политэкономического исследования. — М.: Экономика, 1985. — С. 7; Уемов А. И. Системы и системные исследования. — М.: Мысль, 1970. Проблемы методологии системного исследования. — М.: Мысль, 1970. — С. 67—70 и др.

³ Афанасьев В. Г. Системность и общество. — М.: Политиздат, 1980. — С. 1994.
⁴ Гвишиани Д. М. Теоретико-методологические основания системных исследований и разработка проблем глобального развития. Системные исследования: Методологические проблемы. — М.: Наука, 1982. — С. 11—12.

⁵ См. например: Садовский В. Н. Системный подход и общая теория систем: статус, основные проблемы и перспективы развития. Системные исследования: Методологические проблемы. — М.: Прогресс, 1969. — 520 с.; Блауберг И. В., Юдин З. Г. Становление и сущность системного подхода. — М.: Наука, 1973. — 270 с. и др.

— общенаучная междисциплинарная их природа.

Освоенным в системном подходе является то, что в нем принципы, понятия и методы выступают на уровне общенаучной методологии. Системный анализ, напротив, направлен на разработку теоретико-методологических средств исследований, конструирования систем и управления системами, которые включают в себя, кроме всего, человеческий целенаправленный характер. Именно поэтому системный анализ — наиболее приемлемый методологический инструментарий при исследовании управления трудом.

Несмотря на общее понимание специфики системного анализа, в литературе не сложилось к настоящему времени однозначного его понимания. По мнению Ю. И. Черняка: «Системный анализ — методология исследования трудно наблюдаемых и трудно понимаемых свойств и отношений в объектах с помощью представления этих объектов в качестве целенаправленных систем и изучение свойств этих систем и взаимоотношений между целями и средствами их реализации»². По мнению В. Н. Садовского, системный анализ — часть системного подхода и является формой реализации системных принципов при исследовании различных сложных систем³.

Е. П. Голубков дает понятие системного анализа во взаимосвязке с системным подходом: «Системный анализ — это наиболее последовательная реализация системного подхода к решению политических, социально-экономических, технических и других проблем в различных сферах деятельности»⁴. О. И. Ларичев системный анализ рассматривает как определенное сочетание схемы системного подхода и специфического способа сопоставления альтернативных вариантов решения проблемы⁵.

Таким образом, системный подход и системный анализ взаимосвязаны. Основными задачами системного подхода являются:

- разработка концептуально-содержательных и формальных средств представления исследуемых объектов как систем;
- построение обобщенных моделей и их подсистем;
- синтез элементных и целостных представлений о системном объекте;

— анализ взаимоотношений данной системы с другими системами¹.

Как отмечает В. М. Добкин, при анализе и исследовании системных объектов необходимо руководствоваться следующими принципами системного подхода;

— исследование структуры системы, то есть состава подсистем;

— выделение целостных или эмерджентных свойств и показателей, которые присущи только анализируемой системе в целом;

— определение или уточнение цели (целей) системы в целом и оценка соответствия ей (им) целей функционирования подсистем;

— исследование взаимодействия системы с внешней средой и учет результатов этих взаимодействий как для системы, так и для внешней среды;

— учет принципа историзма;

— максимально возможное использование количественных методов исследования для описания внутренних и внешних связей;

— целесообразность сочетания при исследовании сложных целенаправленных систем индуктивного (от частного — к общему) и дедуктивного (от общего — к частному) методов ввиду иерархичности систем;

— использование при необходимости метода аналогий в связи с изоморфизмом (независимостью от природы и строения систем) многих признаков и закономерностей функционирования сложных систем².

Таким образом, системный анализ представляет собой поэтапный процесс обоснования принятия решений по тем или иным системным проблемам. Содержание и количество этапов различными авторами выделяется разным. С. Л. Оптнер выделяет три основных этапов с выделением в каждом из них

¹ Мирский Э. М. О предмете междисциплинарного исследования. Системные исследования: Методологические проблемы. — М.: Наука, 1981. — С. 69—83.

² Черняк Ю. И. Системный анализ в управлении экономикой. — М.: Экономика, 1975. — С. 4.

³ Садовский В. Н. Системный подход и общая теория систем: статус, основные проблемы и перспективы развития. Системные исследования: — М.: Наука, 1980. — С. 47.

⁴ Голубков Е. П. Методы системного анализа при принятии управленческих решений. — М.: Знание, 1973. — С. 6.

⁵ Ларичев О. И. Методологические проблемы практического применения системного анализа. Системные исследования. Методологические проблемы. — М.: Наука. 1980. — С. 215.

¹ Блауберг И. В., Мирский Э. М., Садовский В. Н. Системный подход и системный анализ. Системные исследования: Методологические проблемы. — М.: Наука, 1982. — С. 54—55.

² Добкин В. М. Системный анализ в управлении. — М.: Химия, 1984. — С. 23—25.

6—9 подэтапов¹. Э. Квейд выделяет пять этапов², С. Янг — десять³, С. П. Никаноров — одиннадцать⁴. Не вдаваясь в подробную критику многочисленных взглядов, отметим, что в большинстве из них можно выделить такие этапы, как: формулировка проблемной ситуации; обоснование целевых установок; обоснование направлений достижения целей; выбор варианта решения проблемы.

Среди методов системного анализа наиболее часто встречаются метод сценариев, экспертный метод (метод «Дельфи») и «дерева целей». Сущность последнего заключается в определенной упорядоченности, взаимоувязке общей цели системы с целями составляющих ее подсистем. Достижение подцелей при этом способствует и ведет к достижению общей, главной цели системы. Подцели иерархичны и их построение ведется методом демократизации. Структура и содержание «дерева целей» определяется спецификой предмета и объекта исследования.

2. ПРИНЦИП ПЕРВИЧНОСТИ ИНТЕРЕСОВ ПОТРЕБИТЕЛЯ. На этом принципе базируется тезис ориентации общественного ТВ на интересы всего общества и отделения его от государства и политических партий. На этом принципе базируются все организационные формы реализации основного права гражданина страны — права на свободу слова и высказывания, права на достоверную и полную информацию о его стране и событиях без влияния на нее каких-либо политических сил или власти.

3. ПРИНЦИП ОПОСРЕДОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ С ГОСУДАРСТВОМ. Полная потеря влияния государства на СМИ тем не менее может нести определенные отрицательные последствия. Есть определенная рискованность необузданной автономии средств массовой информации. Радио и телевидение, если слишком изолируются от общества, могут сами превратиться в высокомерный и безответственный центр власти. Например, часто встречается явление демонстрации СМИ излишнего цинизма, недоверия и антагонизма по отношению к руководителям правительства.

Независимость СМИ — не самоцель, а средство для здорового развития и поддержания демократии в обществе и общественного контроля за властью, ее действиями и оценка

¹Оптнер С. Л. Системный анализ для решения деловых и промышленных проблем. — М.: Сов. радио, 1969. — С. 1969.

²Квейд Э. Методы системного анализа «Новое в теории и практике управления производством в США». — М.: Прогресс, 1971. — С. 24.

³Янг С. Системное управление организацией. — М.: Сов. радио, 1972. — С. 59—61.

⁴Никаноров С. П. Системный анализ: этап развития методологии решения проблем в США. — М.: Сов. радио, 1969. — С. 7—43.

этих действий. Вечный конфликт между независимыми СМИ и властью в этом случае организационно должен решаться некими опосредованными силами. Этой цели служат так называемые буферные организации.

4. ПРИНЦИП ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ НЕЗАВИСИМОСТИ ТВ. Вещательные организации национального (в общем случае не только национального) ТВ должны обладать правом технической и технологической независимости, то есть возможностью передавать свой сигнал независимо от воли правительства, или любой другой самостоятельной организации¹.

Создание независимого от вещательного полностью самостоятельного предприятия связи (как это происходит сегодня в республике с созданием отдельных предприятий «Казхтелеском» и «Связь») может привести к искусственной монополизации и повышению себестоимости продукции ТВ, что отразится в конечном счете на потребителе (при абонентной плате), или налогоплательщике (при бюджетном финансировании). Технологическая независимость национального ТВ может быть обеспечена только с приданием ей коммуникационных сетей и образованием единого организационного комплекса национального ТВ. Для частных, отметим, телерадиокомпаний распространение программ можно путем создания как можно больше технологических вариантов распространения программ (кабельная сеть).

5. ПРИНЦИП МНОГОКАНАЛЬНОСТИ И САМОФИНАНСИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ТВ. Реализация первого принципа, который означает, как уже отмечалось выше, финансовое разделение ТВ и государства, придание ему экономической независимости, а также переход к статусу предприятия публичного права (общественному), предполагают поиск финансового механизма, отвечающего этим принципам и одновременно адаптированного к рыночным принципам хозяйствования.

Это возможно и логично сочетается с первым принципом при введении абонентной платы населения за использование программ национального ТВ и, таким образом, содержания народом народного ТВ, несущего информацию о стране, защищаю интересы народа перед государством, реализующего его права на свободу высказывания.

Абонентный принцип финансирования — общепринятый для публичного ТВ во всем мире.

В дискуссиях по этому поводу в Верховном Совете и правительстве задавались вопросы о правомерности обязательное-

¹ Для создания условий всем вещателям государство должно обеспечить возможность создания и развития частных средств распространения программ.

ти такой платы для всех граждан, поскольку иные будут предпочитать (как это происходит сегодня) смотреть другие каналы, а платить при этом будут обязаны за национальные каналы.

Следует отметить что в данном случае обязательность платы определяется необходимостью содержания такого ТВ, выполняющего общепользные и конституционные задачи и в этом ее отличие от коммерческого вещателя, ориентирующегося чисто на вкусы того или иного зрителя и заполняющего экран, к примеру только видеофильмами и не работающего на национальные интересы. Право каждого гражданина — смотреть те или иные каналы, но он должен знать и ощущать что есть ТВ, которое защищает демократию в данный момент в этой стране, его права. Именно общенациональные базовые интересы, базовые принципы и ценности общества призвано защищать общественное (национальное) ТВ.

Однако принцип финансового отделения от государства не означает, что ОТВ вовсе обязано прервать отношения с ним. Не следует забывать, что и правительство, и тем более парламент, по своей природе также обязаны работать на народ и его благосостояние. И национальное ТВ выступает посредником в его отношениях с народом. Однако первичность прав народа определяет, что отношения с государством должны строиться в данном случае на контрактной основе. Государство в лице правительства, а также парламент должны заключать контракт (заказ) на освещение тех или иных сторон ее деятельности и финансировать такую деятельность.

Многоканальность финансового механизма, таким образом, предполагает использование механизмов бюджетного, абонентного и самофинансирования общественного ТВ. Самофинансирование опирается на расширение в удельном весе общего бюджета доходов от рекламной, спонсорской и прочей деятельности.

6. ПРИНЦИП ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАСЧЕТА. В данном случае это означает, что предыдущий принцип использования абонентной платы не означает простого перекладывания затрат с государства на плечи населения. Телепредприятия не могут произвольно манипулировать размером платы для решения всех производственных проблем. Для этого ОТВ придается статус хозяйствующего субъекта, работающего на принципах рыночного экономического расчета. Предприятия в этом случае используют такие формы внутреннего коммерческого расчета, которые позволили бы сокращать затраты, стимулировать повышение качества продукции и повышать мотивацию к труду. Предприятия ОТВ наравне с коммерчес-

кими вещателями конкурируют за привлечение рекламы, привлекают на конкурентной основе инвестиции, в том числе иностранные.

7. ПРИНЦИП ГИБКОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ. Рыночные механизмы функционирования в целом СМИ не могут, несмотря на особую ориентированность национального ТВ, не отразиться на его организации, которая должна позволять повышать конкурентоспособность программ ТВ конкурировать с коммерческими вещателями.

Организационная структура должна развивать самостоятельность внутренних подразделений, участие работников коллектива в управлении, прибылях, развивать инновационную активность и творческое развитие каждого работника, способствовать высокой управляемости предприятия при минимальных затратах на управление, выделять стратегический, и оперативный, и тактический уровни управления.

При этом следует также отметить, что организационно-экономический механизм должен строиться по **продуктовому и территориальному** принципу, что означает, что, во-первых, ТВ и РВ должны быть разделены, во-вторых, региональные подразделения должны быть также выделены в самостоятельные подразделения с самостоятельным балансом и автономным механизмом финансирования (из местного бюджета или дополнительной абонентной платы).

Таким образом, учитывая приведенные принципы построения и функционирования организационно-экономического механизма, можно построить следующую, адаптированную к новым требованиям принципиальную схему организационно-экономического механизма ОТВ (Рис.3).

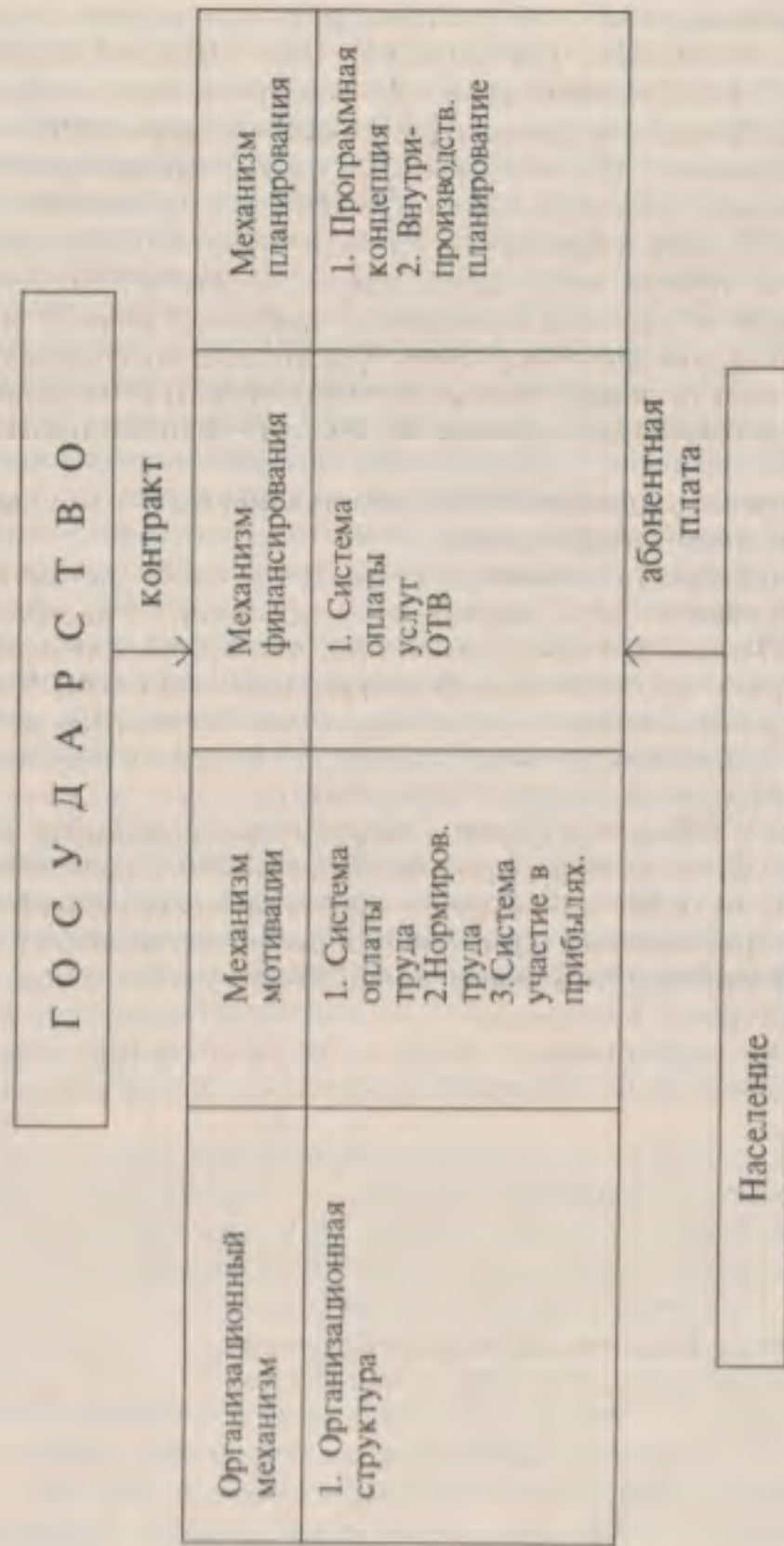


Рис.3. Общая структура организационно-экономического механизма ОТВ.

Реализация приведенных принципов требует разработки более конкретизированных требований к организационно-экономическому механизму. На наш взгляд, их можно выразить в виде требований к каждому из элементов организационно-экономической структуры.

Требования к организационной структуре ОТВ

1. Организационная структура должна обеспечить полное выполнение программных задач. Поскольку главной целью национального общественного телевидения (ОТВ) является решение программных задач, выражающихся в выдаче полноценной и высококачественной информационной продукции, то организационная структура должна обеспечивать широкий спектр общественных потребностей. В этих целях ОТВ должно иметь достаточное количество вещательных каналов.

2. Организационная структура должна быть рациональной и эффективно управляемой.

Сегодняшняя структура сетей вещания представляет собой абсолютно неуправляемую, ведомственно разобщенную совокупность центров управления, что привносит хаос в управление и не будет способствовать развитию ОТВ. В основу разделения элементов структуры положен принцип предметности, означающий, что управление большим количеством вещательных каналов не может производиться централизованно с помощью жесткой централизованной схемы, как это происходит в корпорации «Телевидение и радио Казахстана», что снижает мотивацию и эффективность стимулов каждого подразделения. Поскольку каждый канал имеет законченный продукт, то каналы должны быть хозяйственно и программно самостоятельны.

3. Организационная структура должна обеспечивать программную и хозяйственную самостоятельность вещательных каналов.

4. Национальная вещательная сеть «Общественное ТВ» должно иметь единое централизованное распространение сигналов. Организация по распространению сигналов должна быть в составе НВС «ОТВ».

Требования к финансовому механизму

1) финансовый механизм должен иметь противозатратный характер.

Высокая затратность и спутниковой и наземной сети распространения сигналов не позволяют расширить объемы ве-

щения и территорию охвата. Причем дело не в нехватке и отсутствии финансовых средств на это расширение, как может показаться на первый взгляд, а именно в затратности экономического механизма взаимоотношений между субъектами (элементами) организационной структуры, в основе которых лежат Тарифные методы. И расширение в данном случае вещания требует неимоверных и некупаемых затрат.

2. Простота и удобство взимания абонентной платы. С этой целью при определении финансового источника важно учитывать удобство проведения сборов и минимальные затраты на проведение сборов. С этой точки зрения абонентная плата, включаемая в общие сборы за электроэнергию, позволяет минимизировать состав контролеров, инспекторов и т. д. Кроме того, этот путь более эффективен и точки зрения ответственности за несвоевременную уплату (при этом производится простое отключение от сети дома). Технически достаточно лишь отработать механизмы разделения средств с единого счета за электроэнергию.

3. Размер абонентной платы должен носить минимально возможный характер в целях избежания зависимости вещательной организации от «общественного мнения». Как мы отмечали выше, перенос центра тяжести финансирования полностью на абонентную плату грозит не менее опасной, чем государственная, зависимостью от общественных настроений, которые не всегда отвечают пониманию прогресса. Включение в расчеты абонентной платы минимальных затрат на содержание ОТВ (например, заработная плата должна включать только нормативную, тарифную часть) и как можно редкий пересмотр его позволяет сбалансировать экономические интересы ОТВ, стимулируя предпринимательскую активность и повышая конкурентоспособность для зарабатывания рекламных и прочих доходов.

4. Финансовая самостоятельность вещательных каналов. В данном случае она проявляется в самостоятельном зарабатывании и использовании рекламных, спонсорских, госконтрактных и прочих доходов. Централизованно осуществляется сбор и распределение лишь абонентной платы в зависимости от объемов вещания. Такой порядок стимулирует повышать рейтинг каналов, их конкурентоспособность по сравнению с коммерческими вещателями.

5. Коммерческий характер госконтракта. Исполнение Государственного контракта должно происходить на конкурентной негарантированной основе и по существу каналы должны бороться за получение государственного контракта. Верховный Совет утверждает лишь лимиты государственного кон-

тракта. Конкретное распределение определяется Государственной комиссией по ТВ (одной из буферных организаций), в состав которой будут входить представители различных слоев населения.

6. Абонентная плата должна определяться объемами вещания всех каналов НВС и определяться стоимостью одного часа вещания, утверждаемого Верховным Советом республики по представлению «ОТВ» и Министерства финансов.

Требования к мотивационному механизму

Мотивационный механизм должен основываться на выше приведенном принципе коммерческого расчета.

1. Мотивационный механизм должен обеспечивать вознаграждение за профессионализм и интеллектуальное развитие, для чего, собственно, единственным критерием может выступать популярность той или иной передачи среди зрителей.

2. Мотивационный механизм должен стимулировать профессиональное продвижение по службе и рост квалификации в течение всей жизни работника.

3. Мотивационный механизм должен воспроизводить стимулы, обладающие высокой чувствительностью в оценке заслуг работника перед общественной телекомпанией. Стимулы должны обладать высокой гибкостью и скоростью реагирования на изменяющиеся потребности как общества, так и работника.

4. Максимальная «индивидуализация» (дифференциация), выражающаяся через факторность оценочных систем стимулирования, должна быть ограничена пределами восприимчивости работника. Стимулы не должны иметь верхних границ, сдерживающих активность работника. Шкала должна позволять работнику переходить с одного уровня зарплаты на другой в зависимости от его заслуг перед компанией и качества, популярности передач.

5. Материальные стимулы в своих верхних границах должны подкрепляться моральными стимулами.

6. Стимулы должны быть ясны и доступны работникам.

7. Соотношение размеров поощрения должно исходить из приоритетности стимулируемых направлений деятельности.

8. С увеличением дальности мотивации и дальности стимулов должна расти весовость стимула.

9. Мотивационный механизм должен обеспечиваться эффективным организационно-техническим обеспечением.

§ 2. 5. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТНЫХ РЕШЕНИЙ ПО ПЕРЕХОДУ К ОБЩЕСТВЕННОМУ ТВ

Одной из основных методологических проблем, встающих при рассмотрении вопросов совершенствования организационно-экономического механизма, является вопрос комплексного оценивания финансовых и экономических достоинств нового предложения.

Актуальность данного вопроса заключается в том, что в теории управления ТВ иными вещательными организациями до сих пор этот вопрос не затрагивался даже косвенно. Между тем, проблема перехода на принципиально новое ТВ общественного типа требует больших первоначальных затрат финансовых и материальных ресурсов государства и текущих затрат со стороны населения. Без серьезного экономического обоснования таких затрат и аргументированного обоснования соответствующими расчетами их экономической и социальной выгоды коренная реформа может вызвать серьезные сомнения.

Специфика отрасли ТВ заключается однако в том, что кроме экономических показателей при определении эффективности и оценки новой организационно-экономической модели в качестве не менее важного выступает социально-политическая выгода, как правило, не поддающаяся точному измерению.

Анализ должен переводить там, где это возможно, все выгоды и затраты проекта модернизации (реорганизации) в денежные величины. При этом возникает проблема количественного выражения или по крайней мере качественного отражения всего спектра местных и общественных издержек (включая воздействие на распределение доходов) и неэкономических влияний.

В условиях плановой экономики основным показателем эффективности капитальных вложений, на основе которых принимались решения об их использовании, были приведенные затраты.

В условиях рыночной экономики этот показатель не может претендовать на рост критерия, так как он рассчитан на случай, когда текущие затраты остаются неизменными из года в год. В реальности такой ситуации не может быть, т. к. на текущие затраты влияют внутренние и внешние факторы: изменение цен, экономической конъюнктуры, экономических и технических условий реорганизации.

В формуле приведенных затрат кроме того вместо гибкой процентной ставки, определяющей уровень доходности инвестиций, в расчетах использовался единый фиксированный норматив эффективности капитальных вложений, что на практике приводит к значительным погрешностям.

Кроме всего прочего показатель приведенных затрат не учитывал факторов времени, риска и неопределенности.

В странах с развитой рыночной экономикой развивались адаптированные уже к рыночным требованиям методики. Наиболее распространены методические подходы, базирующиеся на принципе «выгоды — издержки». В то же время в разных странах сохраняются важные методологические различия, особенно в выборе факторов, влияющих на выгоды и издержки.

Главным критическим фактором для ожидаемых выгод и издержек в любой зарубежной методике выступает время. Затраты и выгоды в этом случае ориентированы на будущее.

Как известно, показатель эффективности инвестиций с учетом фактора времени называется чистой текущей стоимостью (NPV) и определяется по формуле:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t},$$

где:

B_t — полные выгоды за год t ;

C_t — полные издержки за год t ;

t — соответствующий год проекта (1, 2, 3 ... n)

n — срок службы проекта

i — ставка дисконтирования

Однако более распространенным является показатель внутренней ставки доходности (внутренний предельный уровень доходности). Данный показатель соизмерим с существующими рыночными ставками для капиталовложений, поэтому по нему определяется степень доходности вкладываемых средств. Внутренняя ставка дохода таким образом — это ставка дисконта, которая уравнивает дисконтированную ценность выгод с дисконтированной стоимостью издержек, иначе говоря это процентная ставка, при которой чистая текущая стоимость равна нулю и характеризует точку безубыточности вкладываемых средств.

Анализ проектов реорганизации управления ТВ, так же как и проектов в других отраслях основан на предпосылке, что такая реорганизация ведет в глобальном масштабе к экономическому росту, улучшению качества жизни. Таким образом, цель реорганизации состоит в максимизации общественного благосостояния с учетом ряда социальных (или частных) целей и ограничений.

Говоря об экономике телерадиоорганизаций, следует так-

же определиться в первую очередь с характером ее продукции и влиянии ее на те или иные экономические процессы.

Основной продукцией является своеобразный продукт в виде передач, обладающий теми или иными параметрами, характерными для любой продукции: количеством (в виде объемов вещания), качеством (в виде привлекательности и сборов зрителя). Однако, говоря об экономических стимулах и конкурентоспособности по реализованной продукции, следует иметь определенные специфические факторы, которые должны определять состояние предприятия в среде, уровень его конкурентоспособности.

Проблема прогнозирования денежных потоков вещательной организации заключается в прогнозировании основных ее финансовых источников и выявлении их связи с изменением деятельностных параметров. В данном случае следует найти методы прогнозирования и дисконтирования основных источников — абонентной платы и рекламных доходов.

Прогнозирование и дисконтирование абонентной платы в случае включения ее в состав затрат на электроэнергию по существу сводится к прогнозированию последних и серьезных затруднений не представляет. Кроме того, абонентная плата не зависит от конкретных переменных факторов деятельности самой вещательной организации — изменения ее конкурентоспособности, весьма слабо зависит от других параметров работы ОТВ.

Гораздо сложнее обстоит дело с прогнозированием и соответствующим дисконтированием рекламных доходов и расходов.

Говоря о природе рекламных доходов, следует отметить, что они являются единственным универсальным измерителем конкурентоспособности предприятия.

Для самой вещательной организации этот показатель является основным стимулом повышения качества, косвенным измерителем популярности канала и ее конкурентоспособности, смотримости. Даже для кабельного телевидения, принципы функционирования которого в зависимости от количества подписчиков являются уже показателем популярности канала и определяет его доходы, объем рекламных доходов определяет внутреннюю доходность вещательной организации.

Именно поэтому в экономическом анализе в качестве показателей эффективности наряду с объемом собственного вещания (доля в общем объеме) в вещательной организации обязательно выступает объем рекламы (рекламных доходов) — абсолютной или относительной. В частности в РК ОТВ именно объем рекламы может служить критерием эффективности деятельности канала и по нему должны определяться экономические результаты телевизионной компании.

Рекламные доходы, кроме того, в отличие от абонентной платы в определенной мере зависимы и от других чисто внешних факторов состояния экономики, региональных особенностей расположения вещательной станции, налогового законодательства и много другого.

Специфика НВС, ее охват всей территории, резкое повышение качества вещания в отличие от малых и коммерческих вещательных станций позволяют как раз использовать в прогнозировании и дисконтировании доходов именно связь рекламы с внешними факторами, исключив из расчетов внутренние факторы.

Методология прогнозирования рекламных доходов, на наш взгляд, должна основываться на взаимосвязи рекламы с макроэкономическим показателем, который, с одной стороны, позволял бы проследить связь с рекламными средствами, а, с другой стороны, имел бы прогнозируемый характер.

На наш взгляд, таким показателем может выступить Валовой Национальный Продукт (ВНП). Это можно объяснить тем воздействием рекламы на макроэкономику, которое оно осуществляет своим косвенным воздействием.

Экономическое воздействие рекламы в рыночной экономике всегда остается негативным. Чтобы был спрос на производимые товары и услуги той или иной компании, необходима реклама. Если спрос растет, то цены на товары тоже растут, распродажа идет эффективнее, спрос удовлетворяется и цены падают, пока не появится опять-таки благодаря рекламе дальнейший спрос.

В такой экономической системе должно быть постоянное денежное обеспечение для потребителей, если система собирается существовать вечно. Таким образом, ограниченное количество денег, которое потребитель хочет истратить на определенный товар или услугу, должно быть разделено между предлагаемыми на продажу товарами. Каждый производитель может в силу его финансовых возможностей определить в начале такой системы, какую долю рынка он может или хочет покрыть своей продукцией. Вместе с производственной мощностью и возможностью распределения он может определить долю рекламы, необходимую для достижения цели. Это может создать определенные трудности для индивидуального производителя, но статистически оно может быть легко прогнозируемо: какую долю ВНП вложить в рекламу, где тоже существует конкуренция.

Настоящий уровень рекламы должен быть диверсифицирован для начала и последующего времени и пересчитан в целях достижения необходимого количества согласно спросу существующего рынка акций корпорации.

Нами проведен анализ доли рекламы в различных странах.

**Сравнение Валовой Национальной
Продукции на человека и страновых
расходов на рекламу**

Таблица 1

Страна	ВНП на душу \$ США	Расходы на рекла- му на душу нас. \$ США	% — доля рас- ходов ВНП на душу нас.
Финляндия	21192	288,21	1,36
Испания	8712	108,90	1,25
Британия	14232	159,40	1,12
Нидерланды	15396	150,88	0,98
Швейцария	27756	266,46	0,96
Германия	19560	152,57	0,78
Южная Африка	2621	18,35	0,70
Швеция	21156	141,75	0,67
Ирландия	8736	54,16	0,62
Португалия	4056	23,93	0,59
Италия	14424	80,77	0,56
Австрия	16752	90,46	0,54
Бельгия	15048	66,21	0,44
Дания	20976	86,00	0,41
Казахстан	1540	9,00	0,58
Зимбабве	692	2,77	0,40
Марокко	950	0,95	0,10
Замбия	420	0,42	0,10
Кения	360	0,72	0,20

Чтобы сравнить значимость рекламы и ее удельный вес в общих доходах вещательных станций, мы провели аналогичные расчеты по удельному весу абонентной платы в ВНП (табл. 2).

**ТВ лицензионные (абонентные) платы
в странах мира**

Таблица 2

Страна	ВНП на душу насел.	Абон. плата, год	Доля в ВНП
Швейцария	27756	263	0,95
Норвегия	21444	198	0,92
Финляндия	21192	210	0,99
Швеция	21156	206	0,97
Дания	20976	251	1,20
Германия	19560	147	0,75
Франция	16956	107	0,63
Австрия	16752	224	1,34
Нидерланды	15396	96	0,62
Бельгия	15048	201	1,34
Италия	14424	123	0,85
Ирландия	8736	123	1,41
Испания	8712	0	0,0
Португалия	4056	25	0,62
Намибия	1100	30	2,73
Марокко	950	нет данных	—
Зимбабве	692	нет данных	—
Кения	360	нет данных	—
Замбия	420	нет данных	—
Казахстан	1540	18	1,20

Использование прогнозов денежных потоков позволяет провести расчеты соответствующих показателей (чистой текущей стоимости, коэффициента внутренней доходности и др.).

При этом в денежные потоки включаются:

Статьи дохода

1. Лицензионная (абонентная) плата
 2. Реклама
 3. Распродажа программ
 4. Правительственные дотации (контракт)
 5. Другие доходы
- Весь доход

Расходы

- приобретение программ
- производственные расходы
- расходы по персоналу (зарботная плата и др.)
- трансмиссионные затраты.
- инфляционные поправки.

Таким образом, методологические подходы, основанные на коррелировании денежных потоков общественной вещательной сети с макроэкономическими показателями, позволяют провести необходимые экономические расчеты по обоснованию перехода к ОТВ, или других проектных решений, например, технического перевооружения НВС.

ГЛАВА 3. ПРАКТИКА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФОРМ УПРАВЛЕНИЯ ТВ

§ 3.1. АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА НАЦИОНАЛЬНОГО ТВ

Приведенные выше принципы и требования к организационно-экономическому механизму общественного ТВ позволяют проанализировать элементы соответствия им современной ситуации в отечественном ТВ.

Как уже отмечалось нами выше, отечественное ТВ сегодня переживает системный и глубочайший социально-экономический и политический кризис. По существу речь идет о полной несовместимости действующего организационно-экономического механизма государственного ТВ требованиям и принципам его функционирования в демократическом обществе с рыночной экономикой.

Основная причина, на наш взгляд, кроется именно в отсутствии национальной концепции реформы на основе теоретико-методологического обоснования общественного ТВ. Именно отсутствие такой концепции привело к декларации Главой государства изменения организаций вещательной системы с переходом к корпоративной модели, с одной стороны, и к полной блокаде инициативы Президента правительством, с другой. Однако провозглашение идеи и целей в данном случае оказалось недостаточным ввиду отсутствия конкретной концепции их претворения, что дало возможность включиться в полную силу консервативной государственной машине, естественно не желавшей выпускать из своих рук идеологическое оружие. Таким образом, авторская концепция перехода к общественному ТВ не реализовалась в полной мере практически ни в одном из элементов механизма управления.

Отметим основные последствия и недостатки механизма управления РКТРК.

Как уже отмечалось выше, Республиканская корпорация «Телевидение и радио Казахстана» (РКТРК) была создана Указом Президента Республики Казахстан «О создании Республи-

канской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» от 4 апреля 1994 года №1618, а Постановлением Кабинета Министров Республики Казахстан «Вопросы Республиканской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» от 15 июля 1994 года №796 утверждено Положение о РКТРК.

В дальнейшем Указом Президента Республики Казахстан «О внесении изменений в Указ Президента Республики Казахстан от 4 апреля 1994 года №1618» от 15 октября 1994 года №1933 и Постановлением Кабинета Министров Республики Казахстан «О внесении изменений в Постановление Кабинета Министров Республики Казахстан «Вопросы Республиканской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» от 15 июля 1994 года №796» от 1 ноября 1994 года №1214 признано утратившим силу Положение о РКТРК.

Постановлениями Государственного комитета Республики Казахстан «О Республиканской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» от 2 декабря 1994 года №277 и «О внесении изменений и дополнений в Постановление Государственного комитета Республики Казахстан по государственному имуществу от 2 декабря 1994 года №277» от 29 декабря 1994 года №311 был утвержден Устав РКТРК.

Такой нелогичный и порой противоречивый ход событий вокруг корпорации вызван именно теми причинами, о которых говорилось выше: во-первых, неподготовленностью и противоречивостью существующего сегодня законодательства по собственности и предпринимательству и, во-вторых, противостоянием отдельных лиц и чиновников, политических и правительственных сил, преследующих свои собственные и ведомственные интересы. В конечном счете правительство и государство отказались от введения общественного ТВ, при котором было бы выпущено из рук мощное средство социально-политического воздействия, а парламент, не сумев разобраться в ситуации, вместо защиты интересов общества оказался втянутым в политические интриги отдельных депутатов, откровенно запутывавших положение дел и уводивших отрасль от коренных реформ.

При обосновании и выборе корпоративной формы управления учитывались ее несомненные плюсы:

1. Корпоративная форма позволяет в короткие сроки привлечь финансовые средства для развития системы телерадиовещания без продажи государственной собственности, приватизации которой не происходит. Государство имеет контрольный пакет акций, но в то же время появляется реальная возможность через эмиссию и распространение акций, иные формы

хозяйственной деятельности привлечь дополнительные финансовые ресурсы.

Привлеченные финансовые средства других акционеров крайне необходимы для дальнейшей модернизации производственно-технической базы, развития собственных коммуникационных систем и социально-экономической мотивации коллектива.

2. Корпоративная форма деятельности предполагает предоставление свободы выбора хозяйственных решений.

Последний фактор наиболее значим, ибо за счет легализации собственной коммерческой деятельности, наделения коллектива привилегированными акциями появляется возможность решения социальных вопросов коллектива с существенным увеличением размеров доходов своих работников. Возвращение к прежней системе в виде органа государственного управления приведет к тому, что размеры доходов работников ТВ будут резко ограничены.

Однако по существу эти плюсы не реализовались на деле.

Анализ при этом практики образования РКТРК позволяет выделить основные недостатки, характеризующие нерадикальность перемен на ТВ:

1. С созданием РКТРК не изменилась форма собственности и собственническая зависимость от государства.

По существу, неопределенным остался статус национального ТВ. Отсутствие в законодательстве понятия публичной собственности породило игру и путаницу вокруг проблемы (которой по идее не должно было существовать) государственной собственности, приватизации ее, или передачи контрольного пакета и если передачи, то в какой форме и чего (прав владения, пользования, распоряжения и т.д.).

По существу, ТВ и РВ оказались заложниками неправильно-го законодательства, которое в свою очередь формировалось для специфических целей и условий переходного периода, в частности, приватизационных процессов. В нормальной рыночной экономике не существует участия государства в собственности предприятия, а существуют либо частная, либо публичная (общественная) собственность. ТВ и РВ относились именно к последней. Но поскольку законодательство было создано для государственной собственности, постольку и ТВ и РВ поневоле оказались втянутыми в абсолютно неприемлемые и нелепые для нее дискуссии о контрольных пакетах акций государства, участия государства в органах управления.

К тому же еще нелепее ситуация становилась от попадания

РКТРК в список неприватизируемых предприятий. Государство тем самым официально закрепляло за собой право вечно-го владельца ТВ и РВ.

В результате сопротивления ведомств текст Устава сегодня предполагает, что Корпорация учреждается одним Учредителем — Государственным комитетом Республики Казахстан по государственному имуществу. Государство оценивает свой взнос в Уставный фонд (делегирование прав владения, пользования и управления государственным имуществом ликвидированной Гостелерадиокомпании «Казахстан») в размере шестидесяти процентов Уставного фонда Корпорации, на остальные сорок процентов выпускаются акции, которые реализуются национальным и иностранным акционерам, участникам инвестиционных проектов по модернизации и техническому перевооружению Корпорации.

Особую дискуссию вызвали пункты о праве продажи акций акционерным обществом закрытого типа третьим лицам, тогда как в соответствии с Законом Республики Казахстан «О хозяйственных товариществах, акционерных обществах, компаниях» (статья 62), «акции закрытого общества, компании могут переходить из рук в руки только с согласия большинства других акционеров». Так как корпорация учреждена со 100% государственным пакетом акций, то есть учредитель один — государство, продажа акций происходит по его решению. Закрытая форма общества не означает невозможности продажи акций другим участникам, она лишь регламентирует необходимость согласования этого решения учредителями.

Организационная форма акционерного общества закрытого типа позволяет привлекать инвесторов (акционеров) при постоянном контроле учредителей, в данном случае — государства. При этом государство не вносит имущество, а только право владения, пользования и управления им. Негосударственные же инвесторы должны вносить реальные, «живые» деньги и оборудование. Государственный пакет Корпорации остается свыше 60 процентов, то есть дает государству право практически постоянного преобладания.

Государство в лице своего представителя — Государственного комитета Республики Казахстан по государственному имуществу может контролировать и регулировать деятельность Корпорации. То, что Корпорация является акционерным обществом закрытого типа, создаст гарантию сохранения контрольного пакета акций в руках государства.

Таким образом, создание корпорации не изменило сути

государственного ТВ, ибо государство осталось единоличным владельцем РКТРК, полностью контролирующим его деятельность.

В отношении же имущества, по которому Корпорации делегированы права владения, пользования и управления, Государство сохраняет за собой право в любой момент отменить решение о делегировании прав Корпорации и передать эти права любому другому юридическому лицу по его выбору.

2. В связи с неизменностью собственностных отношений не изменились и отношения управления. Абсолютный собственник — государство в данном случае сохранило и по существу прежнее государственное управление Министерством печати, впоследствии — Национальным Агентством по СМИ путем идеологического концептуального управления и участия в Наблюдательном Совете.

3. Кроме собственнической основы зависимости с образованием РКТРК не изменилась и финансовая зависимость от государства. Корпорация полностью сохранила бюджетный принцип финансирования. В данном случае это логично, поскольку введение при государственной собственности абонентной платы означало бы по существу введение государственного налога (население содержало бы, без уменьшения основного подоходного налога дополнительно еще РКТРК, что по существу, означало бы скрытое увеличение налога).

Бюджетное финансирование не только сохраняло принципиальную финансовую зависимость от государства (наряду с технологической), но и влекло за собой весь комплекс негативных последствий гарантированного и недостаточного финансирования. Наряду с низким качеством программ, некритичностью, оторванностью от интересов общества ввиду недостаточности финансирования тормозилась не только техническая модернизация, но и выплаты заработной платы.

4. Не изменилась ни количественно, ни качественно вещательная структура ТВ.

Осталось прежним количество каналов и их территория охвата. Не изменились и даже несколько сократились объемы вещания.

5. Количественная и качественная структура вещания не могла измениться вследствие того, что сохранилась прежняя система неэффективной сети распространения сигналов в виде наземных РРЛ и неэффективных спутников.

Следует отметить, что тарифы Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан необоснованно завыше-

ны из-за скрытого бюджетного финансирования нерентабельных отраслей связи, т.к. до настоящего времени многие отрасли связи, не имеющие отношения к телерадиовещанию, содержались за счет радиопредприятий, обслуживающих коммуникации телерадиовещания.

6. Другой причиной невозможности расширения вещательной сети явилось сохранение технологической зависимости РКТРК от организации связи.

Внесенное РКТРК предложение о передаче технических средств телерадиовещания, транслирующих все республиканские и российские телерадиопрограммы (передатчики, антенно-фидерные сооружения и приемные станции спутникового вещания); производственных площадей для размещения вновь вводимого оборудования приемо-передающих средств (до 5 телевизионных и 5 радиопрограмм) на балансе РКТРК с последующим заключением договора с Национальной акционерной компанией «Казахтелеком» на эксплуатационное обслуживание технических средств телерадиовещания было заблокировано.

С передачей функций Министерства связи акционерному обществу «Казтелеком» при Министерстве транспорта и коммуникаций организационно разрывается единая технологическая цепь: производство — трансляция телерадиопрограмм.

Как самостоятельное предприятие, «Казтелеком» может сдавать технические средства телерадиовещания в аренду сторонним пользователям с ущемлением интересов РКТРК, а также устанавливать нерегулируемые завышенные тарифы с целью перекладывания проблем на корпорацию.

Сложилась ситуация, когда «Казахтелеком» в конечном счете может полностью взять под свой контроль и распоряжение программно-вещательную концепцию республиканского телевидения и радио, монопольно распоряжаясь даже эфирным временем, предоставляя возможность распространения телерадиопрограмм негосударственным компаниям исходя из своих экономических интересов и невольно проводя политические интересы деструктивных сил общества.

7. Искаженными оставались и внутренние цены корпорации, повлекшие за собой проблемы убыточности структурных подразделений. Это можно видеть наглядно по результатам работы неосновных подразделений, потенциал которых достаточно высок.

Так, ежемесячные убытки газеты «Телерадио» составляли 80—90 тыс. в месяц. При падении тиража и увеличении затрат на производство и рассылку убытки возрастали до 250—300 тыс.

Госбюджет финансирует при этом лишь 20% расходов. Причины убытков: низкая цена, низкий тираж. Простое увеличение объема газеты сегодня бессмысленно и еще более увеличит убытки корпорации.

При низких ценах за проживание в общежитии (30 тенге в месяц) и оплате коммунальных (в т. ч. электричества) услуг корпорацией последняя несет ежемесячные убытки в 200—250 тыс. тенге, которые в связи с повышением цен на эл. энергию возрастают непрерывно.

При большом потенциале музыкальных коллективов последний также не приносит практически доходов.

Затраты по столовой за 5 месяцев 1994 г. превысили доходы на 200 тыс. тенге. Отнести их в актив мер по социальной защите нельзя, т. к. цены в столовой достаточно высокие и превышают в 2 раза цены других столовых в округе. Считать убытки столовой в качестве социальной компенсации можно только в случае, если цены будут жестко фиксированными. Необходимо было немедленно перевести, как и предполагалось ранее, на хозрасчет, а социальные дотации коллективу осуществлять в виде адресной компенсации членам коллектива (выдачи талонов на питание, или доплаты к зарплате).

Несмотря на небольшие обороты стоматологического отделения (5—9 тыс. тенге в месяц) и соответственно небольшие размеры убытков (10—15 тыс.) при переводе ее на хозрасчет убытки можно покрывать за счет прибыли от дополнительных услуг населению, при этом перейдя на фиксированные пониженные тарифы для работников корпорации и членов их семей.

8. Неизменным остался и мотивационный механизм.

ТВ имеет наиболее низкие показатели мотивации, связанные не только с низкой заработной платой, но и преимущественной ориентацией действовавших систем на сдельную, не стимулирующую рост квалификации и профессионализма системы поощрения. Причем как окладная (тарифная) часть, так и сдельная (в данном случае гонорарная) не имеют практически никаких связей с результатами и, в частности, качеством труда.

Это можно проследить по следующим признакам:

а) Формы и системы заработной платы.

Однозначное распространение имеют сдельные формы оплаты, стимулирующие только производительность труда (в силу специфики мотивационного воздействия сдельщины — в виде гонорарной системы оплаты сверх установленных норм выработки).

б) Анализ показал, что на всех предприятиях РКТРК используется система распределения как и прежде 13-ой зарплаты — по стажу. При этом не учитываются ни текущие результаты деятельности, ни предыдущие достижения на всем протяжении работы на предприятии, ни квалификации работника, ни другие иные факторы, обеспечивающие данную прибыль.

в) Стиль управления. Как показали исследования на большинстве предприятий произошедшие экономические перемены не сказались на смене стиля руководства. Так же, как и в прошлые годы, преимущественным остается директивный стиль управления, жестко ограничивающий свободу подчиненных (табл. 3).

Таблица 3

Распределение руководителей по категориям

Наименование показателей	Число руководителей в выборке (%), получивших следующие оценки стиля поведения		
	высокую	среднюю	низкую
1. Конфликтность с подчиненными	20,2	40,4	39,4
2. Делегирование вопросов трудовых отношений (отпуска, перерывы, распределение премий, техника безопасности и др.)	15,2	30,6	34,2
3. Привлечение к решению вопросов управления (участие в правлениях, планерках)	10,6	18,2	71,2

Как видно из таблицы, преимущественно распространенным в отрасли остается стиль отношения к работникам как к исполнителям — это признак не долгосрочно установленных партнерских отношений, а отношений директивного приказно-бюрократического характера.

г) Был проведен социологический опрос 1200 работников ТВ 10-ти областных ТРК Казахстана с целью выяснения и оценки типа мотивации с помощью самих исполнителей.

Была предпринята попытка выяснения характера целей их деятельности, анализ места различных мотивов в системе личностной мотивации, есть ли отдаленная цель и жизненный план, связанный с достижениями в своем труде на предприятии,

Для этого использовался тест временной перспективы Ж. Нюттера, модифицированный А. Б. Орловым¹. Анализ того, как рабочие заканчивали предложения «Моя цель...» позволяет говорить о характере целей по содержанию (табл. 4).

Таблица 4

Структура целей работников

Предприятия	Количество указаний на цель								
	Ближние (короткие цели)					Дальние цели			
	заработок	получить квартиру (др. мат. блага)	нет другой работы	добраться до пенсии	другие	накопить к пенсии хорошую сумму	получить долю от собственности умножить до пенсии	помогать работе предприятия	другие
Центральный отделен. РКТРК	33,1	10,5	10,0	15,2	10,1	8,1	3,5	0,5	10,8
Целиногр. ОТПК	39,1	15,1	5,4	6,2	8,1	7,2	4,7	6,1	8,0
Петропавл. ОТПК	40,6	18,5	11,3	10,6	2,4	9,5	3,0	0,5	4,0
Восточно-Казахстан. ОТПК	55,1	14,6	5,8	6,0	2,0	3,9	11,5	2,0	2,5

Как видно из таблицы, на первом месте стоят цели, связанные с ближайшими перспективами. Таким образом, подтверждается предположение о преобладании в современных условиях массовой ориентации на скорую (ближнюю) мотивацию. По существу это означает практическое отсутствие долгосрочных стратегий управления трудом.

Невыгодным повышение квалификации и образования делает сложившаяся на сегодня жесткая структура самих систем оплаты и приобретаемая в последние годы распространение система распределения прибыли.

Нами был проведен анализ 15 ОТПК Республики Казахстан и 3 государственных компаний других республик (Узбекистана, Киргизии и Украины) по стимулирующей роли тарифной систе-

¹Орлов А. Б. Изучение психологических предпосылок развития способностей к профессионально-трудовой деятельности: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук. — М., 1978. — С. 7.

мы. Результаты оказались негативными: доля тарифа в валовой зарплате стала занимать до 20—30%. Практически тариф перестал нести стимулирующую функцию и более того, стал агрессивен не восприниматься руководителями.

К сожалению быстрый рост инфляции и многократно запаздывающие центральные правительственные постановления по перерасчету тарифных ставок по новым минимальным прожиточным уровням и минимальным заработкам и отсутствие гибкого механизма тарифных соглашений, накладываемые на отсутствие сложившейся профсоюзной структуры, низкую культуру управления самих администраций предприятий создают благоприятную среду для дальнейшего падения роли тарифа в системе оплаты труда, а значит и падения квалификации, образования.

Жесткой остается и система распределения внебюджетных доходов. В условиях ограниченности бюджетных средств роль стимулирования из внебюджетных средств низко возрастает. Практически она становится по своей мотивационной значимости вторым инструментом после заработной платы. Ее размер может достигать от 0,3 до 2 тарифных окладов в месяц. Однако ни в одной из систем (всего было обследовано 15 предприятий) нами не была обнаружена связь между размером стимула и квалификационно-образовательным уровнем работника. В этом видится еще один признак пренебрежительного подхода менеджмента к главным компонентам мотивации.

Несколько лучше обстоит дело с третьим фактором, используемым в дальней мотивации, — стажем работы. Традиционно, еще в прежней административной системе стаж работы на предприятии использовался при тех или иных формах стимулирования. Это особенно касалось такой формы, как материальное неденежное стимулирование¹: получение квартиры, очередность при получении места в садике, получение дачного участка, приобретение автомобиля и т. д. В условиях преобладания сдельной системы оплаты, гигантских монополизированных массовых производств с рабочей силой низкой и средней квалификации, предназначенной для выполнения регламентированных видов труда, стаж работы на предприятии оставался единственным фактором, который хоть каким-то образом отвечал требованиям справедливости в системах распределения материальных благ.

¹Поварич И. П. Виды и формы организации стимулирования труда. — Кемерово, 1990 г. — С. 31—40.

Стаж работы на предприятии учитывался и в системах так называемой 13-й зарплаты, хотя размеры последней при экономической несамостоятельности были чрезвычайно малы. Именно из них они перекочевали в современные системы распределения прибыли. Часто это выглядит в виде пропорционального стажа роста начисляемой доли прибыли.

Такие системы имеют ряд недостатков. Во-первых, как мы отмечали, сами системы слабо реагируют на величину стажа работы. В первую очередь по причине простой пропорциональной зависимости. Во-вторых, как подчеркивалось выше, раздельное стимулирование стажа работы, или квалификации, или образование практически не несет никакой пользы как в плане мотивации, так и в плане социальной справедливости. Напротив, простой учет стажа без увязки с производительностью, результатами труда в течение всего этого стажа, с квалификационно-профессиональным продвижением работника, нарушает принцип справедливости — один из важнейших принципов дальней мотивации.

Часто, однако, согласно положениям о порядке и условиях выплаты вознаграждения работникам по итогам года, начисляемые размеры выглядят как учитывающие и квалификацию и трудовую активность. Однако при организации заработной платы стаж практически не выполняет мотивационной функции. На большинстве предприятий, сохранивших традиционные принципы оплаты труда с прежней хозяйственной системой, такая дифференциация отсутствует. Обследование в прежних условиях нами восьми ОТПК в самых различных профессиональных группах четкой зависимости между стажем работы и заработком не выявило. За 15—20 лет работы на одном предприятии в случаях отсутствия должного роста (у творческих работников) и смены профессии заработка возрастали в пределах 15%. Такая ситуация не способствовала росту трудового интереса у ветеранов. Ведь связь между стажем и квалификацией как навыками в работе всегда существует. Независимо от перемены профессии квалификация растет в течение трудового пути. Это и показал наш анализ — рост наблюдался не менее, чем у 5% работников.

Таким образом, по результатам анализа систем управления трудом на 15 ОТПК Республики Казахстан на предмет наличия в них элементов дальней мотивации нами была построена следующая обзорно-аналитическая таблица (табл. 5).

Таблица 5

Наличие признаков дальней мотивации в системах управления трудом в ОТПК Республики Казахстан

Формализованный	Признак дальней мотивации								
	Длительность			оценка заслуг в течение стажа	оценка квалификации	оценка образования	оценка стажа	системность стимулов	
	месяц	год	более года					без сис.	сис. тем
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Система оплаты труда (сдельная)	+	—	—	—	+	—	—	+	—
Система внебюджет. доходов и 13-й зарп.	—	+	—	—	—	—	+	+	—
Материальное нематериальное стимулирование	—	—	—	—	—	—	+	+	—
Система премирования	+	—	—	—	+	—	—	+	—

Как видно из таблицы, стройных системных теорий и практических форм дальней мотивации в системе ОТВ и РВ сегодня в управлении трудом не существует. Аналогичные результаты подтверждаются при обследовании российских предприятий.

Однако в целом набираемые темпы приватизации все более усиливают роль такого признака, как стаж работы на предприятии, что еще раз подчеркивает мотивационный его характер. Но сегодня этот признак больше используется практиками интуитивно, скорее как фактор справедливого распределения (назначения, вознаграждения), но не в строгой его мотивационной организации. Бессистемное использование признака стажа в этом случае, как мы показали, может лишь, наоборот, нанести вред в управлении.

Однако во всех этих системах стимулирования стажа при более тщательном анализе наблюдаются методологические, порой грубые с мотивационной точки зрения ошибки. Во-первых, стажем фактором не охватывается по-прежнему заработная плата — основной стимул, влияние которого сильно еще и тем, что в отличие от приведенного выше метода, оно имеет постоянно поддерживаемый, «ощущаемый» характер. Во-вторых, многие указанные «систе-

мы» либо в силу низкого профессионализма и недостатка опыта в мотивации, либо в силу прежних стереотипных подходов к работнику как к фактору наращивания производства, но не творческой личности, развивают экономический подход. В этих системах отсутствует логическая связь между оценками работника, движением его профессионализма, ростом как личности и вознаграждением. Единственный критерий для вознаграждения — стаж. Такой подход лишь профанация и не имеет отношения к дальней мотивации. Это и понятно: как правило, на этих предприятиях отсутствуют строгие стратегические концепции управления, систематизировавшие бы работу в этом направлении. В этом случае приходится не в комплексе рассматривать и целенаправленно ориентировать стимульные свойства на лояльность работника, а подходить фрагментарно, в виде бессвязных наработок.

Проведенный анализ характеризует скорее массовую картину в практике управления. Характерной чертой их является и отсутствие в них стимулов образовательного, профессионального развития, на сегодня имеются лишь отдельные опыты и эксперименты по мотивации профессионально-квалификационного развития и использования оценки заслуг.

Таким образом, практика мотивации и управления трудом, как на РКТРК, так и на предприятиях стран СНГ на сегодня не дала еще, несмотря на огромную актуальность проблемы, целостных концептуальных подходов к управлению.

Таким образом анализ практики организации и управления телевизионными предприятиями как в РК, так и в других ННГ, показывает отсутствие перемен, ведущих к коренной реформе ТВ.

Определенные положительные перемены в вещательной концепции, несмотря на пробуждение интереса к ним со стороны зрителей были обречены на свертывание по организационно-экономическим причинам: отсутствия финансовых средств на расширение вещания, техническое переоснащение (нехватка оборудования записывающего, монтажного и т. д.), на создание эффективного мотивационного механизма и т. д.

В результате, как показали наши социологические исследования, государственное ТВ имело самый низкий рейтинг среди всех вещательных организаций.

Нами был проведен социологический опрос по выявлению отношения населения к программам Гостелерадиокомпании (январь 1994 г.), отношения к изменению программной концепции и информационной программы «Хабар» (июнь—август 1994 г.), а также после передачи идеологического управления

корпорацией Национальному Агентству по СМИ и резким снижением объемов вещания российскими каналами (октябрь 1995 г.).

При всем отсутствии радикальных перемен в государственном ТВ, образование РКТРК и последовавшие при этом перемены в программной политике имели отклик в отношении зрителя к республиканскому ТВ. В частности образование «Хабар» и придание информационной насыщенности ТВ получило большую поддержку. И, наоборот, откат впоследствии с приходом в тупик попыток реформирования ТВ к прежним позициям вновь вернул к потере зрительской аудитории и индифферентности отношений.

Таким образом, в задачи опроса входило следующее:

— выявление уровня интересов и характера отношения различных социально-демографических групп населения к передачам Республиканского ТВ в целом и «Хабар», в частности:

— определить причины, влияющие на выбор передачи «Хабар»;

— выявить, как оцениваются населением различные параметры передачи «Хабар» (содержание в целом и отдельные тематические блоки, форма и т. д.).

Всего (по откорректированной выборке) каждый раз охватывалось 597 опрашиваемых. Из них:

	1 опрос	2 опрос	3 опрос
по полу			
женщины	375	289	324
мужчины	222	308	273
по национальности			
казахи	185	243	207
русские	346	264	315
другие	66	90	75
по возрасту			
16—29 лет	138	187	125
30—49 лет	228	200	245
50 лет и старше	231	210	227

Анализ интервью показал, что телевизор в Алматы смотрят в среднем: каждый день — 396 чел. — 65,24% постоянного населения, 3—4 раза в неделю — 101 чел. — 16,63%, 1—2 раза в неделю — 54 чел. — 8,89%, реже в неделю — 35 чел. — 5,76%, практически не смотрят — 11 чел. — 1,81%.

При этом, из тех 98,19% населения города, кто вообще смотрит телевизор, передачи республиканского ТВ смотрели:

	1-й опрос	2-й опрос	3-й опрос
каждый день	52	157	87
3-4 раза в неделю	73	133	121
1-2 раза в неделю	95	145	132
реже раза в неделю	198	72	143
практически не смотрят	166	77	101
т. е. передачи РКТРК смотрит чаще 1 раза в неделю			
г. Алматы	37,6% нас.	74,4%	58,2%

Таким образом, опрос показал, что передачи республиканского ТВ не пользуются популярностью у зрителя республики. Проводившийся в середине 1994 г. творческий эксперимент на ТВ способствовал резкому усилению внимания зрителя, однако с его прекращением вновь вернул предыдущую ей ситуацию.

Нами были также проведены и другие социологические исследования с целью сравнительного анализа программ республиканского ТВ и российского. Результаты и этого опроса подтвердили низкий рейтинг местного ТВ.

Творческий эксперимент касался, в частности, придания большого динамизма информационной передаче «Хабар».

Из тех, кто с той или иной периодичностью смотрел передачи РКТРК, на «Информационное агентство «Хабар», транслировавшееся на момент начала опроса 4 недели, обратили внимание: 431 чел. — 84,68% телезрителей КазТВ, не обратили внимание — 78 чел. — 15,32%, а из всех телезрителей (безотносительно к КазТВ) «Хабар» смотрит — 73,55%.

«Информационное агентство «Хабар» полностью устраивало (нравится) — 166 чел. — 38,52%, не нравилось — 27 чел. — 6,26%, нравилось частично — 238 чел. — 55,22% зрителей, обративших на нее внимание.

Относительно формы подачи и др. параметров информации зрители придерживались следующих точек зрения:

а) принцип подачи информации тематическими блоками нравится — 208 чел. — 48,26%, не нравится — 33 чел. — 7,66%; б) большой объем информации нравится — 161 чел. — 37,35%,

не нравится — 29 чел. — 6,73%; в) сообщение информации на 2-х языках, казахском и русском нравится — 208 чел. — 48,26%, не нравится — 22 чел. — 5,1%; г) сопровождение информации комментариями нравится — 134 чел. — 31,09%, не нравится — 35 чел. — 8,12%, зрителей, обративших внимание на передачу.

«Хабар», в целом, нравится более всего русским мужчинам в возрасте от 16 до 29 лет — 66,67% и казахам в возрасте от 50 лет и старше — 56%.

«Хабар» не нравится более всего женщинам-казахам и русским в возрасте от 30 до 49 лет — 16,67% и 11,54% соответственно. Однако в возрастной группе от 16 до 29 лет нет ни одного человека, которому «Хабар» в целом не нравится.

Изменить, усовершенствовать «Хабар» хотят все, кому она нравится частично. Наибольший удельный вес таковых среди молодых женщин (от 16 до 29 лет) — 82,61% и 66,67% соответственно среди казашек и русских.

Таким образом, национальное ТВ сегодня остро требует коренного реформирования. Организационно-экономическая система ТВ требует совершенствования с точки зрения, во-первых, обоснования и адаптации его к требованиям рыночной экономики, установления структуры, позволяющей рационализировать связи между субъектами системы и эффективно реализовать цели и задачи ТВ. Во-вторых, связи между субъектами через элементы организационно-экономического механизма требуют четкого теоретико-методологического обоснования. Состав и структура организационно-экономического механизма в данном случае определяются характером связей. Характер связей определяет тот или иной тип финансового механизма, необходимость тех или иных стратегий управления, систему оплаты или модель экономических отношений внутри предприятия и т. д.

§ 3.2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ТВ В РАЗВИТЫХ ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ СТРАНАХ С РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКОЙ

Организация национальной сети вещания в виде общественного ТВ является основной формой организации практически во всех странах с демократическим обустройством общества. Несмотря на отдельные различия в конкретных вопросах регулирования такого ТВ, в целом, сохраняются едиными принципы, о которых мы упоминали в § 2.4.

Принципиально важным во всем зарубежном опыте с точки зрения нормального правового регулирования деятельности отрасли ТВ является то, что деятельность общественного ТВ регулируется специально принятыми законодательными актами.

Главным базовым принципом регулирования деятельности аудиовизуальных средств выступает защита свободы и независимости этих организаций.

В США, к примеру, основные нормы, регулирующие работу СМИ, содержатся не только в конституциях страны (первая поправка) и отдельных штатов, но и в законах, принятых конгрессом, судебных решениях, распоряжениях и директивах правительственных учреждений. Упомянутая поправка гласит: «Конгресс не должен издавать законов..., ограничивающих свободу слова или печати».

На практике толкованием этой нормы занимаются судебные органы США, причем решения Верховного суда фактически приравниваются по своей юридической силе к законам и служат прецедентом для урегулирования различных споров. Около 800 решений ВС в той или иной степени затрагивают СМИ. Вот лишь некоторые из них: правительственные органы не могут предпринимать никаких превентивных действий по отношению к СМИ; в редакциях газет, телевидения и радио не должно быть цензурных структур и ни один правительственный чиновник не имеет право осуществлять функции цензора при публикации материалов, препятствовать работе телевидения и радио; отменяются законы, ограничивающие критику официальных лиц правительства.

Американскую газету или телестанцию не привлекут к су-

дебной ответственности за то, что они опубликовали «закрытый» материал. К ответственности может быть привлечен сотрудник администрации, который этот материал предоставил журналисту. Кроме того, в 26 штатах США существует закон, гарантирующий конфиденциальность источников информации, а в конституции остальных штатов внесено аналогичное положение о «защите права на сбор информации».

В основе современного правового регулирования деятельности СМИ ФРГ лежит принцип «свободы печати», закрепленный в статье 5 Основного Закона, где сказано: «каждый имеет право свободно выражать и распространять свои мнения устно, письменно, посредством изображений и беспрепятственно черпать знания из общедоступных источников. Свобода печати и свобода информации посредством радио и кино гарантируется. Цензуры не существует». Есть и оговорка, что каждый кто использует свободу выражения мнений, в особенности свободу печати «для борьбы против основ свободного демократического порядка, лишается этих основных прав».

По германскому законодательству полиция не имеет права препятствовать работе редакций, предпринимать обыски в их помещениях, накладывать арест на имущество или тираж издания. Эти действия, если предъявлены обвинения в измене родине или угрозе государству и национальной безопасности, могут быть санкционированы лишь судебными органами, а не местными или государственными властями.

Основу германского законодательства о радиовещании и телевидении составляют государственные договоры и законы земель об образовании публичных телекомпаний. В них определяются общие задачи и принципы деятельности: независимость от политических партий и свобода от любого влияния, уважение конституции и законности, обычаев и религиозных чувств, справедливость и объективность, служение свободе и взаимопониманию между народами. Передачи, говорится, к примеру, в договоре об образовании корпорации «Вторая программа германского телевидения», должны соответствовать свободному демократическому порядку и давать возможность свободного обмена мнениями, соблюдать нормы ответственности.

Небезынтересен перечень лиц, входящих в совет по вопросам телевидения государственной вещательной корпорации ЦДФ. В совете — члены, назначаемые правительствами земель, федеральным правительством, партиями, религиозными органами, профсоюзами, организациями работодателей, издателя-

ми, благотворительными организациями, местными властями, органами образования, молодежными и женскими организациями.

Шведский закон о свободе печати — часть конституции страны. В нем тоже зафиксированы важные постулаты: независимость СМИ от государства и его органов, запрет цензуры и помех в изготовлении и распространении печатных изданий, право любого гражданина знакомиться со всеми кроме секретных документами, защищенность источников информации, запрет ведомствам проводить расследования утечек информации (это дело судов).

Общий надзор за его соблюдением возложен на канцлера юстиции. Он же уполномочен проводить расследования нарушений, возбудить соответствующие дела, выступать обвинителем. Большинство таких дел, в свою очередь, рассматриваются мировыми судебными инстанциями с участием присяжных.

Конституционное законодательство Франции провозглашает свободу выражать свое мнение и обмениваться идеями для всех членов общества как неотъемлемое право граждан, провозглашенное в Декларации прав человека и гражданина времен Великой французской революции. С тех пор было принято с десяток сменяющих друг друга законов и законодательных актов по вопросам деятельности СМИ, но указанный выше принцип остается в силе.

Опыт развития национальных систем телевидения во всем мире также свидетельствует о том, что практически во всех странах мира существуют комиссии как буферные организации между различными ведомствами, определяющими развитие этих систем.

Специально созданные комиссии регулируют и контролируют деятельность общественных и независимых телекомпаний в части государственных функций на нормальной цивилизованной основе: лицензирование, рассмотрение отчета об исполнении бюджета, о соблюдении соглашений с государством, выработка наиболее общих правил составления программ, их производства и распространения, правил рекламы, обеспечение гарантий граждан доступа к информации, плюрализма общественного мнения. Такая практика существует в Великобритании («Закон о телевидении»), в Германии (Государственные договоры и законы земель об образовании публичных телекорпораций), в Швеции (Законодательный акт телевидения, закон об ответственности в области вещания. Указ о комиссии по средствам вещания), в Австрии (Комиссия по соблюдению

закона о вещании), в США (Коммуникационный акт, Федеральная комиссия связи, осуществляющая непосредственное государственное регулирование отношений в области вещания).

В Великобритании существует и специальный механизм регулирования британского вещания. Принятый в 1990 году закон о радиовещании и телевидении предусматривает создание совета по делам радиовещания и независимой комиссии по вопросам телевидения, в руках которой находится право распродажи лицензий на пользование эфиром частным лицам и компаниям. Комиссия избирается самими представителями коммерческого телевидения и утверждается правительством.

Комиссия по ТВ в Швеции образована в качестве государственного органа, контролирующего выдачу лицензий и программную деятельность компании. Она следит за соблюдением соглашений с государством, имеет право на основании иска или по своей инициативе рассматривать содержание программ, передаваемых в эфир. Деятельность каждой вещательной организации контролируется созданным при ней советом.

Принятый в 1990 году в Великобритании закон о телевидении предусматривает создание независимой комиссии по вопросам телевидения, в руках которой находится право распродажи лицензий на пользование эфиром частным лицам и компаниям. Комиссия избирается самими представителями коммерческого телевидения и утверждается правительством.

В России органом государственного регулирования телевидения и радиовещания является Федеральная служба по телевидению и радиовещанию. В стране ведется интенсивная разработка законодательных, правовых норм по созданию общественного телевидения и радио.

Деятельность телевидения и радиовещания в США регламентируется. Это делается, прежде всего, согласно так называемому коммуникационному акту, принятому конгрессом США еще в 1934 году. Непосредственное общенациональное регулирование отношений в области вещания возложено на созданную, согласно акту, Федеральную комиссию связи. Это — независимая организация, состоящая всего из пяти человек, которых назначает президент США сроком на 7 лет. Но у них довольно большой штат работников. Председатель комиссии утверждается сенатом. Не более трех членов комиссии могут состоять в одной партии.

Коммуникационный акт наделил комиссию очень широкими полномочиями: выдача лицензий вещательным станциям, определение партнеров вещания, используемой техники, по-

рядка осуществления деятельности радио- и телестанций. Организация разрабатывает положения и правила, детализирующие эти и другие вопросы, наделена правом разрешения споров, подпадающих под ее юрисдикцию. Ею же разработана «доктрина справедливости», согласно которой радио- и телевизионные станции должны освещать события сбалансированно, предоставляя равные возможности в эфире для различных, порой конфликтных, точек зрения по затрагиваемым проблемам.

Наиболее распространенными в этих странах источниками финансирования телекомпаний являются: подоходные налоги, абонентная посемейная плата, налоги на пользование электроэнергией, налоги на покупку и продажу телерадиоприборов.

Организационная структура Национальных вещательных сетей также различается по странам.

В США вещание основано на системе частных радио- и телевизионных станций и систем кабельного телевидения. Тогда как эти студии принадлежат разным владельцам, практически все они являются абонентами одной или более государственных программ или сетей (или работают по контракту с ними).

В стране насчитывается около 12000 радиовещательных станций и около 1500 телевизионных станций. На основных рынках чаще всего присутствуют более 30 радиостанций от 5 до 7 телевизионных станций. Согласно федеральному законодательству любое лицо или компания может контролировать до 12 радиостанций средневолнового диапазона, до 12 радиостанций ЧМ диапазона и до 12 телевизионных станций, причем не более 1 станции каждого вида на одном рынке. Это не распространяется на кабельные сети.

Но никакие лица не могут контролировать телевизионную станцию и систему кабельного ТВ одновременно в одном и том же регионе. Большинство телевизионных станций заключают с национальными сетями контракты на передачу их программ. Радиостанции аффилируются с сетями в заметно меньших количествах. Каждая из четырех крупнейших вещательных корпораций (ABC, CBS, NBC, FOX) имеет по несколько станций на крупных рынках и связана контрактом примерно с 200 другими станциями по всей стране.

Сети никак не связаны через собственность, каждая из них имеет независимых владельцев. Программы сетей передаются на станции и аффилированные станции через спутники. Вещательные сети (за исключением «Фокс») ежедневно передают новости, а развлекательные программы арендуются у независимых компаний. В стране существует более 60 кабельных сетей,

каждая из которых вещает на всю страну посредством ретрансляторов спутниковой связи, которые рассылают сигнал «головным» станциям кабельного телевидения для его дальнейшего распространения по пользователям. Ряд таких сетей являются платными, то есть их абоненты подписываются на них и ежемесячно вносят плату за пользование в размере в среднем от 10 до 50 долл. в месяц. Другие кабельные сети существуют на деньги рекламодателей.

Многие кабельные сети имеют узкую специализацию, например, спорт, прогноз погоды, комедии и т. д.

В США большинство сетей кабельного телевидения существует за счет продажи рекламного времени. И всех денег, затрачиваемых ежегодно на рекламу, на долю телевидения приходится около 22 процентов, а на долю радио — 7 процентов. Доля кабельного телевидения в сравнении с этими цифрами ничтожна (не более 1 процента). Для сравнения, на долю газет приходится около 29 процентов всех денег рекламодателей. Наибольшая часть дохода вещательных организаций от рекламы поступает от продажи рекламного времени местным рекламодателям.

Непосредственно в радиотелевещании занято около 100 тыс. человек. Телевизионные студии независимо от места их расположения имеют в штате от 25 до нескольких сотен сотрудников. Системы кабельного телевидения имеют обширный персонал, занятый на обслуживании абонентов и на ремонтных работах, но технической эксплуатацией и составлением программ занимается меньшее число работников.

В США насчитывается около 1400 некоммерческих студий (образовательные университетские и т. д.). До 1963 г. правительство не отпускало средств на развитие некоммерческих станций. Основным общенациональным источником финансирования для них были гранты Фонда Форда. После учреждения в 1967 г. корпорации общественного вещания и создания этой корпорацией Национального общественного радиовещания некоммерческие станции получили общенациональное признание.

В ряде штатов действуют сети национальных компаний, которые охватывают всю территорию штата передачей важнейших событий.

До недавнего времени около половины всех средств на существование некоммерческих станций и сетей поступали от налогов: федеральные средства — через корпорацию общественного вещания, а средства от штатов — на поддержание

станций в соответствующих штатах. Финансирование за счет налогов к 1990 г. составило немногим менее 40 процентов от общего количества поступлений. Остальные средства приходят от предприятий, предоставляющих гранты на создание специальных программ (так называемое целевое финансирование), личных пожертвований лиц, фондов и из других источников.

Общественное вещание в США работает лишь с малой долей поступлений от коммерческого вещания. Есть мнения, что отсутствие четкой договоренности о роли коммерческого вещания в американской системе лежит в основе постоянного поиска средств финансирования.

С другой стороны COB работает лишь на переключениях телевизионной сети. Все программы COB производятся рядом крупных общественных телевизионных станций (они существуют в Бостоне, Нью-Йорке, Сан-Франциско и Вашингтоне), зарубежными вещательными компаниями (как правило расположенными в Великобритании) и независимыми продюсерами. Каждый год станции — члены COB распределяют выделенные средства на желаемые ими программы через голосование посредством сложной процедуры «сотрудничество станций в программах».

Сторонники службы общественного вещания склонны к мнению, что только некоммерческие вещатели способны сегодня предложить культурные и образовательные программы в противовес увеселительным программам кабельного телевидения и сетей. Другие утверждают, что программы некоммерческого телевидения можно получать в виде видеокассет и их содержание становится чрезмерно дорогим удовольствием. Кроме того и на кабельном ТВ появляются специализированные детские, научные и др. программы.

Главной проблемой ТВ США остается проблема материалов. Развлекательные программы составляются в основном независимыми компаниями, расположенными на юге Калифорнии. При составлении программ телесетей основная борьба идет за наиболее популярные часы, расписание составляется в начале года (телевизионный сезон начинается в сентябре). Программы-неудачницы могут быть сняты и в течение года. Местные филиалы сетей просто ретранслируют сетевые программы в самые популярные часы и в течение основного времени дня. Оставшееся время заполняется другими развлекательными программами (в основном телевикторинами и повторным показом материалов от сетей), которые предлагаются станциями на синдицированной основе. Местные студии прак-

тически не производят своих развлекательных программ — слишком дорого.

Огромной популярностью в США пользуются информационные сети. Две информационные сети CNN стали популярными и доступными семьям, имеющим кабельное телевидение. Впервые Конгресс принял законы, регулирующие деятельность радиостанций, в 1910 и 1912 годах. Только в 1927 г. был принят первый закон, регулирующий выдачу лицензий вещательным станциям. Этим законом был введен стандарт PICON («Общественный интерес, удобство и необходимость»), на основании которого выносятся любые решения в отношении вещания. В 1934 был принят закон о телекоммуникациях. Этим законом вводилась Федеральная комиссия по связи, ФКС состоит из 5 уполномоченных и 1800 служащих, осуществляющих правовую, техническую и экономическую экспертизу, необходимую для управления современными телекоммуникациями. Годовой бюджет ФКС составляет 110 млн. долл.

Конкуренция за рекламодателя самая острая по всей территории США. Например, две станции «Алгонкин» в Баффало вынуждены конкурировать с 30 АМ и 30 ЧМ станциями плюс 8 телестанций и множеством кабельных телевизионных станций. К этому следует добавить более 20 газет и несколько журналов. Реклама на радио относительно дешевле. Если целая страница газеты обойдется рекламодателю в 7000 долл., то 60-секундный рекламный выпуск в одной из программ радиостанции в лучшее время составит 200 долл. Наиболее дорогое время с 7 до 9 утра и вечернее время.

Тарифы на размещение рекламы определяются рейтинговым способом. Специальные рейтинговые компании определяют путем опроса, либо раздачи специальных недельных тетрадей для записей телезрителями их просмотров и затем продается информация о рейтингах рекламодателям. Продажу рекламного времени осуществляют специальные агенты по продаже, получающие до 15 процентов комиссионных от суммы сделки. Кроме того, среди них часто проводятся бонусные конкурсы за привлечение рекламы в те или иные программы¹.

Механизмы регулирования качества работы и обязательств перед обществом о несении правдивой информации лучше достигаются через механизмы саморегулирования. В некоторых странах (США и др.) для этих и других целей созданы Национальные Ассоциации вещателей. Правительственное регули-

¹ Раскрепощенная пресса. — Вирджиния, 1992 — С.51—60.

рование осуществляется специально сформированным для этой цели органами (например, Высший Совет по аудиовизуальным средствам во Франции, Комиссия по радио и телевидению и телекоммуникациям в Канаде). Эти структуры поддерживают стандарты в средствах СМИ¹.

Развитие общественного ТВ предполагает и установление международных связей и активное его вхождение в мировое информационные процессы.

Поскольку новая программно-техническая концепция предполагает создание телевидения и радио высокой культуры и качества на основе обновленной технической и коммуникационной базы, достижения увеличения объемов вещания многопрограммного телерадиовещания, в скором времени ТВ столкнется с необходимостью изыскания новых источников информации о процессах, происходящих во всем мировом сообществе.

Наиболее приемлемыми с этой точки являются, на наш взгляд, сотрудничество с такими организациями, как Международное информационное агентство БЕРНАМА (Малайзия), Международное информационное агентство теленовостей (WTN), вступление ОТВ в полноправные члены Азиатского вещательного союза, сотрудничество с BRITISH BROADCASTING COMPANY, с турецкой компанией TGRT, с CNN WR.

BERNAMA является передовым поставщиком новостей и финансовой информации с азиатского континента, оказывает полную сферу современных информационных услуг (местные и иностранные новостные фотографии в печатной и цифровой форме, «электронная газета», компьютерные новости, справочные материалы, консалтинг общественной информации, телеграфный публичный рилэйшнз для распространения пресс-сообщений электронным способом, новости финансового рынка, рынка недвижимости и т. д.), своим клиентам как в Малайзии, так и за рубежом. BERNAMA стала ведущим «супермаркетом» информационной продукции, известная своим качеством, скоростью и надежностью.

Одним из крупнейших вещательных союзов мира является Азиатско-тихоокеанский вещательный союз (ABU), ориентированный на цивилизованное профессиональное сотрудничество национальных вещателей стран азиатско-тихоокеанского региона, охватывающий вещанием 2/5 территории земного шара и 2/3 его населения, обеспечивающий условия для сотрудничества профессиональных вещательных организаций независимо от политической, расовой и религиозной принадлежности.

Уставной задачей этого союза является защита интересов вещателей своего региона, взаимодействие с другими вещательными организациями, проведение единой согласованной технической политики в данной частотной зоне вещания, совместные действия по эксплуатации и развитию технической базы (включая научные разработки и связь с отраслями промышленности), обеспечение телерадиообмена между членами данного союза, развитие профессиональных контактов в интересах вещания, обеспечение соблюдения членами союза международных соглашений, касающихся вещания, а также участие в разработке новых международных соглашений, совместная деятельность по обеспечению трансляций крупных культурных и спортивных событий (Олимпийские игры, Азиатские игры, чемпионаты, фестивали и т. д.).

Деятельность этого союза вызвана объективными законами организации вещания в регионе в глобальном масштабе.

Участие в ABU в качестве полноправных членом организации даст республике определенные преимущества в международном обмене информацией, трансляций важных политических, культурных, спортивных событий, проведении крупных акций в мировом эфире, обеспечит в дальнейшем экономию валютных средств.

Сотрудничество с CNN может развиваться по следующим направлениям:

— присоединение к глобальному обмену новостей CNN WORLD REPORT. Члены обмена могут получить право на 15-минутную трансляцию ежедневно в 20.45 по средневропейскому времени.

— возможность получения эксклюзивных прав на программы по бизнесу — возможность участия в Международной профессиональной программе (профессиональный обмен и стажировка).

Не менее важно для нашей республики, которая, приобретя политический и экономический суверенитет, должна создавать собственное информационное пространство, иметь постоянные надежные информационные источники за рубежом.

Приоритетными направлениями международных связей должно явиться развитие различных форм сотрудничества с крупнейшими международными общественными организациями (ООН, ЮНЕСКО), международными экономическими организациями (МВФ, ЕБРР).

Не менее важным для РКТРК является развитие сотрудничества с крупными международными телерадиоорганизациями. Подготовлены проекты соглашений с крупнейшими международными телерадиокомпаниями, такими как BBC (Великобритания), CNN (США), ORF (Австрия), NHK (Япония), KBC (Корея).

¹ Браун Д. Р., Файерстоун Ч. М., Мицкевич З. Телерадионовости меньшинств. — М.: Интерпракс, 1994 г. — С. 97.

ГЛАВА 4. НОВАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ ТВ (МОДЕЛЬ КОРПОРАЦИИ «ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАЗАХСТАНА»)

§ 4.1. КОРПОРАЦИЯ КАК ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФОРМА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ ТВ

Одним из вопросов, встающих с организацией ОТВ, является вопрос о выборе организационно-экономической формы управления.

Как мы отмечали, наиболее приемлемым является в этом случае наиболее распространенная в мире корпоративная форма организации и управления (кстати, к данной организационно-правовой форме подошли и в других ННГ — Грузии, Азербайджане и др.).

Такой выбор для ОТВ обосновывается в первую очередь тем, что она имеет наиболее гибкую организационную структуру, позволяющую реализовать основные принципы организационно-экономического механизма общественного ТВ.

Для координации сложных организационно-экономических отношений большого количества каналов, выработки и координации целостной программной политики национального ТВ, стратегической и тактической связи РК ОТВ с субъектами структуры (в первую очередь, государством и потребителями, Национальной Комиссией по ТВ), координации некоторых внутренних вопросов, связанных с планированием производства и распределением сигнала и др., необходимо иметь единый орган центрального координационного управления. Именно такой структуре наиболее соответствует корпоративная форма организации и управления.

Однако при решении конкретных задач формирования организационно-экономического механизма, как показывает практика создания РК ТРК, сегодня встает ряд вопросов, связанных

с определенной теоретико-методологической недоработанностью корпоративных механизмов хозяйствования. Проблема серьезна хотя бы потому, что не существует даже единого понимания и определения корпорации. Это касается и целей ее деятельности, и принципов деловой организации и т. д.

Приведем, к примеру, существующие определения корпорации в русскоязычной и переводной литературе.

«Корпорация — фирма, имеющая статус юридически независимого объекта, в которой собственность разделена на части (доли, пай, акции) и ответственность каждого совладельца ограничена его вкладом в предприятие», — пишется в известной книге Д. Линдсея и З. Долана.¹ «Корпорация создается для привлечения денежных средств значительного количества собственников путем выпуска и реализации акций», — пишут российские авторы.² Они отличают его от товарищества или партнерства лишь количеством собственников, что, впрочем, несет ряд преимуществ для корпорации. Авторский коллектив монографии под ред. В. Д. Камаева вообще не делает различий и ставит равенство между корпорацией и акционерным обществом.³ «В США существует три типа предпринимательских фирм: единоличные владения (предприятия, основанные на личной собственности владельца), партнерства и корпорации.... Корпорация — это организация, занимающаяся на законных основаниях определенными видами деятельности... владельцы которой несут ответственность только за свои вложения в данную корпорацию, даже если этого недостаточно для покрытия убытков, которые она терпит».⁴

Существуют и юридические определения корпорации: «Совокупность лиц, объединившихся для достижения какой-либо цели и образующих самостоятельный субъект права — юридическое лицо».⁵

¹Долан З. Дж., Линдсей Д. Е. Микроэкономика. — Санкт-Петербург, 1994 — С. 440).

²Г. И. Рузавин, В. Т. Мартынов. Курс рыночной экономики — М.: ЮНИТИ, 1994 — С. 29.)

³Экономика и бизнес (Теория и практика предпринимательства) — М.: МГТУ, 1993 — С. 456.

⁴С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи — Экономика — М., Дело, 1993. — С. 121, 123.

⁵Толковый юридический словарь бизнесмена — М.: Контракт, 1994. — С. 169.

«Это форма организации предпринимательской деятельности, предполагающая долевую собственность участников, самостоятельный юридический статус и сосредоточение функций управления на уровне верхнего эшелона профессиональных управляющих, работающих по найму».¹ В учебнике по экономической теории дается следующее определение корпорации: «Это хозяйственное объединение, денежные средства для которого образуются путем продажи акций».²

Как видим, разные авторы берут в основу разные признаки организации: размеры, форму собственности, способ образования капитала и т. д.

Обратимся к зарубежному опыту организации корпораций.

Много десятилетий назад почти весь бизнес осуществлялся отдельными лицами. Частная собственность, соответствующая такому бизнесу, именуется индивидуальной собственностью. Расширение и усложнение бизнеса требовало все больше финансовых ресурсов. Бизнесмены становились партнерами друг друга, чтобы объединить свои мелкие капиталы и таким образом получить сумму, необходимую для нового дела. Они становились совладельцами дела и сополучателями прибыли, которую оно давало. Этот тип деловой организации именуется партнерством.

С наступлением промышленной революции партнерства исчерпали себя как основное средство мобилизации инвестиционного капитала, уступив эту роль корпорациям. Наиболее существенное отличие корпорации от индивидуального бизнеса и партнерства заключается в том, что она представляет собой юридическое лицо, независимое, отдельное от физических лиц, владеющих ею. Собственность корпорации не является собственностью акционеров. Последние не отвечают по ее долгам и не несут никакого финансового ущерба, если корпорация обанкротилась и ее долги превышают стоимость ее реализуемого имущества.³

¹ Мингазов Х. Становление новых организационно-хозяйственных структур в российской индустрии — Российский экономический журнал, 1993, №10, С. 51–52).

² Е. Ф. Борисов, Ф. М. Волков. Основы экономической теории — М.: Высшая школа, 1993 — С. 140.

³ Именно этот аспект сегодня недопонимается, когда утверждается, что акционеры являются собственниками. Отсюда и требования дивидендов, отсюда и преувеличение роли акционерных общих собраний и т. д. Как известно, ценность акций измеряется лишь ее стоимостью на рынке ценных бумаг и дивиденды на нее никоим образом не влияют на ее цену.

Партнерства и индивидуальный бизнес подвержены неограниченному риску банкротства. Они лично отвечают перед кредиторами за все свои долги.

Существуют ограниченные партнерства, состоящие из обычных «ограниченных» партнеров; последние не отвечают за долги сверх того капитала, который они вложили. Однако «ограниченный» партнер, принимающий участие в управлении делами партнерства, теряет эту привилегию, т. е. становится обычным партнером без ограниченной ответственности.¹

Корпорации в экономике за рубежом играют важнейшую роль. Несмотря на то, что в количественном отношении на них приходится небольшой процент всех деловых организаций, им принадлежит львиная доля инвестиционного капитала. Они, а не индивидуальный бизнес, партнерство и кооперативы являются в развитых странах главным поставщиком товаров и услуг.

На сегодня в законодательствах разных стран подходы к определению корпорации различаются.

Юридические лица в Англии делятся прежде всего на *к о р п о р а ц и и*, представляющие собой совокупность лиц (*corporation aggregate*), и *е д и н о л и ч н ы е к о р п о р а ц и и* (*corporation sole*).

В качестве корпорации, состоящей из совокупности лиц, действуют легализованные специальным законодательством компании. Законодательство различает несколько видов компаний, причем основой разграничения является характер имущественной ответственности компании перед третьими лицами. Праву Англии неизвестен институт учреждения.

Для достижения тех целей, которым служит учреждение, в праве ФРГ, Швейцарии, широко используется институт доверительной собственности.

В качестве единоличной корпорации, то есть в определенный момент состоящей из одного физического лица, пользующегося в силу занимаемой должности статусом юридического лица, действуют король, епископ, публичный доверительный собственник, министр почт.

¹ И этот аспект в отечественной практике недопонимается, и зачастую, когда говорят о товариществах с ограниченной ответственностью, понимают, что его члены несут ответственность только в пределах их вкладов.

Особое место среди юридических лиц в Англии принадлежит **публичным корпорациям** — организационной форме предприятий, основанных на общенародной собственности, на деятельность которых влияет государство.

Среди объединений лиц современное право Англии выделяет и квазикорпорации, то есть такие союзы лиц, которые признаются в качестве единого целого — юридического лица лишь для определенных целей. К таким квазикорпорациям относятся, в частности, профсоюзы.

Законодательством США (штатное и федеральное), как правило, правовой режим юридического лица ставит в зависимость от характера осуществляемой деятельности. Обычным поэтому является деление корпораций на: 1) **публичные** (связанные с национальными интересами и прямым влиянием на них правительства); 2) **непредпринимательские** (non-profit corporations); 3) **предпринимательские** (business corporations).

Корпорации разделяются по своим размерам. **Транснациональные корпорации** — это предприятия, отделения и филиалы которых находятся в разных странах. С экономической точки зрения они представляют единый механизм, но с точки зрения юридической они самостоятельные независимые компании. Регулирование их деятельности с точки зрения международного частного права наиболее сложно.

Интерес с точки зрения исследования корпоративизации экономики представляют и процедурные моменты **инкорпорирования**.

Лица, желающие создать корпорацию, должны представить определенные документы правительству и заплатить регистрационную пошлину. Соответствующее правительственное ведомство выдает патент, меморандум об ассоциации или акт инкорпорирования. Название новой компании должно дополняться словами «корпорация», «ограниченно» или «инкорпорировано». Некоторые корпорации, обычно банки, обязаны регистрироваться под специальным законом, регулирующим только один тип бизнеса. Другие, например особо важные государственные корпорации, имеют «собственный» закон, принятый парламентом только для них. В этом случае необязательно дополнять название корпорации указанными выше словами.

Каждая корпорация принимает устав, где объясняется, каким способом она была создана (патент, меморандум об ассоциации или акт инкорпорирования), какие цели преследует, какими средствами собирается пользоваться. В уставе также указываются название, дата инкорпорирования, адрес штаб-квартиры, размеры уставного капитала, характеристика акций, способы передачи, ограничения на деятельность (если таковые существуют) и другие данные о корпорации.

Если решено создавать корпорацию, необходимо выбрать

юрисдикцию. В большинстве случаев это означает будет ли фирма инкорпорирована под национальным или местным законом. Здесь необходимо решить, как различия между двумя уровнями законодательства повлияют на бизнес. Эти различия могут касаться методов инкорпорирования, названия корпорации, состава и численности директората, необходимости формальных собраний, характера финансовой отчетности и даже возраста кандидатов в бизнесмены. Если корпорация зарегистрирована под местным законом, то ей может понадобиться лицензия или еще одна регистрация, чтобы вести дело в других частях страны. Если корпорация зарегистрирована под национальным законом, то она попадает под действие местных законов общего характера и может регистрироваться в данной местности, но никакой местный закон не должен дискриминировать ее, т. е. ограничивать возможности для бизнеса, предусмотренные национальным законом о корпорациях (компаниях). Обычно если закон одной юрисдикции не дает каких-то выгод по сравнению с законом другой юрисдикции, то юристы рекомендуют местное инкорпорирование при намерении вести бизнес в данной местности и национальное — при намерении вести бизнес в национальных масштабах.

Исторически корпорации делятся на **частные** (открытые) и **публичные**. В уставе частной корпорации записано, что право акционеров передавать акции ограничено, акционеров должно быть не менее 50 и акции не могут быть переданы посторонним («публике»). В уставе публичной корпорации таких запретов нет.

Корпоративная деятельность регулируется уставом, законом, под которым корпорация зарегистрирована, и **статьями** (положением о корпорации). Статьи готовятся в период инкорпорирования и включают в себя правила, которыми корпорация руководствуется в своей деятельности. Они принимаются директорами и утверждаются акционерами. Статьи разъясняют следующие вопросы:

- время и место собрания акционеров (и директоров);
- способ оповещения акционеров, число их, составляющее кворум, процедура голосования;
- квалификация, выборы и смещение директоров;
- назначение, обязанности и вознаграждение чиновников корпорации;
- объявление и выплата дивидендов;
- дата финансового года;
- право подписи документов.

Таким образом, организационно-экономическое обоснование системы национального ТВ с точки зрения реализации ее основных задач и целей позволило сделать выбор и принять корпоративную организационно-экономическую форму, как

наиболее подходящую. Однако конкретная содержательная начинка самой системы, как известно, при этом требует тем не менее тщательной разработки с точки зрения ее содержания и механизма действия.

Корпоративная форма организации национального ТВ в республике позволяет объединить материально-технические, финансовые, трудовые, информационные и интеллектуальные ресурсы различных хозяйствующих субъектов для реализации единой комплексной, инвестиционной и др. программ. Она объединяет предприятия, связанные общим технологическим циклом от подготовки, переподготовки высококвалифицированных кадров до выпуска высококачественной продукции (работ, услуг).

Функции органа от государства (и граждан республики в случае такого решения Национальной Комиссией по ТВ) исполняет Наблюдательный совет Корпорации. Решение вопросов Корпорации, относящихся к компетенции Общего собрания, между Общими собраниями выполняет Наблюдательный совет.

К компетенции Наблюдательного совета относится создание, реорганизация, развитие организационной структуры Корпорации.

В отличие от других организационных структур корпоративная позволяет:

- создать новый противозатратный финансово-экономический механизм,
- внедрить новые гибкие методы и формы хозяйствования, основанные на коммерческом расчете,
- обеспечить организационные условия для рентабельной деятельности предприятия, стимулирующих быстрое техническое перевооружение в максимально-сжатые сроки в соответствии с принятыми международными стандартами,
- создать полноценную производственную инфраструктуру ТВ, объединяющую предприятия с замкнутым не только технологическим, но и финансово-экономическим циклом, управляемым из одного центра,
- для членов трудовых коллективов предоставить льготное право получения акций (облигаций) подразделений корпорации и других социальных благ, выработать единый мотивационный механизм материальной и моральной заинтересованности работников,
- создать действенный механизм социальной защиты коллектива,
- создать возможность оптимального инвестирования РК ОТВ и ее структурных подразделений.

Ниже нами будут рассмотрены предлагаемые нами проектные решения по полноценному переходу национальной вещательной сети к общественной форме.

§ 4.2. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА НАЦИОНАЛЬНОЙ ТЕЛЕСЕТИ (РК ОТВ)

Таким образом, сложившаяся организационная структура системы национального вещания не удовлетворяет требованиям ОТВ и не способна решить стоящие перед национальным телевидением независимого государства задачи.

Реализация принципов и требований к организационной структуре, изложенных нами в §2.4, требует коренной перестройки организационной структуры, сохраняющейся сегодня со времени социалистического ТВ.

В качестве главных и первоочередных мер следует принять следующие направления совершенствования организационно-производственной структуры.

1. Рационализация организационной структуры, на наш взгляд, должна достигаться путем перехода от предметно-деятельностного принципа формирования элементов организационной структуры — к продуктовому. Это означает, во-первых, полное экономическое и административно-управленческое разделение радио и телевизионных вещательных станций. Во-вторых, передачи систем коммуникаций в управление РК ОТВ. Это относится притом не только к спутникам (передаче функций национального оператора), но и в большей мере к системе передающих станций. Для этого необходимо следующее.

2. В целях реализации полноценной программной концепции и создания достаточного количества специализированных вещательных каналов с полным охватом территории страны следует отказаться от технической части вещательной сети, основанной на наземных РРЛ и передатчиках с переходом к спутниковому ТВ.

Спутниковое вещание позволит решить проблемы расширения вещания, стопроцентного охвата территории и эффективности системы вещания в целом.

Экономический анализ вариантов аренды спутников привел к варианту аренды восточного луча ИНТЕЛСАТ-7 в точке 66 в. д.

Международная организация «ИНТЕЛСАТ» — надежный и обязательный партнер, неподверженный политической конъюнктуре. Членами «ИНТЕЛСАТ» являются 133 государства, в том числе, четыре страны СНГ — Россия, Азербайджан, Армения, Кыргызстан. Остальные государства СНГ являются пользователями системы «ИНТЕЛСАТ». Соседний Кыргызстан, вступив в полноправные члены «ИНТЕЛСАТ», одновременно получил льготный кредит на развитие коммуникаций в Мировом банке реконструкции и развития.

Долгосрочная аренда емкостей спутника ИНТЕЛСАТ-7 66 в.д. даст следующие преимущества, недостижимые при использовании имеющихся российских аппаратов «Горизонт» и «ГАЛС»:

- организация ИНТЕЛСАТ, имеющая в своем составе более 120 стран-участниц, зарекомендовала себя за более чем 30-летний период деятельности как надежный, верный своим обязательствам партнер;

- при организации и в течение сотрудничества ИНТЕЛСАТ руководствуется прежде всего экономическими критериями, игнорируя при этом политическую конъюнктуру, сложившуюся общественную ситуацию в стране;

- спутниковые ретрансляторы обладают высокими техническими характеристиками и долговечностью. Например, спутник, предлагаемый нам, — один из новейших в седьмой серии и имеет активный срок службы 11 лет. Емкости и параметры этого ретранслятора позволят Казахстану по нашему проекту распределять 5 центральных и 19 региональных областных телепрограмм вместе с радиовещанием, оперативно передавать телевизионные репортажи при помощи мобильной станции, помогут Узбекистану распределить их 1-ую Государственную телевизионную программу, а оставшиеся емкости позволят организовать при наличии соответствующего проекта цифровую телефонную связь в объеме 950 каналов;

- мощность излучаемая этим спутником позволит на территории Казахстана принимать 5 центральных телевизионных программ непосредственно из космоса на недорогие параболические приемные системы диаметром 0,9—1,2 метра, что позволит нам утверждать о 100-процентном охвате населения Казахстана этими программами;

- переход приемных станций существующей системы «Жарык» на этот спутник осуществится простой переориентировкой параболической антенны;

- стоимость годовой аренды одного спутникового телевизионного канала составляет сумму 1,3 млн. долларов США, что вполне приемлемо при существующих затратах государства на содержание наземных линий связи, распространяющих 2 программы телевидения Казахстана и 2 телевизионных программы России, не обеспечивающих норм ГОСТа и имеющих при недостаточном охвате населения удельные затраты на один телевизионный канал сумму эквивалентную 3,9 млн. долларов США в год;

- освобождение наземных линий связи, имеющих протяженность 68000 канало-километров, от телевидения и радиовещания позволит, при соответствующей модернизации, организовать по территории Казахстана две магистральные линии цифровой телефонной связи и передачи данных, пересекающих Казахстан в наиболее важных промышленных зонах, в объеме не менее 5800 телефонных каналов;

- условия членства в «ИНТЕЛСАТ» приемлемы для стран с различным уровнем социально-экономического развития. Определив разовый членский взнос в размере 1 млн. долларов США и участие в прибыли (18% годовых), организация также предоставляет возможность получить кредит на эту сумму от международных банков под гарантии «ИНТЕЛСАТ». Для реализации программ внедрения новых технологий систем спутникового вещания кредиты банков выдаются на льготных основаниях.

Вместе с экономическими выгодами применение спутника ИНТЕЛСАТ дает следующие социально-политические преимущества:

- 100% охват населения Казахстана 3 государственными программами телевидения и 8 программами радиовещания;

- возможность непосредственного приема этих программ на бытовые параболические антенны в любой точке Казахстана;

- политический нейтралитет владельца спутника;

- современная спутниковая технология телерадиовещания.

Комплексный переход к спутниковому вещанию, замена наземных линий распространения сигналов программ на современные спутниковые с одновременным расширением с 4 до 26 каналов ТВ и с 3 до 12 каналов радио предполагает серьезную реконструкцию систем коммуникаций телерадиовещания. Предполагается замена наземной сети ТВ и радиопередатчиков, построенных на вакуумных приборах, на оборудование, построенное по современной твердотельной технологии.

В ближайшем обозримом будущем системы коммуникаций корпорации «ОТВ» должны обеспечить распространение 5 центральных телевизионных программ и 5 центральных программ радиовещания из Алматы по территории республики и приграничных областей, 19 областных телевизионных программ и 19 областных радиопрограмм на соответствующие регионы, 25 оперативных репортажных каналов телевидения и радио из регионов, в том числе из России, г. Москвы, а также регионов Средней Азии, 4 оперативных репортажных каналов из Европы и Азии. Предъявляется требование обеспечения трансляции ТВ программы «Останкино» в необходимом объеме, при минимальных затратах, направляемых на эти цели.

Вместе с тем необходимо иметь прямой канал для передвижной и переносной мобильной ТВ связи для освещения событий из любой точки республики в масштабе текущего времени.

Системы коммуникации также должны обеспечить сигналами из Алматы передатчики ТВ и радио, находящиеся на территории России, Украины, Средней Азии и др.

К системе коммуникаций корпорации предъявляется требование оперативного замещения сигналов, назначенных на соответствующие передатчики, на сигналы, предъявленные к экстренной масштабной трансляции.

Для информационного агентства и информационно-аналитического центра системы коммуникаций образуют каналы связи для сбора и передачи информации.

Прием ТВ и РВ программ с 8 зарубежных спутников, передача на 2 спутника Европейского и Азиатского вещательных союзов для информационного агентства и 280 каналов 64 кБит/сек для информационно-аналитического центра. Для

тех районов Казахстана, где отсутствует обычное эфирное ТВ вещание или транслируется 1—2 программы, ТВ системы коммуникаций должны предусмотреть прием 5-ти центральных ТВ и радиопрограмм непосредственно на параболическую спутниковую антенну небольших размеров и простой конструкции.

Полная реконструкция и создание принципиально новой системы национальных сетей вещания предполагает единовременные затраты как на аренду спутника, так и на замену приемо-передающего оборудования в связи с расширением территории охвата.

Так, канал «Алатау» сегодня обеспечивается работой 5 мощных и 24 маломощных передатчиков. Для обеспечения 100% охвата с использованием спутникового канала системы «ИНТЕЛСАТ» потребуется приобретение дополнительно 72 однокиловаттных, 125 стоваттных передатчиков, 197 приемных станций спутникового телевидения и центральной приемо-передающей станции на сумму 13 млн. долларов США. Годовая сумма расходов на эксплуатацию сети распространения программы «Алатау» (Казахстан-2) составит 2,2 млн. долларов США.

Для создания сети распространения телевизионной программы «Интерканал» (Казахстан-3) и доведения охвата населения этой программой до 100 процентов потребуется приобретение 235 передатчиков, приемных станций спутникового телевидения к ним и центральной приемо-передающей станции на общую сумму 9,7 млн. долларов США. Годовая сумма расходов на эксплуатацию сети распространения этой программы составит 1,8 млн. долларов США.

Для включения областных телерадиокомпаний в сеть НВСС потребуется 5,8 млн. долларов США для приобретения и монтажа приемо-передающего оборудования. При этом эксплуатационные расходы составят 250 тыс. долларов США.

Для реализации данного проекта Республиканской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» потребуется на приобретение, монтаж и установку приемо-передающего оборудования в общей сложности 29,7 млн. долларов США.

Комплексная реализация данного проекта позволит существенно снизить эксплуатационные расходы и окупить созда-

ние НВСС за 3,5 года, а модернизацию передающего оборудования за 5,5 лет.

Кроме того, созданная спутниковая сеть позволит полностью высвободить наземные радиорелейные и кабельные линии связи для их использования в целях развития высокоэффективных цифровых каналов передачи данных и оперативно обеспечивать трансляцию важнейших мировых и региональных событий, в том числе международных визитов глав государств и правительств независимо от мест их нахождения.

3. Десятилетняя аренда спутника «ИНТЕЛСАТ» позволяет перейти на следующую нашу концепцию организации национальной сети вещания (табл. 6).

Таблица 6

Структура вещательных каналов общественного ТВ с распределением транспондеров спутника «Интелсат-66»

	стоимость год., долл
транспондер 1—2	2182500
1. «Казахстан-1»	
2. «Алатау»	
транспондер 3—4	2182500
1. «Интерканал»	
2. СП «Коммерческий канал»	
транспондер 5—6	2182500
1. Цифровое платное ТВ (22 программы)	
транспондер 7—9	2182500
1. «24 канал»	
2. Цифровое ТВ Региональная сеть — 21 канал*	
3. Цифровая сеть радиовещания*	
транспондер 10—12	
1. Использование для связи*	
И Т О Г О	8730000

*Примечание. Цифровая региональная сеть, цифровая сеть радиовещания в транспондере 79, а также использование для связи транспондера 10—12 не относятся непосредственно к корпорации «ОТВ» и сдаются ею в аренду региональным обслетекомпаниям, корпорации «Общественное радиовещание» и НАК «Казахтелеком» связи (или ее предприятиям) соответственно.

Схематично распределение транспондеров выглядит следующим образом:

1—2	3—4	5—6	7—9	10—12
77Мгц	72Мгц	72Мгц	112Мгц	112Мгц
ТВ-1	ТВ-3	Платное	«24 канал»	
ТВ-2	СП «КТВ-4»	ТВ	регион. ТВ	

Как видно из схемы, достаточно высокая емкость спутника позволяет вместо существующего сегодня практически одного самостоятельного канала национального ТВ перейти к 27 самостоятельным национальным каналам (без самостоятельных региональных каналов и каналов общественного радиовещания) и по существу к образованию Национальной Вещательной Сети (НВС) в ее настоящем понимании. В качестве самостоятельных каналов мы предлагаем создание специализированного семейного канала «24 канал», ввиду особо емкого данного рынка телеуслуг, а также специализированного «Бизнес-канала», созданного совместно с имеющим опыт такой организации коммерческим каналом.

В структуре отсутствуют областные телеканалы. На наш взгляд, как мы уже отмечали, их следует передать в управление местных властей с созданием местных телеканалов и содержанием из источников, определенных местным населением и властью. Тем не менее, как видим, спутниковая система вещания позволяет в отличие от сегодняшней ситуации передать областным ТВ самостоятельные каналы, что значительно повышает их роль и значимость, создает предпосылки для их качественного экономического роста.

Количество каналов в обычном ЧМ стандарте — 5.

Все 19 региональных каналов ТВ (не относящихся к РККТВ, а к местным системам вещания) и радиоканалы (относящиеся к корпорации «Общественное радиовещание») будут передаваться цифровыми методами. При этом стоимость годовой аренды одного регионального канала составит всего лишь 65

тыс. долл., что совершенно необременительно для местного бюджета.

Экономическая эффективность предлагаемого проекта видна из цифр экономии на текущих затратах (табл. 7)

Таблица 7

Сравнительные данные текущих (эксплуатационных) затрат по вариантам вещания

	Сущ. расходы млн. тенге	Расх. НВСС млн. тенге	Экономия млн. тенге
«Казахстан-1»	160,7	85,5	75,2
«Казахстан-2»	122,5	69,5	53
«Казахстан-3»	43,3	28,5	14,8

При единовременных вложениях на внедрение Национальной Вещательной Спутниковой Сети (НВСС) в размере 11 млн. долларов США за счет последующего сокращения расходов на содержание сети система окупит себя в течение 3,5 лет. Одним из главных аргументов в пользу спутника ИНТЕЛСАТ является приемлемая стоимость годовой аренды, которая ниже стоимости российских спутников более, чем в 1,5 раза. При этом, технические характеристики спутника ИНТЕЛСАТ гораздо выше спутников «Горизонт».

Требуемые затраты на содержание существующих систем коммуникаций составляют сумму, эквивалентную 51,5 млн. долларов США (в том числе:

- 11 млн. долларов США для приобретения, установления и монтажа наземных приемо-передающих станций, распространяющих три телевизионные республиканские телепрограммы;
- 29,7 млн. долларов США на приобретение телерадиовещательного оборудования, обеспечивающего 100% охват населения трехпрограммным телерадиовещанием;
- 5,9 млн. долларов США для приобретения оборудования систем распределения программ «Останкино» и РТР (Россия) с Республиканского центра РКТРК;

При реализации же предлагаемого нами проекта затраты на содержание систем коммуникаций составят всего 9,5 млн.

долларов США. В конечном счете, предполагаемая нами экономия от проекта может составить 42 млн. долларов США. При этом следует учесть то обстоятельство, что нынешняя система коммуникаций позволяет распространять только четыре программы, а предлагаемая система позволит довести до населения пять центральных программ Казахского телевидения, программу «Останкино» и девятнадцать региональных программ, а также создать техническую основу вхождения Казахстана в мировое информационное пространство.

Конечно, для полного перехода на мировой уровень качества требуется и замена студийного телерадиооборудования в сумме 67 млн. долларов США, однако даже при этих затратах окупаемость не превышает 4 лет.

4. Организационно-производственная структура должна включать в качестве самостоятельного субъекта корпорации предприятие, обеспечивающее НВС «ОТВ» эффективными коммуникационными услугами («Казвидеоком»). Как мы упоминали, это может произойти с передачей в частности передающих станций в распоряжение корпорации.

В целях сохранения единой программно-технической государственной вещательной политики на территории Республики, выполнения корпорацией «Телевидение и радио Казахстана» государственного заказа на телерадиовещание мы считаем целесообразным создание на базе Республиканского Производственного Объединения Телевидения и Радио (РПО РТ) с передачей не входящих в него областных радиотелевизионных передающих центров (ОРТПЦ) создать при РК ОТВ структурное предприятие, обеспечивающее трансляцию телерадиопрограмм по всей территории республики.

Для этого считаем целесообразным создание при корпорации «Телевидение и радио Казахстана» государственного предприятия, в состав которого включить Республиканское «Производственное Объединение «Радио и Телевидение», Актюбинский, Алматинский, Атырауский, Восточно-Казахстанский, Жезказганский, Карагандинский, Кызыл-Ординский, Мангистауский, Северо-Казахстанский областные радиотелевизионные передающие центры, Тургайский, Кокчетавский, Павлодарский, Костанайский и Акмолинский радиоцентры.

Генеральный план развития средств коммуникации телерадиовещания должен базироваться на использовании и поэтапной реконструкции существующих средств трансляции с обеспечением преемственности новой технологии.

Представляется целесообразным существующую сегодня государственную сеть сохранить и передать РК «ОТВ», которая будет осуществлять ее дальнейшую модернизацию и развитие, а «Казахтелекому» и другим негосударственным коммерческим предприятиям осуществлять оказание аналогичных услуг негосударственным хозяйствующим субъектам и развивать новые виды деятельности.

Сохранение же самостоятельной структуры по распространению сигналов, естественно, будет в силу экономической природы самостоятельного предприятия оказывать постоянное давление (финансовое) на корпорацию и ухудшать ее результативность деятельности, что не в интересах общества и как непосредственных содержателей РКОТВ или даже предпочитать РКОТВ более выгодным клиентам.

Передаче причем подлежит только оборудование телевизионных и радиопередатчиков, обеспечивающих трансляцию государственных телерадиопрограмм и нет необходимости в передаче в ведение РКОТВ ни одного предприятия, организации и сетей распространения программ, в т. ч. радиорелейных линий, кабельных линий связи, зданий и сооружений.

Принимаемое от «Казахтелекома» оборудование одновременно передается этой организации на договорных условиях на обслуживание и эксплуатацию. В этом случае не нарушается единая технологическая цепь коммуникаций.

Наличие на своем балансе оборудования телерадиовещания позволит РКОТВ проводить единую техническую политику в целях развития, модернизации этой сети, что позволит существенно сэкономить государственный бюджет за счет внедрения новых технологий, создать новый финансовый механизм взаимоотношений с предприятиями Министерства связи как Казахстана, так и России, привлекать иностранные инвестиции.

Если говорить конкретно, передача предусматривает следующее оборудование:

- оборудование мощных радиотелевизионных станций и центров с запасными частями к ним, включая антенно-мачтовые сооружения и производственные здания;

- центральную приемно-передающую станцию системы «Жарык»;

- оборудование и здание приемно-передающей станции системы ГАЛС;

- оборудование маломощных РПС с антенно-фидерными устройствами;

- закрепление за корпорацией существующих выделенных частот телерадиовещания и выделение новых для расширения сети телерадиовещания;

- передача на баланс РКОТВ башни Н-192 м в г. Алматы;

- передача на баланс корпорации оборудования обслуживания сети микроретрансляторов;

- передача на баланс корпорации оборудования и гражданских сооружений мощных передающих центров радиовещания;

- передача на баланс корпорации системы домовых кабельных сетей (Гарант).

Передача указанных средств на баланс РКОТВ позволит в последующем осуществить их комплексную модернизацию на современной технологической базе оборудования ведущих мировых компаний телерадиокommunikаций INTEL CAT, «SCIENTIFIC ATLANTA», «ROHDE SCHWARZ» в оптимальные сроки в соответствии с Генеральным планом комплексной модернизации системы коммуникаций телерадиовещания на основе энерго- и ресурсосберегающих технологий с максимальным применением автоматизированных систем эксплуатации и управления.

Это позволит обеспечить создание многопрограммного спутникового вещания Республики Казахстан и расширить оперативные сети КНБ и других пользователей за счет применения надежных систем коммуникаций международных политических нейтральных организаций связи.

Предлагаемый проект предусматривает договорные взаимоотношения между РКОТВ и АК «Казахтелеком» Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан, в части обслуживания «Казахтелекомом» приемно-передающих средств, что обеспечит реализацию общегосударственных интересов и создание эффективного хозяйственно-экономического механизма.

РКОТВ арендует производственные площади и сооружения для передающего оборудования у АК «Казахтелеком» на маломощных радиотелевизионных станциях (РТС) по линии РРЛ, а в свою очередь АК «Казахтелеком» арендует необходимые средства у РКТРК на мощных РТС.

Финансово-экономические отношения между РКОТВ и АК «Казахтелеком» в таком случае сложатся на основе хозяйственных договоров с последующими взаимозачетами, что позволит соблюдать баланс интересов государства, РКОВ и АК «Казахтелеком».

До введения новых систем спутникового вещания в Казахстане АК «Казахтелеком» должна обеспечить бесперебойную эксплуатацию существующих приемо-передающих средств телерадиовещания. «Казахтелеком» обеспечивает на арендной основе работу, эксплуатацию существующей системы распределения программ по государственным расценкам.

После введения в действие спутниковой системы вещания наземные линии связи радиорелейные линии (РРЛ) «Казахтелеком» полностью освобождаются для цифровой телефонии и передачи данных.

Следует также предоставить корпорации статус правоуполномоченной телекоммуникационной организации в международных организациях ИНТЕЛСАТ и ЕВТЕЛСАТ.

Реализация проекта позволит:

- придать системе телерадиовещания Казахстана полную независимость политического и технического характера, высокую надежность и экономичность,

- внедрить в короткие сроки систему многопрограммного спутникового телерадиовещания, включая существующую систему «Жарык», что обеспечит 100% охват населения Казахстана телевизионным и радиовещанием международного уровня,

- сократить ежегодные расходы на аренду средств связи в три раза,

- использовать льготные кредиты международных банков,

- готовить высококвалифицированных специалистов.

Следует также отметить, что переход к спутниковому вещанию позволит решить и другие, не связанные с телерадиовещанием, народнохозяйственные проблемы и, в частности, проблему телефонии.

В настоящее время в телефонной связи Казахстана обозначилось достаточно сложное положение. Обеспеченность телефонами на сто жителей в целом по республике составляет лишь 13 телефонов, что в 5—6 раз ниже, чем в странах Западной Европы и США. Среди республик бывшего Союза ССР по обеспеченности телефонами Казахстан занимает 9—10 место. Только на 22 процента удовлетворяется спрос на услуги телефонной связи с зарубежными странами. Телефонная связь не только значительно отстает по масштабам развития от спроса населения и народного хозяйства республики, но и характеризуется весьма низким качеством обслуживания.

Чтобы выйти на международный уровень услуг по предоставлению междугородных телефонных переговоров или хотя

бы приблизиться к нему, а также для более полного удовлетворения возрастающих потребностей в международной связи, необходимо провести массовую реконструкцию в сети междугородной телефонной связи и перейти от традиционных кабельных и радиорелейных линий к спутниковым, а также к замене обычных кабельных линий на оптико-волоконные, которые позволяют резко увеличить число каналов связи и повысить качество передаваемых сигналов.

Прямой выход на международные сети связи обеспечивается сегодня по каналам спутниковой связи «Интелсат», «Инмарсат», «Орбита». Это позволило Республике Казахстан получить самостоятельный выход в международные телефонные сети (95 каналов) и частично автоматизировать международную телефонную связь.

Весьма существенно Казахстан отстает от мирового уровня в создании и эксплуатации систем радиосвязи с подвижными объектами и радиально-узловых систем мобильной связи. Организация такого рода систем связи на основе последних технических достижений жизненно необходима для обеспечения эффективного функционирования служб МВД, транспорта, скорой помощи, сельского хозяйства и коммерческих структур.

Аренда спутника «Интелсат» позволит выделить специальные телефонные каналы и решить проблему телефонной связи на мировом уровне качества.

Спутниковое вещание позволит кроме увеличения территории охвата и создание самостоятельных каналов, а значит и создаст предпосылки для расширения специализации каналов, повышения качества выпускаемой продукции и значительного увеличения объема вещания. Следует при этом иметь в виду и значительный народнохозяйственный социально-экономический эффект, заключающийся в увеличении занятости, создании рабочих мест и т. д., что в мировой практике предпринимательства требует соответствующего льготирования и поощрения.

Пункт начала фидерной линии для 5 ТВ ЧМ каналов — г. Алматы (с переводом в дальнейшем одного из каналов — в г. Акмолу).

1 ТВ канал — программа «Казахстан-1»

2 ТВ канал — программа «Казахстан-2» (с приобретением дополнительно 48 передатчиков)

3 ТВ канал — программа «Казахстан-3» (на сети ТВ передатчиков РТР)

4 ТВ канал — программа «Коммерческий канал», организованная совместно РКОТВ с одним из коммерческих каналов (потребуется 19 передатчиков)

5 ТВ канал — программа «24 канал» (требуется 19 передатчиков)

Программа «Казахстан-3» формируется в Алматы и постепенно заполняет канал распространения программы РТР по всему Казахстану.

Преимущества:

— Сеть обеспечивает распространение 5 ТВ программ до ТВ передатчиков, расположенных по линии РРЛ и отдельно стоящих РПС.

— Прием программ осуществляется на спутниковые приемные станции.

— Сеть обеспечивает отдельный канал распространения 2 дубля ТВ программы «Казахстан-2» (на передатчики в районах с уйгурским населением).

— Сеть позволяет вести непосредственный прием 5ТВ программ со спутника на бытовые приемные станции с параболической антенной небольшого диаметра 0.9..1.5 метра по всей территории Казахстана.

— Сеть обеспечивает распространение сигналов областных телекомпаний до ТВ передатчиков, расположенных на территории области.

— Сеть распространяет сигналы ТВ программы «Останкино» от Алматы до всех ТВ передатчиков по республике.

— Структура сети позволяет передавать оперативную видеоинформацию из областных центров в Алматы и Акмолу, а также между областями вне областных центров видеоинформация передается посредством передвижной и компактной земных станций.

— Сеть дает возможность прямых трансляций с крупных зрелищных мероприятий из любой точки на территории Казахстана.

— Сеть дает возможность передачи оперативной видеожурналистской информации из г. Москвы.

— Возможность передачи оперативной видеожурналистской информации в пределах контуров глобального луча спутника.

— Сеть позволяет передавать видеоинформацию Европейскому и Азиатскому вещательным союзам, а также WTN, CNN, REUTER и др., а также принимать информацию от них, что повышает демократическую ориентированность ТВ.

Важным дополнительным плюсом является также возможность вещания в этом случае из Акмола.

Не останавливаясь подробно на возможностях радио в связи с переходом на спутниковое вещание, отметим лишь то, что и в этом случае организация общественного радиовещания экономически целесообразна только на спутниковой системе вещания. Проблемы использования существующей схемы использования устаревших наземных линий и организационная структура раздельного владения разными субъектами производственных и распределительных сетей абсолютно идентичны проблемам телевидения. Спутниковая система позволит организовать в корпорации «Общественное радиовещание» 18 стерео- и 16 моноканалов.

5. Переход к новому качеству вещательной структуры позволяет определить их тематическую и языковую направленность с учетом интересов всех слоев населения республики, что является важным преимуществом перехода к спутниковому вещанию (табл. 8).

Таблица 8

Языковая и тематическая направленность
каналов НВС «ОТВ»

Владелец	Канал	Прим.	Статус (источн. фин.)
РКОТВ	Казахстан-1	каз., рус.	100 проц. абон. плата
	Алатау	каз., рус.	100 проц. абон. плата
	Интерканал	рус. и языки нац. меньшинств	100 проц. абон. плата
	«Канал 24»	каз., рус.	детский и семейн. полн. коммерчес.
СП		каз., рус.	бизнес-программа
РКОТВ	для России или Кирг., или Узбекистана		коммерч.
РКОТВ	платные ТВ каналы		22 цифровых канала

Таким образом укрупненно посубъективно организационно-производственную структуру ОТВ можно представить в следующем виде (рис. 4):

1-й Национальный «Казахстан»	Н А Ц И О	Центральное отделение корпорации «Общественное телевидение»	Технический центр
2-ой Национальный «Алатау»	Н А Л Б		Казвидеоком
3-й Национальный «Интерканал»	Н А Я		Музыкальные коллективы
Коммерческий «Бизнес-канал»	В Е		Производственно- эксплуатационн. объединение
«24 канал»	Щ А Т Е Л Б Н А Я		Казтелевидеофильм
			Газета «Телевидение Казахстана»
			поликлиника
			служба общественного питания
коммерческие (цифровые) каналы	С Е Т Б		Институт повышения квалификации

Рис. 4. Организационно-производственная структура ОТВ

Как видно из схемы, в качестве корпорации общественное телевидение представляет собой ассоциацию отечественных телерадиовещательных, журналистских, коммуникационных предприятий и организаций, которые объединяют свои интеллекту-

ально-квалификационные ресурсы и капиталы для участия в проведении единой коммуникационно-культурологической, финансово-денежной и инновационно-инвестиционной политики в едином информационном пространстве Казахстана, способствуя его вхождению в мировые информационные процессы.

Корпоративная структура управления принципиальным образом отличается от:

1) объединения, где централизуется производственный капитал хозяйствующих субъектов по технико-технологическому признаку;

2) ассоциации, где централизуется кроме производственного также и торговый капитал хозяйствующих субъектов по признаку объединения затрат на ресурсы и издержки по выпуску продуктов и оказанию услуг;

3) концерна, где объединению подлежат не только производственный и торговый, но и финансовый капитал хозяйствующих субъектов.

При корпоративной структуре управления во имя достижения одноМЕСТНО по вертикальным уровням и одноВРЕМЕН-НО по горизонтальным звеньям объединяются и производственный, и торговый, и финансовый, и инновационно-инвестиционный капитал хозяйствующих субъектов, каждый из которых при этом не теряет свою хозяйственную самостоятельность и творческую активность.

Вспомогательные и обслуживающие производства в корпорации также выделены в качестве самостоятельных его субъектов, работающих на договорных отношениях с основными вещательными каналами.

Так, технический центр производит техническое обслуживание передач и доведение их до «Казвидеокома». Производственно-эксплуатационное объединение осуществляет транспортное обеспечение каналов и содержание социальной инфраструктуры корпорации.

В качестве субъектов следует выделить и музыкальные коллективы, газету, поликлинику и службы общественного питания. Их финансовые взаимоотношения с корпорацией строятся на принципе самофинансирования.

В связи с тем, что в республике отсутствует база для подго-

товки специалистов телевидения и радио, в системе республиканского телевидения и радио существует острый дефицит инженерных кадров, специалистов телерадиомаркетинга, менеджмента, программирования, моделирования и прогнозирования телерадиопроизводства и вещания, предлагается создание при корпорации соответствующего института.

Внутренняя структура каждого канала представляет практически автономную структуру, состоящую из трех уровней управления — стратегического, тактического и оперативного.

На **оперативном** уровне работники творческих студий и инженерных центров проводят коммуникационно-культурологическую политику РКОТВ с целью содействия государственному курсу радикальных реформ в экономике, социально-духовной сфере установления гражданского мира и межнационального согласия, защиты общенациональных интересов и конституционные права граждан Республики Казахстан.

Для мобилизации интеллектуально-квалификационных ресурсов творческих кадров и инженерного корпуса на повышение эффективности и улучшения качества телерадиовещаний на различных уровнях (межгосударственных, республиканских, областных, городских и районных) студии тематических программ и инженерно-технические предприятия РКОТВ делегируют большую часть своих полномочий по проведению финансово-денежной и инновационной политики соответственно на тактические и стратегические управления.

На **тактическом** уровне специализированные управления РКОТВ проводят финансово-денежную политику создания и развития традиционного, кабельного и спутникового телевидения, телерадиокоммуникаций, информационных систем и сетей многопрограммного теле- и радиовещания для удовлетворения потребностей республиканских и иностранных физических и юридических лиц, а также введения в действие новых форм нетрадиционного обслуживания производителей и потребителей информационной продукции. Для повышения эффективности и улучшения качества распространений в мировом сообществе объективной информации о Республике Казахстан и происходящих в ней перемен специализированные управления РКОТВ делегируют большую часть своих полномочий по

проведению, инновационной и инвестиционной политики на стратегический уровень управления.

На **стратегическом** уровне наблюдательный и художественный совет, правление, президент и вице-президенты РКОТВ проводят инновационно-инвестиционную политику повышения конкурентоспособности отечественного теле- и радиовещания на уровне мировых стандартов за счет разработки, создания и введения в действие национальной спутниковой сети вещания, повышения эффективности и улучшения качества удовлетворения образовательных и духовных потребностей населения страны, развития и взаимодействия культур, языков, традиций этносов, проживающих в Казахстане. Именно здесь завершается создание информационно-коммуникационного канала РК ОТВ, в котором достигается глубокое уважение к историческому и культурному своеобразию каждого народа и народностей с исключением выпуска в теле-радиоэфир тенденциозных материалов и пристрастных выступлений, могущие привести к этническим спорам и религиозным конфликтам.

В результате интеграции деятельности оперативных, тактических и стратегических уровней управления каналов по вертикали в информационном пространстве (точно к месту) и синхронизации действий творческих кадров, инженерного корпуса и административного персонала по горизонтали в информационном времени (точно-во-времени) достигается повышение эффективности вещания в теле-радиоэфире с минимальными сбоями в технологии и рассогласованиями в сроках от получения заказа через подготовку до выпуска теле-радиопродукции. За счет мотивации деятельности и стимулирования действий творческих, инженерных и административных кадров по контрактной системе обеспечивается поиск тематики, выбор жанров и поддержание качества телерадиовещания на уровне мировых стандартов с минимальными дефектами в информационных продуктах и коммуникационных услугах РК ОТВ.

По форме собственности РКОТВ является акционерным обществом закрытого типа, которое во исполнение государственного заказа (контракта) принимает участие в разработке, координации и реализации государственной политики в сфере теле- и радиовещания, в подготовке предложений по совершен-

ствованию законодательства в едином информационном пространстве и времени для адресного, справедливого, аргументированного и взвешенного освещения процессов, происходящих в экономической, социальной и общественно-политической жизни страны.

Рамки экономического хозяйствования задаются жизненным циклом теле- и радиопроизводства, который в обязательном порядке включает следующие типовые стадии:

— Поиск тематики ТВ в соответствии с потребностями Заказчика,

— Выбор жанра ТВ в соответствии с интересами аудитории телезрителей и радиослушателей,

— Поддержание или обеспечение требований (авторских, редакторских, режиссерских, операторских и т. д.) с учетом творческо-квалификационного потенциала и материально-технических возможностей РК ОТВ,

— Выпуск передачи в эфир. Пределы юридического распоряительства задаются списком делегированных полномочий и в обязательном порядке включают организационно-технологические процедуры по:

1) разграничению хозяйственных прав (что, от кого и когда получить от вышестоящей инстанции, затребовать от подчиненного и воспользоваться услугами смежников);

2) распределению должностных обязанностей по целям, функциям и задачам;

3) закреплению служебной ответственности (за что, перед кем и когда произвести продукцию, оказать услугу и подготовить документацию).

Идеал, ценности, установки и цели структурных подразделений задаются концептуальной политикой, а проблемы, задачи и задания должностных лиц предписываются информационной стратегией РК ОТВ.

Разработка, согласование и утверждение типовых положений и должностных инструкций должны быть осуществлены в следующей последовательности:

1) упорядочение сфер деятельности РК ОТВ по объектному признаку во избежание хаоса с целью конкретизации функций и объектов управления по вертикальным уровням и горизонтальными звеньями;

2) регламентирование полей действий кадров РК ОТВ по субъективному признаку во избежание произвола должностных лиц с целью конкретизации их прав, обязанностей и ответственности за порученное дело;

3) нормирование индивидуальной лепты, групповой доли, коллективного пая и корпоративного вклада всех субъектов управления во избежание фактов наказания невиновных и поощрения не причастных;

4) аттестация творческого потенциала и тарификация квалификационного мастерства за производство полезных продуктов и оказание выгодных услуг телезрителям и радиослушателям.

Новая структура должна максимально соответствовать рыночным условиям, предполагающим создание хозяйствующих субъектов в области телерадиокommunikаций.

При разработке новой структуры использована новая функциональная и матричная организация. Руководство высшего звена корпорации отвечает за долгосрочное планирование, разработку политики, контроль действий в рамках всей организации.

При решении об изменении структуры организации были приняты во внимание следующие факторы: 1) атмосфера организации (гласность, независимость, направленность производства на прибыльность и т. д.); 2) система информации (получение статистических данных за плату); 3) методы управления и роль руководителей (большая самостоятельность подразделений и т. д.); 4) готовность части персонала к изменениям в организации; 5) новые идеи и новая стратегия деятельности; 6) ресурсы (технические и духовные).

Для корпорации выбрано традиционное в международной практике системно-функциональное управление. Для стратегического и оперативного управления использован метод департаментализации, когда разделение структуры на отдельные элементы, каждый из которых имеет четко определенную, конкретную задачу и обязанности, происходит с помощью группировки управленческого персонала. Поскольку при функциональной департаментализации структура делится на блоки, имеющие четко очерченные задачи.

Традиционные блоки — это отделы по координации произ-

водственной деятельности, финансов, международной деятельности, научных и перспективных исследований, административно-производственной деятельности. В связи с этим на стратегическом уровне созданы 5 главных управлений по вышеназванным направлениям деятельности. Это широкие области деятельности или функции, которые имеются в каждой корпоративной организации. Причем каждое из управления делится на ряд более мелких, с конкретно названными функциями подразделений (отделов). Такая структура стимулирует деловую и профессиональную специализацию, уменьшает дублирование функций и улучшает координацию в функциональных областях.

Структура центрального отделения РКОТВ также представлена тремя уровнями.

На стратегическом определяются стратегические цели корпорации, разрабатывается общий план производственной и других видов деятельности. Руководство стратегического уровня управления отвечает за долгосрочное планирование, разработку политики, контроль действий в рамках всей организации.

Тактический уровень структуры канала отражает горизонтальное разделение труда. Он представлен:

- главным программно-координационным управлением ТВ,
- главным управлением научных и общественно-полезных проектов,
- главным техническим управлением, которые в целом образуют блок управления производством;
- главным административным управлением,
- главным управлением международных связей и отношений, которые осуществляют управление внутренней средой и связи с внешней средой корпорации.

На тактическом уровне РКОТВ формулируются задачи для перечисленных выше подразделений, осуществляется координация и контроль за деятельностью всех подразделений РКОТВ.

Возглавляют главные управления вице-президенты РКОТВ.

Такая структура стимулирует деловую и профессиональную специализацию, уменьшает дублирование функций и улучшает координацию в функциональных областях.

Оперативный уровень управления охватывает всю систему социально-производственной инфраструктуры республиканского телевидения.

Это позволит создать полноценную социально-производственную инфраструктуру ТВ, представленную предприятиями, связанными общим технологическим циклом от подготовки, переподготовки высококвалифицированных кадров до выпуска высококачественной продукции (работ, услуг).

На оперативном уровне созданы студии тематических программ РКОТВ. Образование самостоятельных творческих групп, специализированных на производстве профессиональных, высокохудожественных программ телевидения, будет способствовать развитию конкуренции между коллективами, улучшению их качества, повышению эффективности производства и в перспективе позволит создать условия для перевода их на хозяйственные отношения.

К центральному отделению РКОТВ, обслуживающему на договорных условиях все каналы (хотя первый канал, как информационный будет, естественно, главным потребителем), следует отнести и соборовскую сеть, информационное агентство и международную службу.

Отказ от региональных каналов требует расширения соборовской сети.

Разобщенность деятельности информационных служб бывшей ГТРК «Казахстан» при формировании, подготовке и выдаче в эфир информационных материалов отрицательно сказывалось на географии, оперативности и их актуальности. К тому же корсеть республиканского телевидения, телефильма давно дублировали друг друга. Вот почему последние годы неоднократно перед правительством Республики Казахстан ставились вопросы объединения корсети ТВ и РВ и создания единой информационной службы. Технические и финансовые препятствия все последние годы не давали развиваться корреспондентской сети.

Спутниковое ТВ позволяет решить все проблемы оперативного информационного обеспечения.

С образованием РКОТВ необходимо срочно сформировать сеть корреспондентских пунктов во всех областях и трех городах Казахстана, а также в ряде стран ближнего и дальнего зарубежья; Анкаре, Урумчи, Минске, Ташкенте, Таллинне, Берлине и Париже.

В центральном отделении необходимо создание информационного центра, включающего три отдела: отделы внутренней и международной корреспондентской сети и отдел обмена теле- и радиоматериалами с зарубежными странами по каналам спутниковой связи. Только так можно обеспечить все теле- и радиоканалы РКОТВ материалами, отвечающими возрастающим запросам телезрителей и радиослушателей.

Так как одной из целей создания корпорации является вхождение Казахстана в мировые информационные процессы, организационная структура должна соответствовать стратегии. Существуют в данном случае несколько стратегических факторов: 1) побудить организацию, действовавшую в основном внутри страны, полностью использовать для своего роста возможности, имеющиеся за рубежом, 2) активизировать деловую активность за рубежом, 3) создать оптимальные условия для зарубежного инвестирования отрасли.

Одним из стратегических направлений выступает создание мощной централизованной информационной службы республики.

«ХАБАР» — информационное агентство теленовостей, которое должно достичь общепризнанной репутации ведущего поставщика политической, деловой, аналитической, прогностической, повседневной общепользуемой, научно-популярной, образовательной, познавательной информации о Казахстане и странах мирового сообщества.

«ХАБАР» предлагает новую информационную продукцию и расширяет тематику и объемы информации. Его достижения возможны благодаря высокому профессионализму, ответственности, самоотдаче всех сотрудников, которые являются блестящими репортерами, редакторами и экспертами в различных областях политики, экономики, бизнеса, социологии, культуры, науки.

Одним из проектов развития корпорации является создание единого комплекса производственной и в будущем социальной инфраструктуры РКОТВ и создание единого технологического цикла от производства и доведения видеоаудиопродукции к потребителю до подготовки высококвалифицированных специалистов отрасли. Для решения этих вопросов необходимо

глубокое изучение зарубежного опыта, помощь в подготовке, стажировке специалистов РКТРК необходимых профессий.

В качестве конкретных направлений сотрудничества с международными и зарубежными телерадиовещательными компаниями и организациями можно предположить:

1. Всемирные телевизионные новости (WTN)

Реализация договоренности между РКТРК и WTN по приему программы новостей, подготовленной компанией WTN с 26.9.1994 г. Для осуществления качественного приема информационных программ со спутника служба новостей WTN поставила корпорации систему для вертикального интервального кодирования и передачи (VICATS).

Сегодня необходимо заключить Соглашение с WTN о долгосрочной аренде оборудования и соответственно постоянному приему информационных программ, проводить совместную работу с WTN по обеспечению экспертиз и услуг рынку коммуникаций и вещателям как в Казахстане, так и за его пределами, в освещении событий, происходящих в регионе и подготовке специальных выпусков; использовать взаимный обмен программами на паритетной основе; создать на базе РКОТВ бюро WTN Центрально-Азиатского региона.

II. BBC

Заключение соглашения с представителями BBC о приобретении программ обучения английскому языку (на казахском и русском языках) для телевидения и радио. Обучение и подготовка специалистов РКОТВ на BBC, обмен специалистами, взаимный обмен новостями и другими программами. Предоставление информации о видах и стоимости телерадиооборудования. Приобретение оборудования через Британский фонд ноу-хау. Предоставление консультационных услуг специалистами BBC, в т. ч. в случае установления спутниковой связи.

III. Эн-Эйч-Кей (NHK)

Заключение Договора о демонстрации курса японского языка на ТВ, заключение Договора о приобретении телевизионных программ NHK и телевизионного оборудования, приобретенного под культурный грант, выделяемый японским правительством.

IV. Азиатско-Тихоокеанский вещательный союз (ABU)

Обмен программами с ABU как по спутниковой связи, так и посредством кассет, вступление РКОТВ в члены ABU,

развитие профессиональных контактов в интересах вещания. Совместная деятельность по обеспечению трансляций крупных культурных и спортивных событий.

V. ЮНЕСКО

Взаимный обмен телепрограммами, посвященными традиционным народным промыслам. Обучение и подготовка специалистов РКТРК по линии ЮНЕСКО. Сотрудничество с представителями по делам ЮНЕСКО при МИД РК по вопросам, входящим в компетенцию РКОТВ. Сотрудничество с Бюро ЮНЕСКО по коммуникациям в Азии. Проработка вопросов направления в РКТРК по линии ЮНЕСКО специалистов-консультантов для оказания практической и методической помощи. Представление корпорации информационного материала профессионального и методического характера по вопросам телевидения и радио.

VI. ТРТ и ТГРТ

Трансляция в Алматы и области программы ТРТ «Евразия». Взаимообмен телепродукцией. Создание совместных телепрограмм. Профессиональный обмен специалистами телевидения и радио. Информирование друг друга о своих планах в освещении внешнеполитических событий в обеих странах, координирование работы съемочных групп.

VII. CNN

Заключение Соглашения с CNN о приеме и трансляции всемирных новостей CNN, а также фильмов и других телевизионных видеопрограмм на основе бартера, т. е. за каждые 30 минут программы CNN будет предоставляться право на 4 минуты рекламы. Проработка финансовых вопросов о приобретении программ с учебным курсом английского языка. Организация и создание совместных программ и передач для телевидения.

VIII. Австрийское Пресс Агентур (АПА)

1. Изучение организационной структуры АПА, наиболее приемлемой модели информационной службы для корпорации. Профессиональные контакты и консультации со специалистами АПА. Подготовка специалистов РКОТВ.

IX. Рейтер

Развитие сотрудничества с представительством Рейтер, определение направлений сотрудничества. Развитие сотрудничества в области использования Ноу-Хау (сбор информации, организация службы новостей и т. д.)

X. Бернама

Обмен информацией, новостными программами. Обмен персоналом.

Учебно-консультативная помощь в области технологий новостей, организационной структуры.

Учитывая то, что Бернама является членом международной организации OANA (Организация Азиатско-Тихоокеанского Союза), целесообразно вступление в этот Союз. Бернама могла бы в этом случае оказать РКОТВ содействие, в т. ч. в предоставлении информации.

Формирование единого информационного пространства Казахстана и активизация вхождения в мировые информационные процессы, укрепление материально-технической базы и координации научно-исследовательской деятельности в сфере телевидения и радио требуют:

- комплектования единого по технико-экономическим и математико-программным показателям парка компьютерного оборудования и его аксессуаров;

- подготовки кадров;

- перехода от автоматизированных рабочих мест к комплексному, пакетному программированию и решению задач, постановки локальных и региональных сетей, сопряженных с международными.

Организационная структура управления корпорацией предусматривает преимущественно стратегическое управление.

В корпорации должна быть предусмотрена коллегиальная форма управления, которая обеспечивает следующие функции:

Наблюдательную — Наблюдательный Совет,

Исполнительную — Правление,

Творческую — Художественный совет,

Контролирующую — Ревизионная комиссия.

Наблюдательный совет состоит из представителей органов государственного управления, Национальной Комиссии по ТВ (или представителей Гражданского Совета) и президента РКОТВ. Состав правления утверждается Наблюдательным Советом и состоит из вице-президентов, председателя правления и его заместителя.

В Художественный совет входят руководители творческих коллективов, председатель совета, его заместитель и члены правления.

Ревизионная комиссия утверждается Наблюдательным Советом.

§ 4.3. ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ КОРПОРАЦИИ «ОБЩЕСТВЕННОЕ ТВ»

Как мы уже отмечали, в общем случае вещание может осуществляться из денег рекламодателей и спонсоров, продажи лицензий, прямых правительственных субсидий, абонентной платы или сочетания всех этих источников. Отдельно можно выделить введение налогов на продажу телевизионной техники, однако данный налог наименее распространен и вызывает серьезную критику со стороны зрителей.

Форма финансирования зависит от общих целей, стадии развития вещательной индустрии и соответственно финансовых нужд. Объем рекламных доходов может ограничиваться объемом и степенью развития экономики, уровнем доступного потребителю выбора или желанием ограничить коммерческую деятельность. В таком случае общественное финансирование становится кардинально важным для достижения поставленных целей. Они могут включать быстрое достижение национального масштаба вещания, создание производственной инфраструктуры и подготовку кадров, создание разнообразных программ или достижение определенного уровня производства в собственной стране.

В общем случае механизм финансирования определяется отношениями собственности. С этой точки зрения, как видно из табл. 9, государственному ТВ соответствует государственное (бюджетное) финансирование, общественному ТВ — общественное.

Противоречие, однако, существующего момента заключается в том, что ТВ не является государственным органом управления для содержания из бюджета, а является самостоятельным хозяйствующим субъектом — юридическим лицом (хотя и со 100-процентным государственным пакетом). В результате получается скрытая форма бюджетного содержания хозяйствующего субъекта.

Не решает проблемы и введение механизма контрактирования в этом случае, ибо появляется другое противоречие: государство, являющееся полным владельцем предприятия, заключает контракт с самим собой (?). Последнее, кстати, так-

же можно расценивать как скрытую форму государственного монополизма и бюджетного содержания предприятий (бюджетного кредитования).

Таблица 9

Формы финансирования ТВ

форма ТВ (по форме собств.)	субъект финансиров. (преимущ.)	форма финансирования
1. государственное 2. общественное	государство население и юридические лица	бюджетное а) абон. плата по потреблению электроэнергии или фиксированная; б) бюджетное (на объем контракта); в) налоги (на продажу ТВ техники, произво- дителей ТВ техники) г) собственные источники

Другими словами, противоречия, явившиеся плодом всяческих торможений ведомств, еще раз подтверждают, что единственным выходом в этом случае может быть образование общественного предприятия, финансируемого из небюджетных (неналоговых) источников.

Однако переход к общественному ТВ отнюдь не означает полного отказа от прямых правительственных выплат. Напротив, первоначальные вклады в развитие национального ТВ (бюджетные, возвратно-льготные и др.) могут достигать больших размеров.

Главным при этом является разделение процессов финансирования и производства программ. Другими словами, нежелательно связывать дозированное или разовое финансирование со стороны государства (например, первоначальные инвестиции на техническое перевооружение корпорации «ОТВ») с производством программ и вмешательством в содержание и сетку

программ. Финансовая поддержка со стороны государства и правительства, или даже отдельных крупных корпораций должна производиться только на спонсорской основе в целях поддержания национальной системы ТВ, без принятия каких-либо обязательств со стороны корпорации «Общественное телевидение Казахстана».

В дальнейшем, бюджетные источники финансирования используются только на контрактной основе для финансирования производства определенных программ по заказу правительства и Верховного Совета (освещение их деятельности, выборов президента и т. д.).

Общественному характеру будет соответствовать адекватное финансирование на основе абонентной (реже подписной) платы. Кроме того, как при государственном, так и при общественном ТВ остаются другие универсальные и дополнительные источники (рекламные доходы, спонсорские, от хозяйственной деятельности в виде продаж собственной продукции, перегоночных услуг, услуг вспомогательных производств — продажи газет, медицинских услуг и т. д.).

Изложим основные моменты такого финансирования ОТВ.

Многоуровневость финансового механизма требует рассмотрения его по крайней мере в 3-х аспектах. Во-первых, выработки концепции финансирования корпорации с точки зрения выбора эффективных его форм и источников, адаптированных к требованиям рыночной экономики и демократии. Во-вторых, выработки концепции финансовых взаимоотношений внутри корпорации между структурными подразделениями. И, в-третьих, рассмотрение финансовых отношений внутри структурных подразделений.

Механизм финансирования Республиканской корпорации «Общественное Телевидение Казахстана» должен иметь целью повышение эффективности деятельности РКОТВ, возможность развития корпорации на основе эффективного использования всех источников финансирования.

Такой механизм финансирования должен быть основан на принципе многоканальности (абонентного, бюджетного и собственного) финансирования.

Основные направления расходования средств РКТРК при этом определяются:

долгосрочные — в Национальной программе развития телевидения Казахстана с учетом интересов всего населения республики.

краткосрочные — в Государственном контракте на организацию телевидения, годовых индикативных планах развития.

Основными направлениями бюджетного финансирования являются финансирование расходов, связанных с выполнением государственного заказа в сфере телевидения, а также целевые капитальные вложения на модернизацию и расширение материально-технической, производственной базы РКОТВ, связанные с реализацией Национальной программы развития телевидения. Абонентный и собственные источники обеспечивают компенсацию текущих и капитальных затрат, связанных с расширением потребителю ориентированного вещания.

Государственное финансирование РКОТВ осуществляется на основе осуществления государственных закупок телепродукции РКОТВ и заключения государственного контракта.

Состав, объем государственных закупок продукции РКОТВ определяется ежегодно Кабинетом Министров РК (или ведомством с переданными ей правами государственного Заказчика) и утверждается Верховным Советом РК путем утверждения размеров бюджетных ассигнований на объем государственного заказа.

Государственным Покупателем продукции РКОТВ выступает Министерство финансов РК или другое, определенное Кабинетом Министров, ведомство.

Размер бюджетных ассигнований определяется исходя из объема и стоимости 1-го часа вещания, или методом прямого счета.

В объеме государственного контракта используются государственные тарифы и расценки.

К внебюджетным и собственным источникам финансирования РКОТВ относятся:

— обязательная абонентная плата за пользование телепрограммами в виде пропорциональной платы за электроэнергию (как вариант может использоваться фиксированная плата);

— налог на продажу телерадиотехники (как вариант; как подчеркнули мы выше, острой надобности в этом налоге нет, а кроме того он вызывает неприятие со стороны населения);

— собственные источники самофинансирования (доходы от

рекламы, лизинга, коммерческо-производственных услуг, сдачи в аренду стволов, каналов спутника и т. д.);

— добровольные взносы предприятий и предпринимателей, общественных организаций и граждан.

При заключении государственного контракта также необходимо определение методологических подходов к стоимости контракта. Ведь при прежней системе организации финансирования из бюджета, расчеты производились методом прямого счета. При смешанном финансировании и доминировании абонентной платы как основного источника финансирования, государство выступает в данном случае как заказчик и поэтому необходимо определение принципиальных подходов к расчету стоимости услуг предоставляемых корпорацией.

На наш взгляд, определение стоимости услуг корпорации должно производиться на основе **стоимости одного часа вещания.**

На сегодняшнем этапе при сохранении бюджетного финансирования использование метода прямого счета однако также не является экономически обоснованным, поскольку, во-первых, не применимо для самостоятельного хозяйствующего субъекта, отношения которого с государством должны строиться не на полном содержании его государством и, во-вторых, такой подход существенно затрудняет использование внутреннего финансово-экономического механизма и внутреннего коммерческого расчета структурных подразделений.

В соответствии с этим реально встает проблема определения методологических основ **нормативного бюджетного финансирования РКОТВ** и разработки объективных статистически-обоснованных экономических нормативов, обеспечивающих тесную увязку общественных и государственных интересов с интересами организаций и предприятий системы телевидения и их трудовых коллективов в создании и совершенствовании телепередач.

Применение экономических нормативов позволит изменить существующую систему бюджетного финансирования путем перехода от выделения средств из бюджета по отдельным статьям расходов к финансированию по нормативам, комплексно отражающим целевую направленность деятельности организаций телевидения.

Формирование единой системы нормативов основывается на следующих принципах:

— общности методологического подхода к формированию нормативов независимо от уровней их применения, единое статистическое поле, общая система поправок, общая система ограничений;

— сопоставимости нормативов, формируемых на различных уровнях, исходя из существующей связи между ними и применения обоснованных методов агрегирования и дезагрегирования;

— прогрессивности нормативов при изменении отдельных элементов их составляющих.

Разработка нормативов осуществляется на основе сметы затрат и отчетных показателей предыдущего года, принимаемого в расчетах за базовый, статистической отчетности, сложившейся структуры и сложности передач, контрольных цифр.

В системе телевидения устанавливается основной норматив бюджетного финансирования создания телепрограмм в расчете на 1 час вещания.

Структура и величина утверждаемых нормативов бюджетного финансирования должны обеспечивать возмещение материальных и приравненных к ним затрат на подготовку и выдачу в эфир материалов, формирование средств на оплату труда, социальное развитие коллектива, создание необходимой материально-технической базы и на научные разработки.

В качестве нормативообразующих факторов принимаются:

— объем телевизионного вещания в часах;

— доход от реализации выполняемых организациями телевидения работ (услуг) в стоимостном выражении (для бюджетных организаций — объем бюджетного финансирования).

Формирование нормативов бюджетного финансирования для телевидения осуществляется в следующем порядке:

— рассчитываются нормативы по телевидению для организаций ТВ РКОТВ. При этом учитываются общие расходы на создание необходимой материально-технической базы организаций республиканского телевидения и общие расходы на научные разработки.

Нормативы бюджетного финансирования организаций телевидения на планируемый период формируется на основе

отчетных показателей производственно-финансовой деятельности этих предприятий за предыдущий год.

При расчете нормативов используются исходные данные:

- контрольные цифры, задаваемые на планируемый период;
- объем местного телевизионного вещания в часах;
- показатели технической оснащенности и развития материальной базы (стоимость основных производственных фондов, в т. ч. стоимость основного технологического оборудования, стоимость нового строительства, реконструкции и техперевооружения);
- показатели изменения структуры и сложности передач;
- показатели производственной и финансовой деятельности в базовом году.

Все данные, используемые для расчета нормативов, сводятся в таблице показателей.

При формировании нормативов бюджетного финансирования учитываются следующие элементы затрат:

Заработная плата с начислением (статьи 1 и 2 сметы расходов).

Материальные и приравненные к ним затраты, включающие все виды собственных контрагентских расходов (статьи 3, 4, 5, 12, 14, 16, 18). При этом выделяются затраты:

- на услуги, оказываемые собственным РТЦ, размер которых может изменяться при увеличении объема вещания и техническом перевооружении (статьи 18е, 18ж);
- расходы по оплате услуг связи (статья 18а), исключаемые из расчета норматива бюджетного финансирования¹.

Нормативы бюджетного финансирования организаций телевидения и радиовещания определяются как величина бюджетных ассигнований на 1 час вещания.

Абонентная плата и собственные средства не входят в состав государственного бюджета Республики Казахстан и находятся в полном распоряжении Республиканской корпорации «Общественное Телевидение Казахстана».

Главной задачей этих доходов является активизация процессов развития ТВ за счет средств потребителей телепродукции и государственного дерегулирования отрасли.

¹Нумерация затрат по существующей сегодня системе бухгалтерского учета.

Контроль за своевременными полными поступлениями и правильным расходованием внебюджетных средств осуществляется РКОТВ.

РКОТВ на правах самостоятельного общественного предприятия выступает распорядителем внебюджетных поступлений.

Плательщиками платы за пользование телепрограммами (абонентами) являются любые лица, к которым относятся граждане Республики Казахстан, иностранные граждане, лица без гражданства, а также юридические лица.

Ставки абонентной платы ежегодно в начале года устанавливаются Парламентом и по представлению Республиканской корпорации «ОТВ».

Корпорация вправе использовать другие источники самофинансирования, в том числе: доходы от рекламной, коммерческой деятельности, продажи права оператора спутниковых каналов, привлечения средств в виде добровольных взносов и т. д.

Проекты бюджетов РКОТВ по источникам образования и статьям расходования разрабатываются корпорацией.

Ежегодные бюджетные планы и рабочие проекты РКОТВ должны обсуждаться и получать одобрение в Национальной Комиссии по ТВ (в части абонентной платы), Парламенте РК.

Годовой финансовый отчет РКОТВ после предварительного рассмотрения и корректировки в Министерстве финансов РК и Национальной Комиссии по ТВ представляется на рассмотрение и утверждение Парламенту РК.

Министерство финансов совместно с Национальной Комиссией по ТВ принимают полный годовой финансовый отчет, его инвентаризационную и балансовую ведомость, отчет о прибылях и убытках, рассматривает план бюджета на предстоящий период и после предварительной экспертизы представляет их в парламент.

Парламент утверждает как государственную расходную часть, так и размер ежемесячной абонентной платы на предстоящий период.

Средства РКОТВ, не использованные в отчетном году, изъятию не подлежат и переходят на следующий финансовый год.

Средства, поступающие в виде внебюджетных доходов, в

соответствии с Налоговым Кодексом РК подлежат налогообложению как висбюджетные доходы некоммерческих предприятий.

Президент РКОТВ самостоятельно решает текущие финансовые вопросы и задачи во взаимодействии с Правительством республики, министерствами, ведомствами и общественными организациями, деятельность которых связана с функционированием телевидения.

Порядок приема и работы с инвалютой регулируется соответствующим законодательством Республики.

В целях раздельного учета, контроля и отчетности в Национальном Банке РК и его учреждениях открываются раздельные счета для зачисления средств:

- государственного бюджета;
- в виде абонентной платы;
- других видов дохода (от рекламной деятельности, сдачи внаем помещений, техники, эфирного времени, др. видов коммерческой деятельности).

Как показывают расчеты (см. ниже), введение любой формы абонентной платы (или по потреблению электроэнергии или в виде фиксированной платы посемейно) в достаточно небольших размерах способно привести к полному или почти полному отказу от бюджетного финансирования.

В случае абон. платы по потреблению электроэнергии годовой бюджет РКТРК на 1995 г. с коренной модернизацией производственно-технической базы был бы адекватен сборам 10 тиын за квт. час с населения и 30 тиын с предприятий; в случае введения фиксированной платы семей это было бы примерно 80 рублей за пользование телепрограммами ежемесячно с каждой семьи. Причем как налог на продажу телевизионной техники, так и налог с производителей телетехники значительно уступают по размерам этому источнику финансирования и не стоят усилий по их сбору, если, конечно, их не поднять до значительной суммы в процентах к стоимости, что чревато серьезным недовольством со стороны производителей или торговцев техникой.

Кроме того, недопустимо введение налога (на продажу или на производство) нендобности без адресного использования корпорацией, что возможно только через создание внебюджет-

ного Фонда (при этом средства, минуя бюджет, попадут в Фонд). Однако общая установка правительства на сокращение общего числа налогов и внебюджетных фондов и расчеты автора убеждают в введения такого налога.

Абонентная плата является гарантией независимости вещательных компаний как от чрезмерно активных финансовых структур и рекламных агентств, так и от различных властных структур, создает прямые экономические связи между населением и производителями программ.

При введении абонентной платы разрабатывается система льгот для определенных категорий населения (участники войны, инвалиды, многодетные семьи и т. д.)

Абонентная плата может производиться двумя способами:
а) введение фиксированной абонентной платы для семей
б) включения платы за получение телерадиопрограмм общегосударственной корпорации в плату за электроэнергию

В последнем случае есть определенный смысл и логика, связанные уже с мировой практикой использования абонентной платы в таком виде.

Замечено, что семья, потребляющая большее количество электроэнергии, вполне может позволить себе по уровню доходов наличие в семье нескольких телевизоров. Более того, населением поддерживается и легче воспринимается психологически именно пропорциональный метод абонентской платы. Существуют и организационные аргументы в пользу такого изъятия: в случае длительной неуплаты взносов отключается электроэнергия, уменьшаются бухгалтерские и прочие организационные процедуры, РКОТВ лишь содержит бухгалтерский штат, не вводя штата агентов по сборам или контролеров и т. д.

Расчеты применительно к бюджетам РКТРК на 1995 год с включением в них затрат на полную техническую модернизацию ТВ, а также оплаты первого года аренды спутника «Интелсат» показывают, что размеры абонентной платы как в первом случае, так и во втором не представляются обременительными для семей даже с низкими доходами.

Расчет для первого случая:

Численность населения Республики Казахстан — 17000 тыс. чел.

При среднем размере семьи в 3—4 чел. количество семей — 5000 тыс.

Количество семей, не принимающих телевизионные программы (9 процентов) — 450 тыс.

Количество льготных семей с 50-процентной в среднем платой (20 процентов населения) — 1000 тыс. семей.

Тогда абонентная плата составит:

— за пользование 5-тью ТВ программами РКОТВ — 80 тенге в месяц.

Итого доход от телевизионной платы — 3888000 тыс. тенге.

Что касается предприятий, организаций и др. юридических лиц, то наиболее приемлемым является вариант схемы либо также пропорциональной потреблению электричества, либо платы пропорционально количеству работающих (что может быть более обоснованно), например, на каждые 20 работников производится взнос одной семьи.

Причем, как видно из расчета, введение абонентной платы достаточно и без введения дополнительных налогов на продажу телерадиотехники и на производство телерадиопродукции (последний налог использовался в прежней экономической системе и направлялся в бюджет).

Необходимо также иметь ввиду, что сохранение на первых этапах государственного контракта и заказа будет соответствующим образом уменьшать и даже эти суммы сборов. Так, при размере госконтракта на 50% от действующего объема вещания, размеры абонентной платы уменьшатся также на эту сумму и составят 40 тенге в месяц.

Рекламные доходы выступают в условиях рыночной ориентации и повышение конкурентоспособности становится важным источником самофинансирования ОТВ.

Рекламодатели могут купить эфирное время несколькими способами: они могут спонсировать всю программу, участвовать в программе, покупать рекламные заставки в программе или пользоваться рекламными паузами в промежутках между программами.

В литературе сегодня нет точных определений рекламы и спонсорского участия. Это часто приводит на практике к спорам по определению подходов в тех или иных случаях к деятельности особенно структурных подразделений.

На наш взгляд, когда рекламодатель обязуется работать с конкретной программой, это называется спонсорством. Такой рекламодатель несет ответственность за содержание программы и стоимость ее производства, а также за саму рекламу. Спонсор имеет контроль над содержанием и размещением рекламы, она может быть вставлена в программу и продолжаться ровно столько, сколько это потребует спонсор. Например, спонсорская передача, посвященная рекламированию полировочного материала ТАЧЛЕСС в США, длится около 20 мин. Реклама внутри передачи отбиралась самим спонсором, а передача повторялась 3 раза в разные дни.

Высокая стоимость спонсорских передач приводит к тому, что многие рекламодатели идут на совместное спонсорство, что позволяет им получать преимущества спонсорских передач путем наименьшего риска и меньших затрат.

В отличие от спонсорских передач, рекламные вставки дешевле, они транслируются блоками в промежутках между программами, приобрести его можно любыми отрезками времени (от 5 сек. до 60).

Основным недостатком рекламных заставок является их выпуск рекламными блоками, что существенно снижает их эффективность (зритель может переключить до окончания блока на другую программу, рассеивается внимание и т. д.).

Рекламная деятельность на ОТВ будет весьма доходной ввиду большой территории охвата. Причем рекламное время можно покупать как у всей телесети (РКОТВ), так и у отдельных телеканалов. Однако национальная телесеть естественно будет отдавать в этом случае предпочтение покупателям национального эфира (все телесети), как наиболее дорогих (что конечно не всегда отвечает интересам самого рекламодателя, товар которого направлен на зрителя именно того или иного канала).

За рубежом в таких случаях практикуется принцип участия, когда несколько рекламодателей покупают 30—60-секундные отрезки программы. Можно участвовать в программе и эпизодически или регулярно, что позволяет планировать плавную затраты.

Другие небюджетные и неабонентские доходы имеют самый разнообразный характер. В приложениях приведены примеры договоров с, например, самостоятельными творческими группа-

ми, вступающими в договорные отношения с РКОТВ по производству и передаче по НВС тех или иных программ. К примеру, автором поощрялось сотрудничество с творческой группой по освещению праздника конных соревнований «Тайбурыл», при котором между творческой группой и РКТРК заключался договор. РКТРК, в соответствии с договором, несло затраты по освещению праздника, доходы же от проведения праздника делились поровну.

К другим видам таких доходов можно отнести доходы от сдачи в аренду стволов спутника, видеомонтажного оборудования, транспорта, помещений, доходы от продаж (программ, фильмов «Казтелефильма», газет и др.).

В качестве варианта, как мы уже отмечали, может быть введен налог на продажу телевизионной техники. Во избежание нецелевого использования, целесообразно в этом случае образование специального внебюджетного фонда — Фонда развития ТВ Казахстана. Спецификой такого Фонда является использование его не только общенациональными каналами, но и местным ТВ.

Фонд развития телевидения Казахстана является самостоятельной финансово-банковской системой, созданной в рамках Республиканской корпорации «Общественное ТВ Казахстана» и предназначается для финансирования проводимых ею мероприятий по реализации государственной политики в области развития телевидения.

Фонд развития телевидения образуется на республиканском и областных (Алматинском и Ленинском городских) уровнях и в своей деятельности руководствуется Законами Республики Казахстан, актами Верховного Совета Республики Казахстан, другими постановлениями и распоряжениями, действующими в республике.

Денежные средства Фонда развития телевидения Казахстана (далее — Фонда) не входят в состав государственного бюджета Республики Казахстан и находятся в распоряжении Республиканской корпорации «ОТВ Казахстана».

Главными задачами Фонда являются:

- финансирование расходов, связанных с выполнением государственного заказа в сфере телевидения;
- формирование единого информационного пространства

Казахстана, активизация вхождения его в мировые информационные процессы;

- обеспечение максимального охвата населения Республики многопрограммным ТВ;
- проведение единой технической, технологической и инвестиционной политики, направленной на совершенствование и развитие материально-технической базы ТВ;
- совершенствование и социально-экономической мотивации в системе телевидения Казахстана;
- содействие процессам постепенной приватизации сферы телевидения;
- другие задачи, связанные с реализацией национальной политики в сфере телевидения;

Средства Фонда образуются за счет:

- налогов на продажу (реализацию) телерадиотехники;
- добровольных взносов предприятий и предпринимателей, общественных организаций и граждан, доходов от коммерческой и банковской деятельности Фонда.

Взимание и учет обязательных и целевых поступлений, взносов, штрафов и других поступлений в Фонд, их зачисление на соответствующие счета и использование осуществляется в порядке, утверждаемом Кабинетом Министров Республики Казахстан.

Фонд формируется на областных, Алматинском и Ленинском городских и республиканском уровнях.

Размер средств, оставляемых в распоряжении его местных отделений, ежегодно определяется правлением Фонда с учетом задач и развития телевидения в данном регионе.

Для аккумуляции средств Фонда и их использования в Национальном Банке РК, его учреждениях открывается единый текущий счет, а также специальные счета для зачисления поступающих средств в инвалюте и драгоценностях. Порядок совершения операций по счетам этого фонда определяется Республиканской корпорацией «ОТВ» по согласованию с Национальным Банком.

Основные направления расходования средств Фонда определяются в Национальной программе развития телевидения Казахстана с учетом интересов всех налогоплательщиков.

Все пожертвования, а также организационная помощь

Фонду регистрируются в Правлении Фонда, а в особых случаях сообщаются через телевидение.

Контроль за своевременными полными поступлениями и правильным расходованием средств Фонда осуществляется Республиканской корпорацией «ОТВ» с привлечением в необходимых случаях Главной налоговой инспекции. Отчеты об использовании средств Фонда ежегодно сообщаются по Республиканскому телевидению и радио.

Плательщиками взносов в Фонд развития телевидения являются любые юридические и физические лица, продающие телерадиотехнику.

Объектом налогообложения является стоимость реализуемой продукции.

Ставка налога в текущем календарном году устанавливается Верховным Советом по представлению Республиканской корпорации «ОТВ Казахстана», но не менее 1 процента от стоимости.

Другие вопросы по порядку оплаты взносов регулируются инструкциями Главной налоговой инспекции и налоговым законодательством Республики Казахстан.

Проекты бюджетов республиканской и региональной частей Фонда по источникам образования и статьям расходов средств разрабатываются Республиканской корпорацией «ОТВ Казахстана», соответствующими службами и подразделениями областных телекомпаний, городов Алматы, Ленинска и утверждаются правлением Фонда по согласованию с областными, Алматинской и Ленинской городскими администрациями.

Средства Фонда, не использованные в отчетном году, изъятию не подлежат и переходят на следующий финансовый год.

Средства, поступающие в Фонд, освобождаются от всех видов налогов, а также государственных и таможенных пошлин.

Органами управления Фонда являются его Правление, Исполнительная дирекция и ревизионная комиссия.

Правление Фонда, Исполнительная дирекция и ревизионная комиссия создаются на республиканском уровне.

На местных уровнях задачи формирования и использова-

ния Фонда решаются соответствующими финансовыми подразделениями Республиканской корпорации в областях и Ленинске.

Районные и городские (кроме г-ов Алматы и Ленинска) телекомпании в пределах выделенных им средств и предоставленных прав самостоятельно распоряжаются этими средствами Фонда по направлениям его использования.

Правление Фонда решает возложенные на него задачи во взаимодействии с Правительством республики, министерствами, ведомствами и общественными организациями, деятельность которых связана с функционированием теле-и радиовещания.

В состав Правления на постоянной основе входят руководители областных и Алматинской городской телекомпаний, а также представители Республиканской корпорации «ОТВ Казахстана», Министерства финансов, Национального Банка РК и Исполнительный директор Фонда.

В состав Правления по представлению Республиканской корпорации «Общественное телевидение Казахстана» могут также включаться представители государственных и общественных организаций, деятельность которых связана с телевидением.

Председатель Правления Фонда назначается решением Кабинета Министров Республики Казахстан.

Правление Фонда:

- несет всю полноту ответственности за своевременное и полное финансирование расходов, предусмотренных в национальной программе развития телевидения;
- определяет перспективные и очередные задачи Фонда;
- распоряжается финансовыми и материальными средствами Фонда;
- вносит в Кабинет Министров РК предложения по размерам взносов в Фонд;
- рассматривает и утверждает бюджет и смету расходов Фонда, а также отчеты об их использовании;
- принимает решения о создании и ликвидации предприятий и организации Фонда;
- утверждает структуру, штаты, смету расходов, включая фонд оплаты труда самого Правления и ревизионной комиссии;

- назначает Исполнительного директора;
- в пределах своей компетенции утверждает положения и инструкции по вопросам, относящимся к деятельности Фонда;
- сотрудничает в установленном порядке с международными организациями по вопросам, относящимся к компетенции Фонда и представляет Фонд во взаимоотношениях с международными, общественными организациями.

Правление Фонда созывается по мере необходимости, но не реже одного раза в год. Оно правомочно принимать решения при наличии не менее двух третей его членов. Решения Правления принимаются открытым голосованием простым большинством голосов присутствующих членов правления.

Для осуществления исполнительно-распорядительных функций и оперативного руководства деятельностью Фонда решением Правления создается постоянно действующая Исполнительная дирекция. Положение об исполнительской дирекции утверждается Правлением Фонда.

Состав ревизионной комиссии Фонда и Положение о ней утверждается Республиканской корпорацией «Телевидение и радио Казахстана» и Министерством финансов Республики Казахстан.

Председатель ревизионной комиссии Фонда назначается Кабинетом Министров РК.

Ревизионная комиссия Фонда:

- контролирует финансовую и хозяйственную деятельность Правления Фонда и его местных органов;
- проводит ревизии состояния и учета материальных ценностей, проверяет сроки и правильность прохождения дел в исполнительской дирекции, состояние работы с письмами, предложениями и заявлениями граждан;
- проверяет правильность и своевременность поступления средств в Фонд, осуществляет контроль за их расходованием;
- оказывает методическую помощь контролирующим органам по вопросам, связанным с деятельностью Фонда;
- представляет результаты проведенных проверок в правление Фонда и при необходимости в Кабинет Министров.

При Правлении Фонда из числа его членов и актива мо-

гут создаваться комиссии и другие формирования по основным направлениям деятельности Фонда.

Председатель Правления Фонда и по его поручению исполнительный директор на основании решений правления и от его имени открывают счета в инвалюте для зачисления на них средств, поступающих от иностранных граждан и компаний.

Порядок приема и работы с инвалютой определяется Министерством финансов.

Указанные валютные средства используются только целевым образом на развитие телевидения РК.

Финансовые взаимоотношения между подразделениями корпорации строятся на принципах коммерческого расчета. По существу корпорация утверждает внутрикорпоративные расчетные цены и регулирует договорные отношения между подразделениями с учетом их интересов.

Предлагаемый проект предусматривает договорные взаимоотношения между РКОТВ и АК «Казахтелеком» Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан, в части обслуживания «Казахтелекомом» приемо-передающих средств, что обеспечит реализацию общегосударственных интересов и создание эффективного хозяйственно-экономического механизма.

РКОТВ арендует производственные площади и сооружения для передающего оборудования у АК «Казахтелеком» на маломощных радиотелевизионных станциях (РТС) по линии РРЛ, а в свою очередь АК «Казахтелеком» арендует необходимые средства у РКОТВ на мощных РТС.

Организация общественного вещания пользуется, как правило, полной или почти полной (за исключением оговоренных законодательством ограничений, например, пропаганды насилия, этнических разногласий, некоторых сторон предвыборной кампании и т.д.) независимостью в выборе программ и их содержания и несут, другими словами, функции служения обществу. Последнему, кстати, способствует также и то, что в отличие от коммерческого вещания, общественное вещание имеет более значительные расстояния распространения сигналов и охватывает всю территорию страны.

§ 4.4. МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ КОРПОРАЦИИ

Главной целью мотивационного механизма системы управления корпорации «ОТВ» является повышение качества работы как всех структурных подразделений корпорации (от каналов до редакций), так и индивидуально каждого работника.

В современной русскоязычной и зарубежной экономической литературе практически не затронута проблема стимулирования труда телевизионных работников. Между тем, данная проблема весьма сложна ввиду специфики вещательной деятельности.

Наряду по спецификой конечного продукта вещательной организации в виде информации, специфичным является и структура производственной деятельности. Вещательное производство является сложным многоотраслевым производством, сочетающим в своем технологическом цикле работу вспомогательных производств (автомобильного, технического, декорационно-осветительного, энерго- и др. цехов), коммуникаций (передача программ к потребителю). Кроме того, сама номенклатура основных профессий внутри телеканалов весьма разнообразна по характеру и содержанию труда. Функциональные обязанности основных профессий: режиссера, постановщика, редактора, ведущего, комментатора и др. профессий, различаясь качественно, не дают возможности вести факторное их различие по факторам сложности, квалификации их труда.

Мотивационный механизм должен, на наш взгляд, базироваться на принципе многоуровневости:

- на уровне каналов и центрального отделения корпорации мотивационная направленность стимулов должна базироваться на принципе коммерческого расчета, стимулируя тем самым повышение конкурентоспособности канала в целом, его популярность;

- на уровне первичных производственных ячеек: редакций, творческих групп, объединений должны найти как количественные, так и качественные показатели деятельности. В данном случае рыночная мотивация должна быть направлена на зависимость количественных показателей (в качестве которых выступает объем собственного вещания) с качественными ре-

зультатами деятельности (рейтингом популярности и увеличивающимся в связи с этим количеством выходов в эфир);

- на уровне индивидуумов мотивация должна базироваться на всесторонней оценке качества индивидуального труда. Причем тарификация работника, как отмечалось нами выше, должна базироваться на принципе стимулирования длительных и постоянных в течение длительного времени качественных результатов труда. Принцип такой дальней мотивации позволяет более справедливо производить оценку заслуг работника перед организацией и способствует постоянному квалификационному росту работников.

Определение таких подходов к мотивационному механизму требует определения критериев коммерческого интереса, стимулов повышения качества труда.

На уровне каналов, а также центрального отделения корпорации стимулы коммерческого расчета основаны на том, что каналы и производящие подразделения центрального отделения экономически полностью самостоятельны в зарабатывании и использовании дополнительных доходов. Абонентная оплата для каналов производится лишь на определенный Национальной Комиссией объем собственного вещания.

Причем в смету при определении стоимости одного часа вещания включается лишь нормативная (тарифная) заработная плата персонала, гонорарные и постановочные без включения премиальной части. Это предполагает в данном случае усиление стимулов качества продукции каналов с целью получения дополнительных доходов. В качестве дополнительных доходов на уровне каналов выступают: рекламные доходы, доходы от продажи программ, спонсорские и др.

Важно также то, что абонентная плата устанавливается не на общий объем вещания, а на собственный, что стимулирует каналы на повышение качества продукции (рекламодатели не будут идти в программы низкого качества).

На уровне корпорации аккумулируются другие висабонентские доходы, такие как доходы от сдачи в аренду стволов спутника (в том числе областным телекомпаниям, республиканской корпорации «Общественное РВ» и др.) и др. направляются только на общекорпоративные цели развития. Доходы производительных структур центрального отделения скла-

дываются на основе продаж собственной продукции (информационных сюжетов, собкоровских материалов и т.д.) каналам.

Как самостоятельные подразделения корпорации каналы рассчитываются за услуги таких же самостоятельных предприятий как Технический Центр (использование ПТС, видеомонтажного оборудования и т.д.), ПЭО (использование автотранспорта и прочие услуги и др.).

Рассмотрим основные положения такого мотивационного механизма.

Организация заработной платы в самостоятельных подразделениях корпорации направлена на стимулирование творческой и производственной активности персонала, повышение заинтересованности в получении подразделением прибыли, стимулирование роста квалификации каждого работника, снижение затрат и улучшение результатов труда.

Каналы и др. подразделения в соответствии с Уставом и др. законодательными документами самостоятельно разрабатывают формы и системы оплаты, в т. ч. контрактные, договорные формы.

Принципы оплаты труда, предлагаемые нами, являются первым этапом внедрения полных хозрасчетных отношений (с определением внутренних расчетных цен, включающих материальные и приравненные к ним затраты, содержание основных и оборотных средств и т.д.) в каналах.

Внедрение оплаты труда как элемента (первого этапа) хозрасчетных отношений ведет за собой ограничение этих отношений только прямыми затратами на оплату.

Источником ФОТ канала (включая гонорарный и постановочный и тарифный фонды) являются абонентские сборы и бюджетные ассигнования на объем госконтракта телевидения. Дополнительным источником материального вознаграждения (ФМП) является часть прибыли корпорации, образуемая из собственных доходов за счет коммерческой, рекламной и др. деятельности.

Планирование ФОТ по подразделениям осуществляется исходя из норматива ФОТ на один час собственного вещания, или лимитов численности. В отдельных случаях по решению Президента дифференциация может производиться по уров-

ням (категориям) подразделений, объемам собственного вещания. Гонорарный и постановочный фонды планируются подразделениям отдельно.

Направления использования ФОТ на канале определяются функциональными назначениями составляющих его элементов (подфондов — тарифного, надбавок, постановочного, гонорарного). Постоянная тарифная часть (а значит и норматив заработной платы в целом) отражает квалификацию работника и определяется в соответствии с тарификацией работников.

Надбавки (более переменный элемент) к тарифной ставке отражают сложность жанров и ответственность выполняемых работ, а также такие факторы, как стаж, высокие результаты в течение долгого времени (результаты годовой аттестации персонала). Премии отражают текущие конечные результаты (качество и уровень передач прошедшего месяца).

Собственный ФОТ телеканала определяется на основе норматива заработной платы на 1 час собственного вещания и фактического объема собственного вещания (по результатам месячных данных). Собственный ФОТ (норматив) включает наряду с тарифным фондом фонд надбавок (в пределах и при наличии бюджетных ассигнований). Установление надбавок производится в подразделениях самостоятельно с учетом сложности работ, стажа и др. факторов.

Каждому подразделению, кроме того доводится объем средств на плановые услуги РТЦ и автоцеха. Плановые услуги РТЦ и автоцеха определяются как объемы заработной платы этих подразделений, приходящиеся на объем собственного вещания того или иного канала (подразделения), рассчитанного на основе нормативов заработной платы на 1 час загрузки оборудования этих подразделений (трактовых репетиций, оборудования видеозаписи, эксплуатации автомобиля).

Взаиморасчеты по выполненным услугам производятся по лицевым счетам этих подразделений в бухгалтерии (по обслуживанию республиканских подразделений) корпорации, на основе поданных справок, табуляграмм (чеков), о фактическом использовании услуг РТЦ и автоцеха и подписываемых руководителями подразделений.

Нарушение оперативно-календарных графиков (срывы, простои, опоздания по вине сторон) влечет за собой санкции в

виде прямого уменьшения ФОТ виновной стороны. Применение санкций (хозрасчетных претензий) регулируется соответствующим Положением, а споры решаются арбитражной комиссией.

Отношения по поводу оплаты услуг между творческими подразделениями, РТЦ и автоцехом оформляются между подразделениями договорами. Ежемесячно до 26 числа координационная служба разрабатывает согласованный с руководителями телерадиоканалов комплексный график загрузки оборудования РТЦ и автотранспорта по плановым передачам.

Фактически собственный ФОТ подразделений увеличивается (уменьшается) на величину экономии оплаты услуг РТЦ и автоцеха и величину сальдо штрафных санкций. Фактический ФОТ РТЦ и автоцеха образуется за счет поступлений на объем выполненных ими услуг и сальдо штрафных санкций. (Экономия затрат времени на подготовку, записи передач используется РТЦ и автоцехом на выполнение сторонних услуг и регулируется положением об участии в прибылях).

Экономия в подразделениях оплаты услуг РТЦ и автоцеха направляется на увеличение ФМП этих подразделений.

ФМП канала распределяется по его подразделениям пропорционально объему собственного вещания. Условиями премирования в полном размере выступают:

— для подразделений: выполнение объема оригинального вещания и создание программ на высоком исполнительско-художественном уровне (табл. 10).

Таблица 10

**Корректировочные коэффициенты ФМП
по качеству продукции**

Процент передач канала, отнесенных худож. советом канала к I группе оплаты ¹	20	40	60	80	100
Коэффициент уменьшения (увеличения) расчетного размера премии	0,5	0,7	1,0	1,5	2,5

— для РТЦ: а) выполнение норм монтажа и записи и отсутствие преднамеренных задержек в подготовке передач (50% расчетного размера); б) уровень брака, дефектов в техническом оформлении брака (табл. 11).

¹ Положение об отнесении передач по категориям оплаты и сложности прилагается.

Таблица 11

**Корректировочные коэффициенты ФМП РТЦ
по техническому качеству передач**

Процент передач, отнесенных худож. советом с замечаниями по техническому качеству	0	10	20	30	более 30
Коэффициент уменьшения (увеличения) расчетного размера премии	1,5	1,0	0,6	0,3	0

— для автоцеха: качество обслуживания передач транспортом (отсутствие срывов графиков предоставления транспорта, поломок во время подготовки передач и др.) (табл. 12).

Таблица 12

Корректировочные коэффициенты ФМП автоцеха

Количество срывов передач по вине транспорта	0	до 5	до 10	свыше 10
Коэффициент уменьшения (увеличения) расчетного размера премии	1,5	1,0	0,5	0

Распределение ФМП в подразделениях производится самостоятельно с учетом нарушений и вклада каждого работника.

Подразделения вправе заключать самостоятельно договоры с творческими коллективами в пределах выделенного им фонда, увеличивать или уменьшать численность работников, вводить дополнительные штаты. При этом ФОТ не изменяется и определяется только нормативной численностью на объем оригинального вещания.

В целях повышения эффективности производства, усиления экономической заинтересованности коллективов в росте производительности труда, экономии материальных, трудовых и финансовых ресурсов в подразделениях корпорации с законченным циклом производства применяются более глубокие формы хозрасчетных отношений.

Перевод на хозрасчетные отношения оформляется приказом руководителя канала.

Хозрасчетное подразделение функционирует на основе Положения, имеет лицевой счет на канале.

Подразделение самостоятельно формирует штаты и творческие коллективы, распорядок работ на основе Договора с каналом. Самостоятельно осуществляет хозяйственную деятельность, формирует согласованные с каналом планы, устанавливает собственный порядок распределения ФОТ, производя необходимые отчисления от хозрасчетных доходов в фонды канала.

Для учета, экономического планирования деятельности хозрасчетных подразделений и организации расчетов с корпорацией по нормативам материальных и приравненных к ним затрат, утвержденным штатным расписанием разрабатываются планово-расчетные цены по номенклатуре продукции (видам, типам фильмов и т. д.).

Хозрасчетный доход определяется как разность между вырученными средствами (централизованные, спонсорские ассигнования, доходы от прочей, в т. ч. коммерческой деятельности) и затратами на производство.

В смету затрат по заработной плате при калькуляции себестоимости продукции (нормативе заработной платы на единицу продукции) хозрасчетного подразделения могут не включаться постановления и гонорарные расходы, планирование и распределение которых осуществляется отдельной сметой.

Оплата труда центрального руководства канала, руководителей подразделений канала осуществляется на основе индивидуальных контрактов, заключенных с ними Президентом канала.

При заключении контракта учитываются ответственность, сложность, новизна и объем функциональных обязанностей того или иного руководителя.

Контракт заключается по форме, разработанной на канале.

Текущее премирование руководителей осуществляется приказом Руководителя с учетом выполнения условий контракта.

Должностные оклады и размеры надбавок работникам управленческих подразделений (аппарата Руководителя, служб заместителей) устанавливаются на основе утвержденного штатного расписания по представлению руководителей подразделений, вице-президентов.

Рейтинг и вклад в увеличение прибыли отражаются участием в прибылях.

Премирование работников управленческих подразделений осуществляется с учетом экономии сметы на содержание управленческих подразделений в размерах, не превышающих 150% от расчетного размера премирования работников основных подразделений.

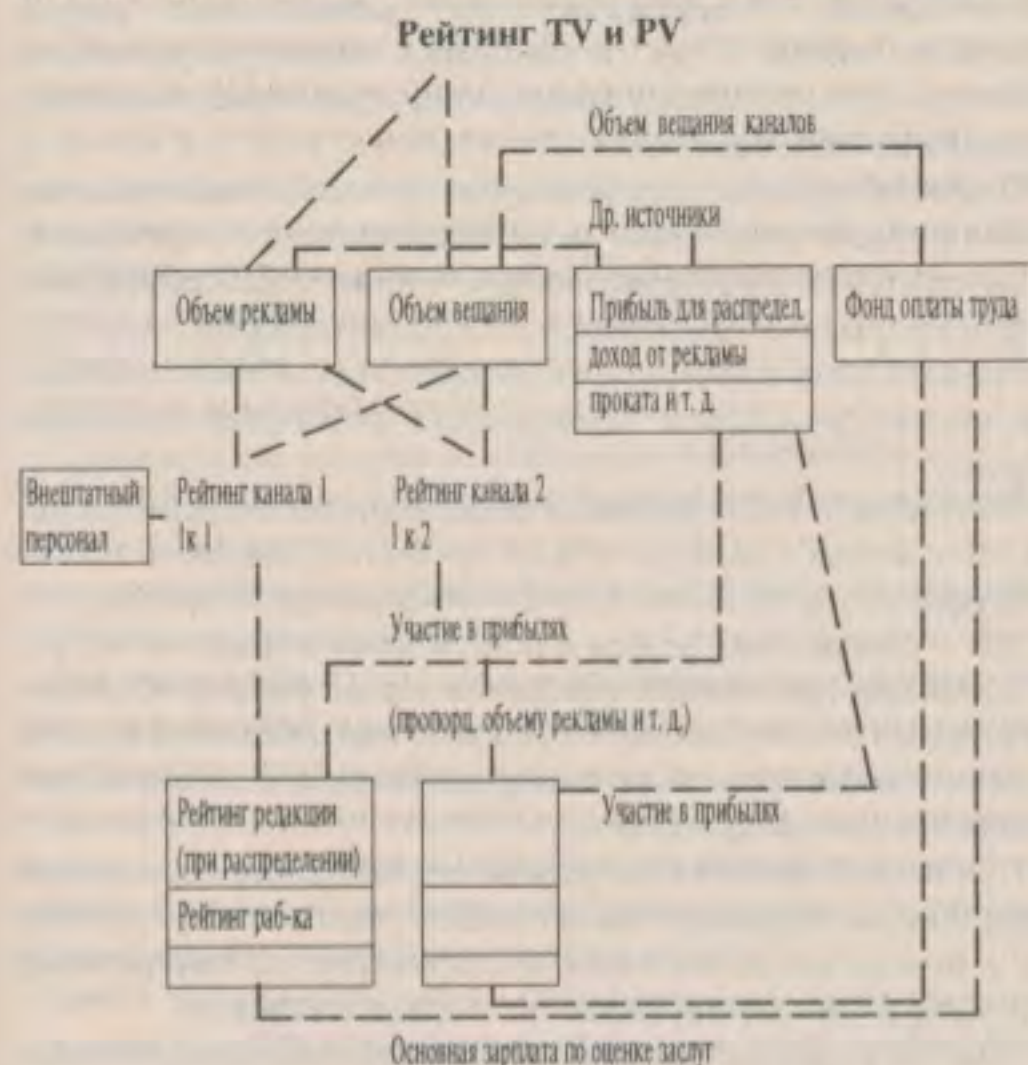


Рис. 5. Схема мотивации персонала.

Участие в прибылях вводится в целях усиления заинтересованности коллектива в росте прибыльности канала, повышения эффективности и качества работы. Положение распространяется на все подразделения каналов.

Фонд участия в прибылях (ФУП) является одним из фондов, образуемых за счет прибыли канала (или иного подразделения). ФУП предназначен для материального вознаграждения коллективов и отдельных работников в соответствии с их вкладом (долевым участием) в повышение прибыли.

Видами деятельности, через которые реализуется вклад коллектива (работника) в прибыль, могут быть: выпуск реклам, концертная деятельность, привлечение спонсорских средств, тиражирование и распространение телепродукции, предоставление технических услуг, медицинские услуги, экономия затрат и др., в том числе общекорпоративного характера (сдача в аренду помещений, предоставление эфира, продажа телепрограмм).

Для формирования внебюджетных и внеабонентских доходов и прибыли реализация услуг подразделений корпорации производится по договорным ценам не ниже их себестоимости.

ФУП формируется в центральной бухгалтерии того или иного подразделения корпорации и распределяется после подведения итогов финансовой деятельности за каждый отчетный квартал.

ФУП образуется из прибыли после соответствующих расчетов с бюджетом в размере 45% от прибыли (остальные 15% — фонд социального развития, 35% — фонд развития производства, 5% — финансовый резерв и пополнение текущего ФМП).

Основным принципом определения доли участия в прибылях каждого подразделения коллектива или работника является установление прямой зависимости вознаграждения от размеров принесенной прибыли.

Прибыль от любого вида услуг в подразделении корпорации определяется как доход за вычетом материальных и приравненных к ним затрат понесенных предприятием по конкретному виду услуг и соответствующих отчислений в бюджет.

Участие в прибыли для подразделений корпорации выражается в привлечении рекламы, спонсорских средств, организации спортивно-состязательных и др. коммерческих мероприятий. Участие музыкальных коллективов выражается в привлечении доходов за счет концертной, конкурсной и др. деятельности. Участие автоцеха в предоставлении автоуслуг сторонним организациям, РТЦ — выполнении услуг по видеозаписи, стоматологического отдела — предоставлении стоматологических услуг, зоны отдыха — предоставлении платных услуг населению и т. д.

В распоряжение подразделения, работниками которого осуществлен вклад в прибыль, поступает 20% от суммы прибыли

(доходы от спонсорских передач за вычетом произведенных затрат поступают в размере 80%). Подразделения вправе привлекать посредников, оплачивая их услуги за счет указанных сумм.

Разность между фактическим фондом участия в прибылях и выплаченной суммой в конце отчетного периода поступает к распределению между подразделениями, участвовавшими в получении тех или иных видов дохода (по представлению подразделений — инициаторов дохода) за исключением доходов от рекламных, заказных, спонсорских передач, остаток от которых (20%) распределяется в обязательной пропорции:

10% — РТЦ;

10% — ПЭО;

5% — администрация.

Определение участия в прибылях осуществляется:

— приказом руководителя предприятия (размеры коллективного участия);

— приказом руководителей подразделений (распределение внутри подразделений).

На фонд участия в прибылях в отдельных исключительных случаях (например, при невыполнении плановых объемов вещания) и только по решению руководителя предприятия и первого заместителя могут относиться перерасходы по другим статьям (оплаты труда, материального поощрения и др.) или суммы штрафов, убытков как внутренних, так и внешних, допущенных по вине данной дирекции, редакции, отдела.

ФУП заносится в карточку внутреннего учета (лицевой, текущий счет) и распределяется самостоятельно коллективом в соответствии с вкладом в получение внебюджетного дохода студий, работников (в том числе и на другие цели, способствующие дальнейшему увеличению прибыли).

Все работы, услуги, связанные с привлечением доходов, должны оформляться строго через рекламно-коммерческое управление предприятий. В случае обнаружения фактов незарегистрированной деятельности коммерческого характера руководитель и виновные лица привлекаются к материальной и дисциплинарной ответственности, вплоть до увольнения.

Тарифы на рекламу, заказную продукцию должны согласовываться с соответствующими подразделениями.

В целях стимулирования работников рекламно-коммерческого управления фонд участия в прибылях для рекламного отдела устанавливается в размере 1,5% от суммы прибыли (доходов за вычетом налогов):

Агентские (посреднические) услуги оплачиваются из указанной суммы участия в прибылях.

Распределение ФУП производится управлением самостоятельно с учетом вклада каждого работника.

Мотивационный механизм в условиях организационно-управленческой самостоятельности всех подразделений корпорации нацелен на системную увязку их экономических интересов и интересов каждого работника с интересами корпорации и ее целями. В этих условиях доходы от рекламной деятельности и общие доходы работника привязываются к рейтингу популярности передач самого канала, заслугам работника в этом (с учетом постоянства), вкладу подразделений в обеспечение эффективной работы корпорации (для вспомогательных и обслуживающих подразделений).

В этом случае централизованные рекламные доходы распределяются с учетом популярности канала (передачи) и размещенных в ней реклам. Повышение рейтинга программ будет стимулировать качество коллективного труда и «работает» на общую прибыль.

Механизм «участия в прибылях» связывается, с одной стороны, с общим объемом работы, с другой — рейтингом передач. Объем вещания (а значит и нормативная зарплата) связываются с качеством передач, запросами слушателей и зрителей. Совершенствование внутренней дифференциации зарплаты на основе совершенствования тарификации работ и работника (учет квалификации, стажа, популярности, заслуг работника и т. д.) позволит придать более стимулирующий характер основной зарплате, которая к тому же не будет иметь строго постоянного характера, но будет значительно выше сегодняшнего уровня.

Составной частью мотивационной системы явится работа по повышению качества жизни за счет социальной ориентации деятельности корпорации — расширение спектра социального страхования и вспомоществования, льгот, услуг, ориентация на перспективную мотивацию.

Корпорация «ОТВ» самостоятельно утверждает как ставки авторских и постановочных вознаграждений, так и порядок их применения.

Оплата труда нештатных работников производится в виде гонораров и постановочных выплат.

Постановочный и гонорарный фонды корпорации формируются поквартально и ежегодно в виде госбюджетных ассигнований.

В отдельных случаях по решению Президента корпорация имеет право привлекать на цели увеличения фондов часть прибыли.

Основными направлениями использования гонорарных и постановочных средств являются:

- оплата труда нештатных работников (сценаристов, музыкантов, консультантов, режиссеров, операторов, художников), привлекаемых к постановке телефильмов и др. произведений для телевидения;

- вознаграждение авторов, материалы которых тем или иным образом используются на телевидении;

- вознаграждение авторов литературно-художественных, драматических, музыкально-драматических произведений, создаваемых по заказу телевидения и радио (см. приложение).

При установлении ставок вознаграждения корпорация руководствуется принципом, что выход в эфир для преобладающего количества случаев является фактором престижа морального удовлетворения для авторов. По этой причине ставки ограничены в максимальных размерах, а оплата производится в подразделениях только в пределах планируемых фондов.

Выплата авторских вознаграждений производится исходя из идейно-художественного качества материала, оригинального его объема, сложности работ и профессиональной квалификации автора. Руководителям подразделений при определении ставок следует руководствоваться принципами отнесения материалов к группам по оплате.

Соавторство штатных и нештатных работников допускается лишь со специального разрешения руководства корпорации.

Оплате подлежат материалы, прошедшие в эфир. Исклю-

чение составляют материалы для международного обмена, переводы, рецензии передач, консультации, материалы членов иностранных делегаций.

Материалы, не использованные в передачах по причинам не зависящим от автора, оплачиваются в размере 50 процентов установленной ставки.

Общая сумма вознаграждения за материал не зависит от числа авторов и не может превышать максимальной ставки.

Основанием для выплаты вознаграждений являются микрофонные материалы или их заверенные копии.

Сектор выпуска (программная служба) подразделения подтверждает выпуск материала и указывает в расчетной ведомости сумму оплаты.

Выплата вознаграждений осуществляется один раз в месяц в центральной бухгалтерии корпорации.

В случае недоиспользования подразделениями выделенных фондов данная сумма заносится в зачет будущих периодов.

Авторское вознаграждение за беседы, выступления и др. материалы, передаваемые по телевидению и радио без предварительно написанного текста, выплачиваются на основании аннотаций, утверждаемых руководителями творческих групп.

Привлечение работников одного подразделения к работе в другом приравнивается к привлечению нештатного работника, однако таковое допускается с разрешения руководства подразделения, где работник находится в штате.

Как при неполном, так и при полном коммерческом расчете целесообразно в системе ТВ и РВ использование принципов дальней мотивации. В данном случае, поскольку в использованных системах самостоятельность в распределении ФОТ была делегирована самими подразделениями, то принципы дальней мотивации могли бы быть использованы и на уровне самостоятельных подразделений.

Важнейшей задачей в реализации стратегии управления трудом является создание организационного механизма, который позволил бы реализовать сформулированные принципы, философию управления трудом. Переход проблемы и задач в практическую плоскость влечет за собой задачу учета и подключения в разрабатываемый мотивационный механизм всех факторов мотивации с учетом их направленности, созда-

ние такой системы их сочетания и взаимосвязи, которая максимально вела бы к реализации цели и максимально повышала бы эффективность каждого фактора.

От создания организационной структуры стратегического управления и в особенности от развития мотивационного механизма основных элементов управления трудом, реализующих стратегические принципы, зависит, в конечном итоге, эффективность стратегии. Сложнейшая задача, по существу, должна изменить всю культуру предприятия, сформировать новое качество менеджмента.

Решающая роль в организационном обеспечении стратегии дальней мотивации, как и в любой кадровой стратегии, а также в создании «конструирования» мотивационного механизма принадлежит кадровой службе фирмы, предприятия.

На основе изучения опыта работы кадровых служб западных фирм, опыта отечественных государственных и частных предприятий состав функций кадровых служб можно представить в следующем виде:

1. Разработка, конкретизация стратегии управления человеческими ресурсами с учетом всех других стратегий управления (программной концепции, финансовой стратегии, рекламно-маркетинговой политики и пр.).
2. Прогнозирование, перспективное и текущее планирование потребности в кадрах.
3. Разработка концепций управления, методик контроля и планирования качества трудовой жизни на предприятии.
4. Анализ текущего уровня качества трудовой жизни, выявление проблем и путей их решения.
5. Постоянный анализ уровня развития персонала в профессиональном, квалификационном, образовательном срезе, связи со стажем, возрастом и т. д.
6. Организация оценки и аттестации персонала фирмы.
7. Разработка проекта коллективного договора между администрацией, персоналом и профсоюзами.
8. Разработка систем оплаты труда и тарифных соглашений.
9. Анализ внешнего рынка рабочей силы.
10. Разработка и регулирование системы профессионально-квалификационного продвижения рабочих.

11. Контроль и координация кадровой работы в подразделениях фирмы. Анализ уровня внутри фирменной коммуникации.

12. Аттестация линейных руководителей.

13. Организация непрерывного образования персонала фирмы.

14. Непрерывный анализ и изучение текущих проблем кадров (жалоб, претензий и т. д.).

15. Организация учета, найма, увольнений.

16. Непосредственное участие в разработке систем социального обеспечения.

17. «Конструирование» и анализ мотивационной части внутрифирменного хозяйственного механизма.

18. Учет, контроль и анализ индивидуальных планов развития (жизненных, перспективных планов) персонала.

19. Организация медицинского обслуживания, охрана труда и техники безопасности.

В приложениях приведены также разработанные автором положения по другим элементам заработной платы.

§4.5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТНЫХ РЕШЕНИЙ

При экономическом обосновании системного реформирования национального ТВ и, в частности, перехода к общественному ТВ следует учитывать, что развитие отрасли в нормальных рыночных условиях и демократического государства проходит несколько стадий.

Проблемы управления, возникающие на тех или иных стадиях связаны с решением задач и эволюции организационного развития вещательных станций.

С развитием индустрии нуждается в совершенствовании внутреннее управление вещанием. Несмотря на ее специфические особенности, с точки зрения управления, организацию вещания логично рассматривать как нормальное деловое предприятие, проходящее через те же стадии развития. В общем виде, такое развитие включает стадии становления, систематизации, наконец, интеграции.

При расчете экономической эффективности проектных решений в области ТВ все данные факторы следует учитывать. Например, решение правительства о стимулировании ОТВ и развития НВС через целевое использование налогов коммерческих вещателей (в том числе лицензионной платы) позволит значительно снизить затраты, что ускорит достижение точки рентабельности и получение положительного потока наличности.

Напротив, продолжение политики отчуждения правительства от проблем ТВ приведет к окончательному быстрому развалу национального ТВ и в дальнейшем оттягиванию момента получения положительных результатов. Коммерческие организации, максимально экономящие средства на производстве программ сегодня (путем пиратского использования зарубежной и пр. готовой продукции, популярной у зрителя) и накапливающие рекламные средства могут повысить свою кон-

курентоспособность до такой степени, что сами смогут ассоциированно приобрести каналы спутника. Такой сценарий также неблагоприятен для ОТВ.

В наших расчетах принят пессимистический прогноз по росту ВВП, получение кредита на общую сумму 226 млн. долл. с выплатой самой корпорацией, начиная с 1996 г. до 2005 г. Данный сценарий рассчитан на полную модернизацию оборудования корпорации и перехода на совершенно новое его качество.

Как затраты, так и доходы в случаях невозможности прямого счета (как, например, при расчете сумм возврата кредита) рассчитаны путем сравнительных расчетов по доле в ВВП с другими странами. Например, стоимость покупки программ вычислена путем сравнительных расчетов стоимости программ, приходящихся в среднем на зрителя (с учетом ее доли в ВВП) в Австрии.

Расчет в сравнении с Австрией

Стоимость программ Центральной Европы	505000
ВВП	16752
Количество зрителей, млн. х	2,5
Фактор 505 тыс: 16752:2,5 млн.	
100 проц.	0,0012058 проц.
долл. США	8,759
Казахстан	
Текущая потребность программ	0
Максимальная потребность	
в программах	3850
2005 г.	33723317

Расчеты показаны в таблице и на графиках (рис. 6,7).

На графике показано движение потока наличности по рассматривавшемуся варианту. Как видно из него, положительный поток наличности начинается уже с середины 2005 года. Это означает, что проект перехода на систему ОТВ при самом пессимистическом прогнозе через 10 лет окупит затраты и станет прибыльным.

Динамика изменения расходов национальной вещательной сети.

	Рост цен, не включая оборудование, создание и технические услуги					
	программа	продукция	персонал	трансмиссия	потребляемые	растущие цены
1994	0	5.725.172	13.410.000	35.312.352	2.722.376	57.169.900
1995	0	5.152.655	14.167.032	24.718.646	2.201.917	46.240.250
1996	0	5.152.655	15.046.533	22.246.782	2.122.298	44.568.267
1997	7.315.377	5.770.973	16.149.631	22.246.782	2.574.138	54.056.902
1998	8.193.223	6.463.490	17.692.998	24.916.396	2.863.305	60.129.412
1999	9.176.409	7.109.839	18.253.002	27.906.363	3.122.281	65.567.894
2000	10.094.050	7.678.626	18.890.863	30.000.000	3.333.177	69.996.716
2001	10.901.574	8.062.558	19.581.560	0	1.927.285	40.472.976
2002	11.446.653	8.707.562	20.105.161	0	2.012.969	42.272.345
2003	12.362.385	9.578.318	20.806.957	0	2.137.383	44.885.044
2004	13.598.624	10.440.367	21.431.166	0	2.273.508	47.743.665
2005	14.822.500	11.171.193	22.108.983	0	2.405.134	50.507.810
2006	15.563.625	11.729.752	22.772.253	0	2.503.282	52.568.912
2007	16.341.806	12.316.240	23.455.420	30.000.000	4.105.673	86.219.140
2008	17.158.897	12.932.052	24.159.083	0	2.712.502	56.962.533
2009	18.016.841	13.578.655	24.883.856	0	2.823.968	59.303.319
2010	18.917.683	14.257.587	25.630.371	0	2.940.282	61.745.924
2011	19.863.568	14.970.467	26.399.282	0	3.061.666	64.294.983
2012	20.856.746	15.718.990	27.191.261	0	3.188.350	66.955.347
2013	21.899.583	16.504.940	28.006.999	0	3.320.576	69.732.098
2014	22.994.562	17.330.187	28.847.209	30.000.000	4.958.598	104.130.556
2015	23.684.399	17.850.092	29.712.625	0	3.562.356	74.809.472
2016	24.394.931	18.385.595	30.604.004	0	3.669.227	77.053.757
2017	25.126.779	18.937.163	31.522.124	0	3.779.303	79.365.369
2018	25.880.583	19.505.278	32.467.787	0	3.892.682	81.746.330
2019	26.657.000	20.090.436	33.441.821	0	4.009.463	84.198.72

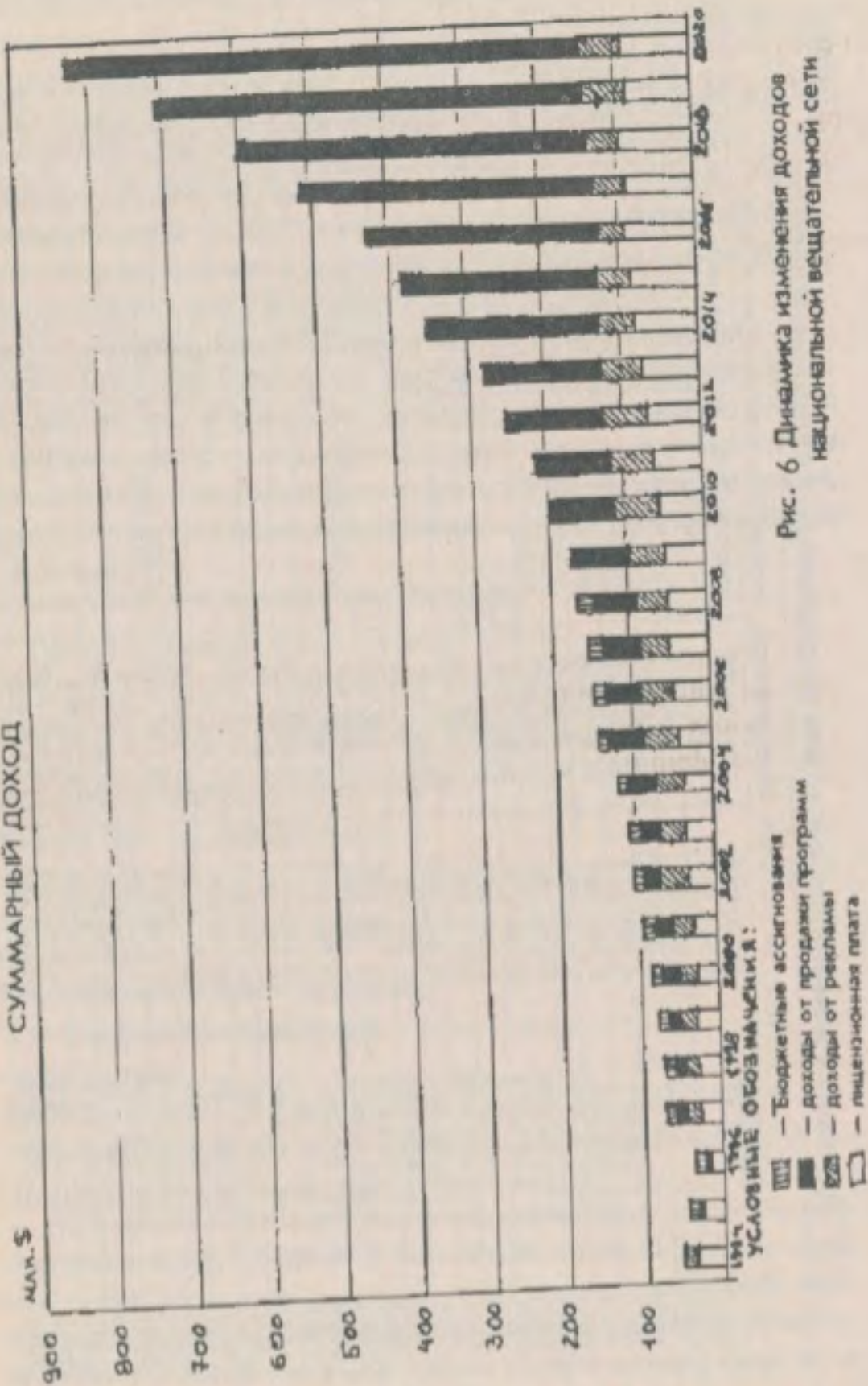
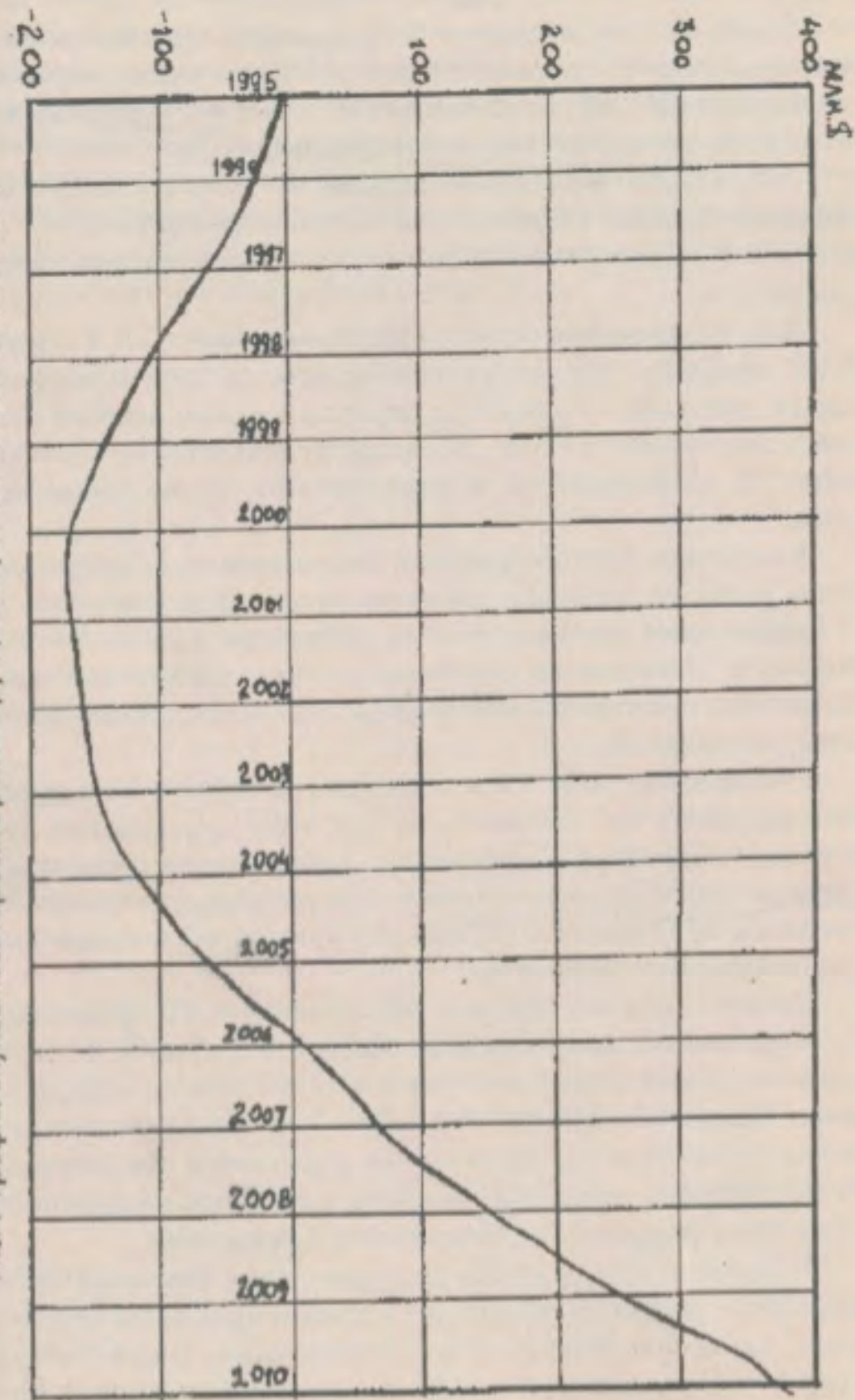


Рис. 7 График окупаемости проекта реконструкции национальной вещательной сети



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В задачах строительства независимого, демократически обустроенного государства с рыночной экономикой, перед которыми стоят все ННГ, одно из самых важных мест принадлежит созданию соответствующего национального ТВ.

От решения этой задачи зависит не только решение локальных проблем бюджета и повышения эффективности отрасли, но и достижение главной цели — строительства такого государства.

Анализ практики попыток реформирования ТВ в странах СНГ между тем показал отсутствие четкого понимания роли, задач, функций и подходов к реформированию данного главного электронного СМИ. По существу при этом не менялась суть ТВ, остававшегося государственным, но не общественным.

Концепции реформирования отсутствовали, в первую очередь, в связи с неотработанностью теории и методологии ТВ в современном демократическом государстве с рыночной экономикой. Изучение же зарубежного опыта требует серьезной адаптации к местным особенностям экономики, законодательства, менталитету.

Обоснование роли ТВ в социально-экономическом развитии показало, что главная роль при этом принадлежит правильно выбранному и эффективно работающему организационно-экономическому механизму. Кризис государственного ТВ сводится по существу к системному кризису организационно-экономического механизма.

Создание новой структуры общественного ТВ предполагает теоретико-методологическое обоснование сущности самого понятия «организационно-экономический механизм управления». Такое обоснование структуры позволило рассмотреть конкретную структуру организации управления общественным ТВ, выделив основные элементы в виде организационной структуры, финансово-мотивационного механизма.

Разработка нового механизма управления невозможна без выработки основных принципов и требований как в целом к нему, так и к отдельным его составляющим. Выработанные автором методологические подходы позволили, во-первых, проанализировать действующий механизм управления государ-

ственного ТВ на предмет наличия в нем элементов общественной направленности (что не подтвердилось), во-вторых, проанализировать действие тех или иных элементов в механизмах общественного ТВ за рубежом, в-третьих, предложить адаптированную к отечественным условиям и доведенную до практических рекомендаций модель общественного ТВ.

Экономический расчет эффективности проекта позволил сделать заключение о окупаемости проекта при самых неблагоприятных условиях в ближайшие 10 лет.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПОЛОЖЕНИЕ о Национальной комиссии по телевидению и радиовещанию

1. Национальная комиссия по телевидению и радиовещанию (НКТР) образована в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Республики Казахстан от 1994 года «О национальной комиссии по телевидению и радиовещанию» и является государственным надведомственным органом, обеспечивающим реализацию государственной политики в области телевидения и радиовещания и осуществляющим контроль за техническим качеством вещания.

2. НКТРК в своей деятельности руководствуется Конституцией Республики Казахстан, Законом о телевидении и радиовещании Республики Казахстан, другими законами и иными законодательными актами Республики Казахстан, указами и решениями Президента Республики Казахстан, постановлениями и распоряжениями Кабинета Министров Республики Казахстан, международными соглашениями в области средств массовой информации и телекоммуникаций, а также настоящим Положением.

3. НКТР является юридическим лицом, имеет расчетный и иные счета в учреждениях банков, печать с изображением Государственного герба Республики Казахстан со своим наименованием.

4. Основными задачами НКТР являются:

- реализация государственной политики в области телерадиовещания, разработка единой концепции развития телерадиовещания на территории Казахстана;

- контроль за соблюдением законодательства в деятельности телерадиоорганизаций всех форм собственности на территории Казахстана;

- контроль деятельности телерадиоорганизаций, соблюдение интересов телезрителей и радиослушателей, защита национальных интересов, пропаганда культурных ценностей;

- разработка и осуществление мероприятий в области реконструкции, эксплуатации и сертификации технической базы телевидения и радиовещания, создание новых телевизионных радиовещательных организаций, контроль за техническим качеством вещания;

— регистрация и лицензирование государственных и негосударственных телерадиовещательных организаций;

— анализ экономических, социальных, технических, правовых проблем в области телевидения и радиовещания и разработка предложений по их реализации;

— участие в разработке законодательства в области телевидения и радиовещания;

— участие в установленном порядке в международном сотрудничестве в области телевидения и радио.

5. НКТР в целях реализации возложенных на нее задач:

— координирует разработку единой концепции развития;

— осуществляет контроль за рациональным распределением ресурса частот на территории республики;

— утверждает и ежегодно публикует перечень частот;

— выдает телерадиоорганизациям на конкурсной основе лицензии на право открытия каналов вещания, часов вещания, организует проверку их деятельности за соблюдением порядка вещания;

— ведет государственный реестр телерадиоорганизаций Республики Казахстан, создает банк данных о них;

— контролирует соблюдение телерадиоорганизациями законодательства Республики Казахстан в области телерадиовещания, в случае нарушения законодательства или обязательств, предусмотренных лицензией на телерадиовещание, налагает штрафные санкции, аннулирует лицензию, согласно законодательству Республики Казахстан;

— публикует конкурсные условия выдачи лицензий;

— определяет порядок использования наземных и спутниковых каналов вещания;

— дает разрешение на использование иностранных инвестиций для телерадиоорганизаций и контролирует их осуществление;

— заслушивает ежегодные отчеты государственных и других теле- и радиоорганизаций;

— проводит анализ технического качества теле- и радиопрограмм и принимает необходимые меры в соответствии с действующими нормативными актами в случае нарушения государственных стандартов;

— участвует в разработке, согласовании и внедрении стан-

дартов, технических условий, иной нормативно-технической документации в области телевидения и радиовещания;

— определяет совместно с Министерством транспорта и коммуникаций Республики Казахстан комплекс мер для достижения единства и требуемой точности измерений в телевидении и радиовещании;

— участвует в установленном порядке в заключении международных договоров по вопросам телевидения и радиовещания, обеспечивает выполнение принятых в соответствии с ними обязательств;

— участвует в разработке законодательства по вопросам телевидения и радиовещания;

— проводит мероприятия, связанные с обеспечением деятельности государственных и других телерадиоорганизаций в чрезвычайных ситуациях, определяемых действующим законодательством Республики Казахстан.

6. НКТР в пределах своей компетенции имеет право:

— запрашивать и получать в порядке, установленном действующим законодательством, у государственных и иных органов, учреждений, организаций, должностных лиц необходимую информацию, документы и материалы;

— привлекать в установленном порядке для осуществления законопроектных, экспертных, исследовательских работ и консультаций научные организации, сотрудников государственных учреждений и организаций, специалистов и экспертов, в том числе зарубежных, создавать временные творческие коллективы;

— направлять работников в командировки для обмена опытом и стажировки, в том числе за рубежом.

7. НКТР возглавляет председатель, назначаемый Премьер-министром Республики Казахстан. Председатель НКТР несет персональную ответственность за выполнение возложенных на НКТР задач, определяет обязанности заместителей и остальных членов комиссии, устанавливает регламент работы общественного состава комиссии.

8. В состав комиссии входит основная рабочая группа (секретариат) и группа представителей общественности, прессы, науки, просвещения.

ПОЛОЖЕНИЕ

о ставках и порядке применения выплат авторских и постановочных вознаграждений в Республиканской корпорации «Общественное ТВ Казахстана»

Настоящее положение вводится в целях упорядочения в корпорации оплаты авторских и постановочных вознаграждений, повышения качества теле- и радиопередач за счет привлечения квалифицированных внештатных творческих работников.

Положение является типовым для каналов корпорации.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Республиканская корпорация «Общественное ТВ Казахстана» в соответствии с Уставом и другими законодательными документами самостоятельно утверждает как ставки авторских и постановочных вознаграждений, так и порядок их применения.

1.2. Настоящее Положение определяет механизм оплаты труда штатных работников, материалы которых используются на радио и телевидении.

2. ФОРМИРОВАНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОНДОВ

2.1. Постановочный и гонорарный фонды корпорации формируются поквартально и ежегодно в виде абонентной платы.

2.2. В отдельных случаях по решению Президента корпорация имеет право привлекать на цели увеличения фондов часть прибыли.

2.3. Основными направлениями использования гонорарных и постановочных средств являются:

— оплата труда внештатных работников (сценаристов, музыкантов, консультантов, режиссеров, операторов, художников), привлекаемых к постановке телефильмов и др. произведений для телевидения;

— вознаграждение авторов, материалы которых тем или иным образом используются на телевидении;

— вознаграждение авторов литературно-художественных, драматических, музыкально-драматических произведений, создаваемых по заказу телевидения.

2.4. При установлении ставок вознаграждения корпорация руководствуется принципом, что выход в эфир для преобладающего количества случаев является фактором престижа, морального удовлетворения для авторов. По этой причине ставки ограничены в максимальных размерах, а оплата производится в подразделениях только в пределах планируемых фондов.

2.5. Выплата авторских вознаграждений производится исходя из идейно-художественного качества материала, оригинального его объема, сложности работ и профессиональной квалификации автора.

2.6. Руководителям подразделений при определении ставок следует руководствоваться принципами отнесения материалов к группам по оплате.

2.7. Соавторство штатных и штатных работников допускается лишь со специального разрешения руководства.

3. ПОРЯДОК ОПЛАТЫ АВТОРСКИХ И ПОСТАНОВОЧНЫХ ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ

3.1. Оплате подлежат только материалы, прошедшие в эфир. Исключение составляют материалы для международного обмена, переводы, рецензии передач, консультации, материалы членов иностранных делегаций.

3.2. Материалы не использованные в передачах по причинам не зависящим от автора, оплачиваются в размере 50 процентов установленной ставки.

3.3. Общая сумма вознаграждения за материал не зависит от числа авторов и не может превышать максимальной ставки.

3.4. Основанием для выплаты вознаграждений являются микрофонные материалы или их заверенные копии.

3.5. Сектор выпуска (программная служба) подразделения

подтверждает выпуск материала и указывает в расчетной ведомости сумму оплаты.

3.6. Выплата вознаграждений осуществляется один раз в месяц в центральной бухгалтерии корпорации.

3.7. В случае неиспользования подразделениями выделенных фондов данная сумма заносится в зачет будущих периодов.

3.8. Авторское вознаграждение за беседы, выступления и др. материалы, передаваемые по телевидению без предварительно написанного текста выплачиваются на основании аннотаций, утверждаемых руководителями творческих групп.

3.9. Привлечение работников одного подразделения к работе в другом приравнивается к привлечению внештатного работника, однако такое допускается с разрешения руководства подразделения, где работник находится в штате.

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке выплаты постановочного вознаграждения за создание телевизионных постановок, передач и других произведений для телевидения

Настоящим положением устанавливаются размеры и порядок выплаты постановочного вознаграждения за создание на пленке или видеомagnetофонной ленте телевизионных постановок, постановочно-сложных телевизионных передач и телевизионных передач большого общественно-политического и художественного значения, концертных программ, тележурналов, телесочерков, сюжетов, мультвставок, мультшапок и мультипликационных заставок.

1. Постановочное вознаграждение за создание оригинальных телевизионных постановок (спектаклей, сюжетных концертов, сюжетных эстрадных представлений, сложных телевизионных программ), показанных по Республиканскому телевидению продолжительностью 1 час и более, выплачивается в зависимости от утвержденной группы по оплате в следующих размерах:

	1 гр.	2 гр.	3 гр.
режиссеру-постановщику	2250	1625	1000
оператору	1250	875	625
художнику-постановщику	625	375	250
звукооператору (звуко-режиссеру)	625	375	250
ассистент режиссера	313	250	125
ст. администратору (администратору)	313	250	125

Примечание: Минимальные ставки для программ 1 группы.

2. Постановочное вознаграждение за подготовку к записи и показ театральных спектаклей по ТВ может выплачиваться в размере 30% от сумм, предусмотренных п. 1 настоящего положения.

3. За создание телепостановок продолжительностью менее 1 часа размер постановочного вознаграждения определяется путем деления сумм, установленных за соответствующую телепостановку, на 60 и умножения на хронометраж данной телепостановки.

4. Постановочное вознаграждение за создание видеоклипов, показанных по Республиканскому ТВ, выплачивается в размере до 15% от сумм, предусмотренных п. 1 настоящего положения.

5. За создание телепостановок (видеоклипов) постановочное вознаграждение может выплачиваться редактору и видеоинженеру (электромеханику, занятому на монтаже) за счет уменьшения вознаграждения др. подразделения др. работникам съемочной группы.

6. Выплата постановочного вознаграждения работникам съемочных групп, участвующим в создании многосерийных телепостановок, производится в следующих размерах:

- за вторую—шестую серии телепостановки — до 50%
- за седьмую и последующие серии — до 35% от сумм, предусмотренных за односерийную телепостановку соответствующей группы по оплате и продолжительности данной серии.

При определении размера постановочного вознаграждения за создание многосерийных телепостановок в качестве расчетной единицы для определения количества серий принимаются 92 полезные минуты.

За последнюю серию телепостановки менее расчетной продолжительности размер постановочного вознаграждения определяется пропорционально длине остатка.

7. Постановочное вознаграждение за создание постановочных сложных телевизионных передач и телевизионных передач большого объема общественно-политического и художественного значения, показанных по Республиканскому ТВ, выплачивается в следующих размерах:

	Постан. сложные передачи и передачи большого общественно-политического и худ. значения	Информационные передачи
Режиссеру	375	185
Оператору	250	50
Ведущему передачи, редактору	150	75
Звукорежиссеру (звукооператору)	125	30
Ассистенту режиссера	150	60
Старшему администратору (администратору)	150	25
Художнику-постановщику	150	17

8. За наиболее сложные художественные телевизионные передачи, а также информационные и публицистические телевизионные передачи о событиях особой важности (парады, демонстрации, торжества по случаю национальных праздников и др.) постановочное вознаграждение всей съемочной группы или отдельным работникам может увеличиваться до 150% от сумм, предусмотренных п. 7 настоящего положения.

9. Художник-постановщик может включаться в состав съемочной группы только по особо сложным постановочным телевизионным передачам.

10. Постановочное вознаграждение за создание передач может увеличиваться редактору и выплачиваться видеоинженеру (электромеханику, занятому на монтаже) за счет уменьшения вознаграждения и др. работникам съемочной группы.

11. За создание телепостановок (видеоклипов), передач, а также за подготовку к записи театральных спектаклей, показанных по областному ТВ, постановочное вознаграждение выплачивается в размере до 50% от сумм, предусмотренных настоящим положением за соответствующие виды произведений, создаваемых для Республиканского ТВ.

12. Постановочное вознаграждение за создание концертных номеров (программ), требующих режиссерского решения, показанных по Республиканскому ТВ или тиражируемых для продажи другим Государствам, выплачивается за минуту изображения в зависимости от утвержденной группы по оплате в следующих размерах:

- кинорежиссеру — 22
- кинооператору — 15
- художнику-постановщику — 12
- звукооператору (при самостоятельной записи фонограмм) — 12
- директору съемочной группы (при создании концертных номеров, программ с большим количеством участников) — 7

Примечание: Минимальная ставка для 1 группы (категории).

13. Постановочное вознаграждение за создание мультфильмов, мультшапок и мультзаставок, показанных по ТВ, выплачи-

вается в зависимости от утвержденной группы по оплате в следующих размерах:

а) художественные мультвставки и мультипликационные заставки для телевизионных передач (за одну минуту изображения).

1) Художественные мультвставки и игровые мультшапки:

— художнику-постановщику — 112

— кинооператору (телеоператору) — 25

2) Нейгровые мультшапки и мультипликационные заставки:

— художнику-постановщику — 75

— кинооператору (телеоператору) — 25

Примечание: Минимальные ставки для первой группы.

Постановочное вознаграждение художнику-постановщику в предусмотренных размерах выплачивается при условии выполнения им всего объема работ, включая режиссерскую разработку, изобразительное решение, а также исполнение графических мультработ. В тех случаях, когда к выполнению особо сложных мультвставок, мультшапок и мультипликационных заставок привлекается кинорежиссер, сумма постановочного вознаграждения, предусмотренная художнику-постановщику, распределяется между этими работниками исходя из качества, объема и сложности работы каждого из них;

б) мультвставки, мультшапки и мультипликационные заставки, изготовленные методом компьютерной графики (аккордно) в тенге художнику-постановщику — 112

Примечание: Минимальные ставки для первой группы.

За создание сложных мультработ для цикловых передач постановочное вознаграждение может увеличиваться до 150% от сумм, предусмотренных настоящим пунктом.

14. Постановочное вознаграждение за создание тележурналов на пленке выплачивается в зависимости от утвержденной группы по оплате с учетом сложности условий съемок и оперативность в следующих размерах:

— кинорежиссеру — 375

— звукооператору — 150

— директору съемочной группы — 150

Примечание: Минимальные ставки для 1 группы.

Постановочное вознаграждение за создание особо важных телесюжетов всей съемочной группе или отдельным работникам

может увеличиваться до 200% от сумм, предусмотренных настоящим пунктом, при съемках на кинопленку и до 150% от сумм — при записи на видеомagnetную ленту.

16. За телесюжеты, к созданию которых кинорежиссер привлечен после проведения основных съемок и работает только на готовом материале, а также за событийные телесюжеты, созданные на материале кратковременных событий при непосредственном участии кинорежиссера в съемках этих событий (спортивные встречи, митинги, торжественные заседания, пребывания делегаций и т. п.), постановочное вознаграждение выплачивается кинорежиссеру до 50% от сумм, предусмотренных за телесюжет соответствующей группы по оплате.

17. Размеры постановочного вознаграждения для кинооператоров предусмотрены за телесюжеты, целиком построенные на съемочном материале. В тех случаях, когда оригинальный съемочный материал составляет менее 5 мин. размер постановочного вознаграждения кинооператорам соответственно уменьшается.

18. Если директор съемочной группы участвует одновременно в создании нескольких телесюжетов, постановочное вознаграждение за каждый телесюжет выплачивается в размере 50% от сумм постановочного вознаграждения, предусмотренных за телесюжет соответствующей группы по оплате.

19. Постановочное вознаграждение кинооператору может увеличиваться до 200%.

Предусмотренное настоящим пунктом вознаграждение звукооператору выплачивается за сюжеты, снятый на пленку, или за особо важные сюжеты на видеомagnetной ленте, за другие сюжеты на видеомagnetной ленте — в пределах 75% от указанных сумм.

По сюжетам, показанным в программе «Шарайна», решение о повышении размера постановочного вознаграждения принимается редакцией информации Республиканского телевидения, а конкретные суммы определяются соответствующими обьектовыми организациями, творческими объединениями, студиями.

20. При участии кинорежиссера в создании сюжета установленный размер постановочного вознаграждения распределяется между кинооператором и кинорежиссером исходя из объема работы каждого из них.

21. За сюжеты, специально снятые для телевизионной ле-

тописи и принятые в фонд Республиканского телевидения, постановочное вознаграждение выплачивается в размерах, предусмотренных для сюжетов, отнесенных по оплате к третьей группе.

22. Постановочное вознаграждение за создание телеочерков, тележурналов, сюжетов и концертных программ может выплачиваться редактору, при записи на видеомagnetную ленту — ассистенту режиссера, видеоинженеру (электромеханику, занятому на монтаже), при съемках особо важных сюжетов — администратору съемочной группы за счет уменьшения вознаграждения др. работникам съемочной группы.

23. В тех случаях, когда тележурналы, телеочерки, сюжеты и др. произведения создаются работниками вещательной редакции телевидения, режиссерам, телеоператорам, звукорежиссерам и др. постановочное вознаграждение выплачивается в размерах, предусмотренных настоящим положением соответственно кинорежиссеру, кинооператору, звукооператору и др.

24. Выплата постановочного вознаграждения за телепостановки (сюжетные концерты, сюжетные эстрадные представления и др.), не требующие сложного постановочного решения, а также за передачи, создаваемые на фильточном или готовом материале (кроме материалов госфильмофонда и госархива), производится в размере 50% сумм, предусмотренных соответствующими пунктами настоящего положения.

25. В тех случаях, когда администратор (директор съемочной группы) работает по организации только подготовительного и монтажно-планировочного периодов, постановочное вознаграждение ему выплачивается в размере до 25% от сумм, предусмотренных для соответствующих видов произведений.

26. В этих случаях, когда функции старшего администратора (администратора) выполняет директор съемочной группы или функции директора съемочной группы выполняет старший администратор (администратор), постановочное вознаграждение выплачивается в размерах, предусмотренных соответственно для старшего администратора (администратора) или директора съемочной группы.

27. Работникам, имеющим право на получение постановочного вознаграждения по основной работе и выполняющим обязанности в порядке совмещения по другим должностям, по которым оно также предусмотрено, выплачивается до 50% постановочного вознаграждения по совмещаемой должности.

28. В тех случаях, когда в создании указанных произведений принимали участие несколько работников одной и той

же специальности, сумма постановочного вознаграждения, предусмотренная настоящим положением для этой специальности, распределяется руководителем организации или главной редакцией Республиканского телевидения между работниками исходя из качества и сложности работы каждого из них.

29. Конкретный размер постановочного вознаграждения в пределах предусмотренных сумм определяется с учетом идейно-художественного уровня произведения, значимости темы, оригинальности и своеобразия творческого решения, количества съемочных объектов, сложности условий съемок, оперативности, а также эффективности использования техники и соблюдения режима экономии.

За создание передач размер постановочного вознаграждения может определяться путем установления групп по оплате.

30. Постановочное вознаграждение в размерах, предусмотренных настоящим положением, выплачивается при соблюдении производственно-экономических показателей работы.

При наличии нарушений производственно-экономических показателей работы по созданию соответствующего произведения (перерасход ассигнований по смете (нормам), несоблюдение установочных сроков производства, невыполнение норм выработки, допущение непроизводственных расходов, наличие технических дефектов фотографического и звукового характера и др.) размер постановочного вознаграждения лицам, виновным в этих нарушениях, снимается на 50%.

Работникам съемочных групп, виновным в перерасходе негативной и позитивной пленки, а также магнитной ленты, размер постановочного вознаграждения снижается на стоимость перерасходованной пленки (ленты).

31. За телепостановки и др. произведения для ТВ, отнесенные к четвертой группе по оплате, а также за передачи, не отличающиеся высоким профессиональным мастерством или недостаточно значительные по своему идейно-художественному уровню, постановочное вознаграждение не выплачивается.

32. За создание телепостановок и др. произведений для ТВ, предназначенных для показа на зарубежных телеэкранах, постановочное вознаграждение выплачивается в соответствии с настоящим положением в размерах, предусмотренных для этих произведений, показанных по Республиканскому ТВ, после отправки их за рубеж.

ПОЛОЖЕНИЕ

Об основных принципах отнесения телефильмов и других произведений для телевидения на киноплёнке (видеомагнитофонной ленте) к категориям сложности

I. Категория сложности хроникально-документальных, научно-популярных, видовых и учебных телефильмов, телеочерков, тележурналов и сюжетов устанавливается руководством соответствующей фильмопроизводящей организации, исходя из характера и условий производства:

I. По режиссерской работе.

К первой категории могут быть отнесены телефильмы, телеочерки и тележурналы:

- а) о важнейших общественно-политических событиях;
- б) на значительные темы со сложным характером творческого и производственного процессов, требующие большой подготовительной работы, углубленного изучения материала и объектов съемки;
- в) создаваемые на особо ответственном летописном материале, производство которых требует длительной подготовки, изучения, отбора и организации большого количества архивных и иконографических материалов;
- г) содержащие большое количество синхронных съемок (не менее 40%), требующих большой подготовительной работы с участниками съемок;

д) снимаемые в трудных географических, климатических и производственных условиях (в воздухе, под водой, в трудных высокогорных или тасжных условиях, в шахтах, на химических производствах, в горячих цехах, в цехах с повышенным уровнем шума и т. п.).

Ко второй категории — телефильмы, телеочерки и тележурналы:

- а) создаваемые на ответственном летописном материале, производство которых требует длительной подготовки, изучения, отбора значительного количества архивных и иконографических материалов;

- б) на темы современной действительности;
- в) построенные на материале снимаемых событий с продолжительным периодом съемок, а также о событиях, посвященных общенародным праздникам;

г) содержащие синхронные съемки (не менее 20%), требующие большой подготовительной работы с участниками съемок.

К третьей категории — телефильмы, телеочерки и тележурналы, не требующие большой подготовительной работы, построенные в основном на материале снимаемых событий, с незначительным объемом специально подготовленных съемок, создаваемые на летописном материале с привлечением архивных и иконографических материалов, учебные фильмы телекинокурса.

II. По операторской работе.

К первой категории могут быть отнесены телефильмы, телеочерки и сюжеты:

- а) снимаемые в трудных географических, климатических и производственных условиях (в воздухе, под водой, в трудных высокогорных или тасжных условиях, в шахтах, на химических производствах, в горячих цехах, в цехах с повышенным уровнем шума и т. п.);

- б) о важнейших общественно-политических событиях;
- в) с преобладанием съемок со светом;
- г) с большим объемом специальных видов съемок (микро-, макро-, комбинированных и др.).

Ко второй категории — телефильмы, телеочерки и сюжеты:

- а) имеющие большое количество съемочных объектов;
- б) с большим количеством съемок со светом;
- в) связанные со съемкой событий, не относящихся к 1-й категории сложности.

К третьей категории — телефильмы, телеочерки и сюжеты с остальными видами съемок.

III. По звукооператорской работе.

К первой категории относятся телефильмы, тележурналы, телеочерки и синхронные сюжеты:

- а) снимаемые в трудных географических, климатических и производственных условиях (в воздухе, в трудных высокогор-

ных или тяжелых условиях, в шахтах, на химических производствах, в горячих цехах и т. п.);

б) о важнейших общественно-политических событиях;

в) требующие сложной записи на 2 и более микрофонах (концертные выступления, сцены из спектаклей и т. п.);

г) тележурналы со сложным оркестровым озвучением, с большим количеством синхронных съемок.

Ко второй категории — телефильмы, телеочерки и синхронные сюжеты:

а) снимаемые на заводах, стройках, колхозах, с участием детей;

б) съемка событий, не относящихся к 1-й категории сложности;

в) тележурналы с оркестровым озвучением, со сложными дикторским озвучением, озвучением фонотечным материалом.

К третьей категории — телефильмы, телеочерки, тележурналы и сюжеты, несложные по звуковому оформлению; запись диктора на заранее записанную фонограмму.

IV. По организации съемок.

К первой категории могут быть отнесены телефильмы, телеочерки и тележурналы:

а) с особо сложным характером производства (большое количество съемочных объектов, сложная организация съемок, сложные экспедиции, большой удельный вес съемок со светом);

б) создаваемые на особо ответственном летописном материале, производство которых требует длительной подготовки и организации большого количества архивного и иконографического материала в нескольких организациях.

Ко второй категории — телефильмы, телеочерки и тележурналы:

а) снимаемые в экспедициях;

б) требующие съемок с использованием значительного количества технических средств;

в) построенные на материале снимаемых событий с продолжительным периодом съемок, а также о событиях, посвященных общенародным праздникам;

г) создаваемые на ответственном летописном материале, производство которых требует подготовки, изучения, отбора

значительного количества архивных и иконографических материалов.

К третьей категории — телефильмы, телеочерки и тележурналы:

а) с использованием незначительного количества технических средств, имеющие незначительное количество съемочных объектов и съемок со светом;

б) не требующие экспедиций;

в) создаваемые на летописном материале с привлечением архивных и иконографических материалов.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРАКТ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ ПО НАЦИОНАЛЬНОЙ ВЕЩАТЕЛЬНОЙ СЕТИ

В соответствии с Постановлением Кабинета Министров республики Казахстан от _____ № _____ «_____» № _____ от _____ 1995 г. «О порядке формирования объемов телерадиовещания и применения тарифов при производстве программ Республиканской корпорации «Общественное ТВ Казахстана» Министерство экономики (государственный заказчик), Министерство финансов (покупатель), с одной стороны, и Республиканская корпорация «Общественное ТВ Казахстана» («Поставщик»), с другой стороны, заключили между собой настоящий контракт, о нижеследующем:

I. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА

Государственный заказчик размещает заказ на создание и распространение _____ республиканских программ и телевидения, программ _____ цифрового ТВ, инновационных, а также распространения программ телевидения, необходимых для обеспечения выполнения национальной «_____», «_____», Узбекского и Киргизского телевидения программы развития телевидения в Республике Казахстан в соответствии с согласованной между сторонами спецификацией, которая является неотъемлемой частью настоящего контракта и гарантирует «Поставщику» от имени Государственного заказчика сбыт и финансирование заказной продукции.

II. УСЛОВИЯ КОНТРАКТА

2.1. Покупатель обязан:

- от имени Государственного заказчика своевременно оплачивать услуги и товары, выполненные (произведенные) Поставщиком согласно настоящему контракту;
- своевременно производить оплату продукции. В случае задержки с оплатой, если последняя повлекла определенные последствия в виде штрафных санкций и остановки производства, компенсировать Поставщику данные издержки.

— включить Поставщика в перечень госпредприятий, оказание которым инженерных, коммуникационных, информационных и прочих услуг (перечень услуг прилагается) производится по утвержденным государственным расценкам и тарифам;

— всячески способствовать развитию производства и сокращению затрат Поставщика, оказывая консалтинговую, организационную помощь при планировании, организации и управлении производством, защите плана финансирования в Верховном Совете РК.

2.2. Поставщик обязан:

— самостоятельно приобретать для выполнения настоящего контракта сырье, материалы, оборудование и все другие необходимые материальные ресурсы на основе заключаемых с поставщиками прямых хозяйственных договоров, а также через посреднические снабженческо-сбытовые организации;

— качественно и в соответствии с заказом производить телерадиопродукцию;

— повышать эффективность производства и использования бюджетных средств.

Конкретные условия закупки и поставки (объемы, ассортимент, сроки, цена, качество, форма расчетов и другие) оговариваются непосредственно между Поставщиком и Покупателем в процессе составления плана бюджета Поставщика.

III. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

3.1. Имущественная ответственность сторон по контракту регулируется законодательными актами Республики Казахстан, а также Уставом Поставщика.

IV. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ, ЦЕНЫ И СУММА КОНТРАКТА

4.1. Расчеты за произведенную продукцию производятся в порядке, принятом для бюджетных организаций в виде прямого финансирования корпорации в соответствии с выполнением объемов телерадиовещания.

4.2. Бюджетные ассигнования в соответствии с законодательством Республики Казахстан освобождаются от налогообложения.

4.3. Распределение убытков (прибылей) между сторонами, возникающих по причинам, независящим от корпорации, осуществляется в порядке взаимозачета.

4.4. Цены на продукцию и соответственно сумма контракта определяются на основе стоимости одного часа вещания, рассчитанной на основе согласованных с Поставщиком цен и тарифов, или методом прямого счета (по согласованию сторон).

4.5. Пересмотр суммы контракта осуществляется в соответствии с процедурой утверждения годового государственного бюджета Верховным Советом РК и учитывает объективные явления (инфляционные процессы в экономике, изменение цен на контрактное сырье и материалы и др.).

4.6. Сумма контракта на дату подписания настоящего контракта составляет _____ тысяч тенге.

V. РАССМОТРЕНИЕ СПОРОВ

5.1. Споры, возникшие при изменении, расторжении и исполнении контракта, рассматриваются в законодательном порядке.

5.2. До обращения в арбитраж (суд) обязательно предъявление претензий в порядке, установленном законодательством.

VI. ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ КОНТРАКТА.

6.1. Изменения в согласованную спецификацию продукции, стоимости продукции и др. изменения могут вноситься не позднее, чем за 15 дней до начала квартала поставки и в другие согласованные сторонами сроки.

6.2. Любые изменения условий, дополнения настоящего контракта регулируются сторонами дополнительными соглашениями.

VII. СРОК ДЕЙСТВИЯ КОНТРАКТА

7.1. Контракт действует с _____ по _____ 1995 г.

VIII. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА СТОРОН

ПОКУПАТЕЛЬ:	ЗАКАЗЧИК:	ПОСТАВЩИК:
Министерство финансов РК	Министерство экономики РК	Республиканская корпорация «ОТВ Казахстана».
		Пл. Республики, 13
Должность, подпись, дата, печать	Должность, подпись, дата, печать	Должность, подпись, дата, печать

ПОЛОЖЕНИЕ

об оплате труда в Республиканской корпорации «Общественное телевидение Казахстана»

Настоящее положение вводится в целях усиления материальной заинтересованности работников Республиканской корпорации в результатах работы, увеличения прибыли корпорации и ее структурных подразделений, повышения творческой и трудовой активности, улучшения художественно-профессионального и технического качества теле- и радиопрограмм.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Принципы оплаты труда, принятые в настоящем Положении являются первым этапом внедрения полных хозрасчетных отношений (с определением внутренних расчетных цен, включающих материальные и приравненные к ним затраты, содержание основных и оборотных средств и т. д.) в корпорации¹, которые являются, в свою очередь, предэтапом полной экономической самостоятельности в виде самостоятельных хозяйственных субъектов.

1.2. Внедрение оплаты труда как элемента (первого этапа) хозрасчетных отношений ведет за собой ограничение этих отношений только прямыми затратами на оплату.

1.3. Настоящее Положение распространяется в части планирования дохода оплаты труда (ФОТ) — на всю корпорацию, в части организации оплаты труда — на центральное (республиканское) отделение корпорации².

¹ Ввиду типового характера Положения для обозначения канала используется термин «корпорация».

² Отдельными Положениями регулируется и участие подразделений в прибылях и использование гонорарного и постановочного фонда.

2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОТНОШЕНИЙ ОПЛАТЫ ТРУДА В КОРПОРАЦИИ

2.1. Организация заработной платы в корпорации направлена на стимулирование творческой и производственной активности персонала, повышение заинтересованности в получении корпорацией прибыли, стимулирование роста квалификации каждого работника, снижение затрат и улучшение результатов труда в каждом подразделении.

2.2. Корпорация в соответствии с Уставом и др. законодательными документами самостоятельно разрабатывает формы и системы оплаты, в т. ч. контрактные, договорные формы.

2.3. Источником ФОТ корпорации (включая гонорарный и постановочный фонды, тарифный и премиальный фонды) являются бюджетные ассигнования на объем госконтракта теле- и радиовещания. Дополнительным источником материального вознаграждения (ФМП) является часть прибыли корпорации, образуемая из собственных доходов за счет коммерческой, рекламной и др. деятельности.

2.4. Планирование ФОТ по подразделениям осуществляется исходя из норматива ФОТ на один час собственного вещания или лимитов численности. (В отдельных случаях по решению Президента дифференциация может производиться по уровням (категориям) подразделений, объемам собственного вещания и охватываемой вещанием территории (площади вещания).

2.5. Гонорарный и постановочный фонды планируются подразделениям отдельно.

2.6. Направления использования ФОТ в корпорации определяются функциональными назначениями составляющих его элементов (подфондов — тарифного, надбавок, премиального, постановочного, гонорарного).

2.7. Постоянная тарифная часть (а значит и норматив заработной платы в целом) отражает квалификацию работника и определяется в соответствии с тарификацией работников.

2.8. Надбавки (более переменный элемент) к тарифной ставке отражают сложность жанров и ответственность выполняемых работ, а также такие факторы как стаж, высокие результаты в течение долгого времени (результаты годовой аттестации персонала).

Рейтинг и вклад в увеличение прибыли отражается участием в прибылях.

2.9. Премии отражают текущие конечные результаты (качество и уровень передач прошедшего месяца).

3. ФОРМИРОВАНИЕ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ФОТ В ТВОРЧЕСКО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ

3.1. Собственный ФОТ теле (радио) канала определяется на основе норматива заработной платы на 1 час собственного вещания и фактического объема собственного вещания (по результатам месячных данных).

3.2. Собственный ФОТ (норматив) включает наряду с тарифным фондом фонд надбавок (в пределах и при наличии бюджетных ассигнований). Установление надбавок производится в подразделениях самостоятельно с учетом сложности работ, стажа и др. факторов.

3.3. Каждому подразделению кроме того доводится объем средств на плановые услуги РТЦ и автоцеха.

3.4. Плановые услуги РТЦ и автоцеха определяются как объемы заработной платы этих подразделений, приходящиеся на объем собственного вещания того или иного канала (подразделения), рассчитанного на основе заработной платы на 1 час загрузки оборудования этих подразделений (трактовых репетиций, оборудования видеозаписи, эксплуатации автомобиля).

3.5. Взаиморасчеты по выполненным услугам производятся по лицевым счетам этих подразделений в бухгалтерии (по обслуживанию республиканских подразделений) корпорации, на основе поданных справок, табуляграмм (чеков), о фактическом использовании услуг РТЦ и автоцеха и подписываемых руководителями подразделений.

3.6. Нарушение оперативно-календарных графиков (срывы, простои, опоздания по вине сторон) влечет за собой санкции в виде прямого уменьшения ФОТ виновной стороны. Применение санкций (хозрасчетных претензий) регулируется соответствующим Положением, а споры решаются арбитражной комиссией.

3.7. Отношения по поводу оплаты услуг между творческими подразделениями, РТЦ и автоцехом оформляются между подразделениями договорами.

3.8. Ежемесячно до 26 числа координационная служба разрабатывает согласованный с руководителями телерадиоканалов комплексный график загрузки оборудования РТЦ и автотранспорта по плановым передачам.

3.9. Фактический собственный ФОТ теле-, радиоканалов увеличивается (уменьшается) на величину экономии оплаты услуг РТЦ и автоцеха и величину сальдо штрафных санкций.

3.10. Фактический ФОТ РТЦ и автоцеха образуется за счет поступлений на объем выполненных ими услуг и сальдо штрафных санкций. (Экономия затрат времени на подготовку, записи передач используется РТЦ и автоцехом на выполнение сторонних услуг и регулируется положением об участии в прибылях).

3.11. Экономия в телерадиоканалах оплаты услуг РТЦ и автоцеха направляется на увеличение ФМП этих подразделений.

3.12. ФМП корпорации распределяется по подразделениям пропорционально объему собственного телерадиовещания. Условиями премирования в полном размере выступают:

— для телерадиоканалов: выполнение объема оригинального вещания и создание программ на высоком исполнительско-художественном уровне (табл.1).

Таблица 1

Корректировочные коэффициенты ФМП по качеству продукции

Процент передач канала, отнесенных худож. советом корпорации к I группе оплаты ¹	20	40	60	80	100
Коэффициент уменьшения (увеличения) расчетного размера премии	0,5	0,7	1,0	1,5	2,5

— для РТЦ: а) выполнение норм монтажа и записи и отсутствие преднамеренных задержек в подготовке передач (50% расчетного размера); б) уровень брака, дефектов в техническом оформлении брака (табл. 2).

¹ Положение об отнесении передач по категориям оплаты и сложности прилагается.

Таблица 2

Корректировочные коэффициенты ФМП РТЦ по техническому качеству передач

Процент передач, отнесенных худож. советом с замечаниями по техническому качеству	0	10	20	30	более 30
Коэффициент уменьшения (увеличения) расчетного размера премии	1,5	1,0	0,6	0,3	0

— для автоцеха: качество обслуживания передач транспортом (отсутствие срывов графиков предоставления транспорта, поломок во время подготовки передач и др.) — (табл. 3).

Таблица 3

Корректировочные коэффициенты ФМП автоцеха

Количество срывов передач по вине транспорта	0	до 5	до 10	свыше 10
Коэффициент уменьшения (увеличения) расчетного размера премии	1,5	1,0	0,5	0

3. 13. Распределение ФМП в подразделениях производится самостоятельно с учетом нарушений и вклада каждого работника.

3. 14. Подразделения вправе заключать самостоятельно договоры с теоретическими коллективами в пределах выделенного им фонда, увеличивать или уменьшать численность работников, вводить дополнительные штаты. При этом ФОТ не изменяется и определяется только нормативной численностью на объем оригинального вещания.

4. ОПЛАТА ТРУДА В ХОЗРАСЧЕТНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ КОРПОРАЦИИ (КАЗАХТЕЛЕФИЛЬМ)

4. 1. В целях повышения эффективности производства, усиления экономической заинтересованности коллективов в росте

производительности труда, экономии материальных, трудовых и финансовых ресурсов в подразделениях корпорации с законченным циклом производства применяются более глубокие формы хозрасчетных отношений.

4.2. Перевод на хозрасчетные отношения оформляется приказом Президента корпорации.

4.3. Хозрасчетное подразделение функционирует на основе Положения, имеет лицевой счет в корпорации.

4.4. Подразделение самостоятельно формирует штаты и творческие коллективы, распорядок работ на основе Договора с корпорацией. Самостоятельно осуществляет хозяйственную деятельность, формирует согласованные с корпорацией планы, устанавливает собственный порядок распределения ФОТ, производя необходимые отчисления от хозрасчетных доходов в фонды корпорации.

4.5. Для учета, экономического планирования деятельности хозрасчетных подразделений и организации расчетов с корпорацией по нормативам материальных и приравненных к ним затрат, утвержденным штатным расписанием разрабатываются планово-расчетные цены по номенклатуре продукции (видам, типам фильмов и т. д.).

4.6. Хозрасчетный доход определяется как разность между вырученными средствами (централизованные, спонсорские ассигнования, доходы от прочей, в т. ч. коммерческой деятельности) и затратами на производство.

4.7. В смету затрат по заработной плате при калькуляции себестоимости продукции (нормативе заработной платы на единицу продукции) хозрасчетного подразделения могут не включаться постановочные и гонорарные расходы, планирование и распределение которых осуществляется раздельной сметой.

5. ОПЛАТА ТРУДА В ДРУГИХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ КОРПОРАЦИИ

5.1. Оплата труда центрального руководства корпорации, руководителей подразделений корпорации осуществляется на основе индивидуальных контрактов, заключенных с ними Президентом корпорации.

5.2. При заключении контракта учитываются ответствен-

ность, сложность, новизна и объем функциональных обязанностей того или иного руководителя.

Контракт заключается по форме, разработанной в корпорации.

5.3. Текущее премирование руководителей осуществляется приказом Президента с учетом выполнения условий контракта.

5.4. Должностные оклады и размеры надбавок работникам управленческих подразделений (аппарата Президента, служб вице-президента) устанавливаются на основе утвержденного штатного расписания по представлению руководителей подразделений, вице-президентов.

5.5. Премирование работников управленческих подразделений осуществляется с учетом экономии сметы на содержание управленческих подразделений в размерах, не превышающих 150% от расчетного размера премирования работников основных подразделений.

5.6. Фонды оплаты труда других подразделений корпорации утверждаются на основе штатного расписания и плановых размеров прочих надбавок, премий.

5.7. Премирование работников подразделений осуществляется в размерах, не превышающих 120% от расчетного уровня премирования работников основных подразделений.

5.8. Распределение премиального фонда осуществляется с учетом результатов труда по представлению руководителей подразделений.

5.9. Во всех случаях премирование в корпорации производится без учета доплат и надбавок.

ПОЛОЖЕНИЕ

по совместной деятельности и взаимовыгодному сотрудничеству с творческими группами (объединениями)

Настоящее положение вводится в целях упорядочения отношений с творческими группами (объединениями), выработки принципов взаимовыгодного сотрудничества корпорации и творческих групп на базе повышения качества теле- и радиопередач, а также взаимных коммерческих выгод.

Положение является типовым для каналов ТВ.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящим положением регулируется деятельность корпорации в части установления принципов взаимовыгодного сотрудничества с различными самостоятельными (нештатными) творческими группами и объединениями на постоянной или срочной основе.

1.2. Корпорация (канал) в целях повышения качества теле- и радиопередач, формирования фондов за счет предоставления эфира и привлечения дополнительной рекламы проводит активную политику сотрудничества с различными юридическими лицами (творческими группами и объединениями).

1.3. При установлении сотрудничества корпорация (канал) исходит в первую очередь из творческой целесообразности сотрудничества, программной привлекательности планируемых передач и направленности их в целом на повышение качества эфира.

1.5. Установление сотрудничества и регулирование конкретных отношений сторон осуществляется путем заключения договора (образец прилагается).

2. ПРОИЗВОДСТВЕННО-ФИНАНСОВЫЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ СТОРОН

2.1. Творческие группы (объединения) заключают договор с Президентом корпорации, предварительно согласовав с руководителями каналов, в программах и сетках вещания которых

будет осуществляться их выход в эфир. Договор утверждается Президентом корпорации.

2.2. При установлении конкретных финансовых взаимоотношений в части предоставления оборудования, эфирного времени и оплаты передач (заработной платы, гонорарных и постановочных вознаграждений) Корпорация руководствуется в первую очередь принципом творческой и экономической выгоды сотрудничества с данной творческой группой (юридическим лицом). В этом случае базовые стоимости предоставления оборудования (технических средств) и эфира могут дифференцироваться в зависимости от степени выгоды вплоть до освобождения от платы. Аналогично определяются отношения оплаты труда: в случаях особой выгоды сотрудничества корпорация может производить оплату работы по ставкам авторского вознаграждения или иным образом.

2.3. Исключительным правом принятия решения о более льготных условиях (снижении базовых ставок) предоставления оборудования, эфира, а также оплаты работ обладает Президент корпорации.

2.4. При установлении финансовых отношений в части рекламной деятельности (в любом виде: рекламных роликов, заставок, щитовой, устной или в виде заказных передач) творческой группы корпорация также руководствуется принципом коммерческой выгоды сотрудничества с данной группой (юридическим лицом). Это означает, что распределение доходов от рекламной деятельности определяется объемами доходов и дифференцируется в зависимости от них.

2.5. Принимаются следующие нормы распределения доходов в зависимости от объемов рекламы (популярности передач).

Таблица 1

Нормативы распределения доходов от рекламной деятельности

Объем рекламного времени к продолжи- тельности передачи, %	Процентное соотношение распределения доходов	
	творческой группе	корпорации
до 15	40	60
15—25	45	55
свыше 25	55	45

2.6. Объем фактической рекламы и соответствующие пропорции распределения определяются ежемесячно (если иное

не оговорено в дополнительных условиях договора) в ПЭУ по данным рекламного отдела и поступивших средств. В исключительных случаях (нецелесообразность увеличения рекламного времени, ухудшение концепции и динамики передач и т. д.) по решению Президента корпорации могут приниматься во внимание объемы заказов на рекламу в программе.

2.7. Оформление рекламы осуществляется строго через рекламное агентство корпорации. Категорически воспрещается использование в передачах незарегистрированной в корпорации рекламы.

2.8. Корпорация осуществляет производство и размещение рекламы по собственным, действующим в корпорации расценкам.

2.9. В случаях, когда творческая группа самостоятельно изготавливает рекламные ролики, или рекламодатель имеет готовый ролик, корпорация взимает плату лишь за размещение рекламы. При этом в случаях откровенного преобладания готовых роликов, означающего нарушение принципа взаимовыгодного честного сотрудничества корпорация имеет право либо значительно (до 10 раз) увеличить размер платы за предоставление эфира, либо ввести прочие санкции вплоть до расторжения договора о взаимовыгодном сотрудничестве.

ПОЛОЖЕНИЕ

о системе внутрикорпорационных экономических санкций и порядке применения их в системе Республиканской корпорации «Общественное ТВ Казахстана»

Настоящее положение вводится в системе Республиканской корпорации в целях повышения художественного уровня программ и передач, поднятия уровня финансовых взаимоотношений между творческими и техническими подразделениями и службами предприятий и организаций Корпорации, установления нового экономического порядка при выполнении условий предоставления различных взаимных услуг.

Система внутрикорпорационных экономических санкций предполагает санкции только на уровне вступивших во взаимоотношения организаций, но не сотрудников, по работе которых руководство организации само выносит свое определение и отношение по существу вопроса. В системе санкций, рассматриваемых на уровне корпорации, включены наиболее значимые нарушения в принятых договорных взаимоотношениях между организациями телевидения и радио.

1. ПЕРЕЧЕНЬ

внутрикорпорационных экономических санкций и их размер за невыполнение или ненадлежащее выполнение взаимных договорных обязательств:

1. Санкции к Радиотелецентру:

а) за невыполнение установленных норм на качественные показатели технических средств, выявленных при контрольных измерениях. Радиотелецентр уплачивает штраф телевидению в размере 10 минимальных зарплат за каждый случай обнаружения. Время задержки работы этих средств от контрольных измерений до приведения их к норме согласно протоколов измерения (за исключением случаев, связанных с авариями) РТЦ обязано предоставить телевидению в удобное им время;

б) за невыполнение измерений в сроки, предусмотренные ПТЗ-92 или графиками измерений, Радиотелецентр уплачивает

штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай (на основании акта ОТК корпорации);

в) за допущенные по вине Радиотелецентра брак или техническую остановку длительностью до 1 минуты, Радиотелецентр уплачивает Телевидению штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай брака или техостановки, если это не вызвало прекращения проводимой передачи. Санкции не накладываются в случаях выдачи программ с одного видеоматрифона или кинопоста и если время технической остановки или брака не превысило 1 мин. 30 сек.;

г) за допущенную по вине Радиотелецентра техническую остановку длительностью более 1 мин. 30 сек. Радиотелецентр уплачивает Телевидению штраф в размере до 10 минимальных зарплат;

д) в тех случаях, когда по причине некачественной работы технических средств или неправильных действий техперсонала Радиотелецентра — видеозаписи размагничены или забракованы ОТК, Радиотелецентр уплачивает Телевидению штраф в размере 10 минимальных зарплат за каждый случай и компенсирует зарплаты Телевидения, если передача не может быть выдана в эфир.

Основанием для санкций является 2-сторонний акт. Если исходные материалы, основные и резервные, до сдачи программ ОТК РРТЦ, то санкции не применяются и затраты Телевидению не компенсируются.

е) за невыполнение или несвоевременное выполнение Радиотелецентром в согласованные сроки работ по видеозаписи и т.п., а также несвоевременное предоставление технических средств по халатности техперсонала, радиотелецентр уплачивает Телевидению штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай, если же это привело к отмене или замене запланированной работы — 10 минимальных зарплат за каждый случай и возмещает ущерб Телевидению; санкции не применяются, если заявка не выполнена из-за выхода из строя нерезервируемого оборудования в процессе работы;

ж) за необоснованный отказ принять заказ от Телевидения на выполнение какой-либо работы, обусловленный Договором, Радиотелецентр уплачивает Телевидению штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай.

Радиотелецентр не несет ответственности (материальной) за техническое качество в случае, когда Телевидение в процессе подготовки ТВ передач нарушило правила ПТЭ-92, технические условия на оборудования, использование некачественных материалов, записей бытовой техники, невыполнение ТУ и инструкций во время съемок и т. д. Во всех случаях РТЦ компенсирует время задержки, предоставляя его Телевидению во внеплановое или иное время.

Примечание: 1. Пункт 1—а, в, г выполняется на основании данных ОТК.

2. Пункт 1 — е, ж выполняется на основании акта о допущенных нарушениях (приложение №9).

2. Санкции РТЦ к телевидению:

К работе на технических средствах допускаются программно-редакционные работники, освоившие оборудование и сдавшие зачет по ПТЭ-92 и местным инструкциям:

а) в тех случаях, когда Телевидение отменит поданный им заказ, а выполнение какой-либо работы не явится для выполнения запланированных работ, Телевидение уплачивает штраф Радиотелецентру в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай;

б) в тех случаях, когда Телевидение изменит время, характер, место выполнения какой-либо работы, после принятия Радиотелецентром заказа на эти работы, произведет эти изменения с нарушением установленных сроков и порядка, Телевидение уплачивает Радиотелецентру штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай;

в) за включение в видеозапись или репетицию бракованных материалов, не оформленных в установленном порядке, Телевидение уплачивает Радиотелецентру штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай (на основании акта на техническое состояние материала);

г) за использование в передачах материалов ВХС, используемых с нарушением «Распоряжения о порядке подготовки и выдачи в эфир видеоматериалов ВХС», Телевидение уплачивает штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай;

д) в случаях, если Телевидение нарушило установленный порядок или срок сдачи фонограмм, видеозаписей, киноматериалов, изобразительных материалов, подлежащих использова-

нию на трактовых репетициях, записи или передачи — Телевидение уплачивает Телецентру штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай;

ж) за задержку начала заказанной работы (монтаж декораций, репетиций, записи, просмотра) или необеспечение Телевидением явки своего представителя для приема выполненной работы в срок, указанный в заказе или Договоре, Телевидение уплачивает Радиотелецентру штраф в размере 5 минимальных зарплат за каждый случай;

з) если во время выдачи ТВ программы в эфир произойдет брак или техническая остановка по вине творческого персонала ПТЭ-92 Телевидение уплачивает Радиотелецентру штраф в размере от 5 до 10 минимальных зарплат за каждый случай;

и) в случае сдачи монтажного листа (рабочей программы) с опозданием, а также, если в нем после сдачи обнаружены ошибки (не выполнены требования ПТЭ-92) и включены в программы, не прошедшие технического осмотра, Телевидение уплачивает штраф в размере 5 минимальных зарплат. Если работник телевидения опоздал на выдачу программ в эфир или оставил аппаратную во время телевизионного вещания, не обеспечив себе замену, Телевидение уплачивает штраф в размере 10 минимальных зарплат.

Примечание: 1. Материалы, забракованные на предконтроле, но необходимые для показа в программе могут быть выданы в эфир только с разрешения руководства телевидения с соответствующим документальным оформлением. Независимо от того, что передача прошла в эфир по указанию руководства телевидения, ответственность за брак несут непосредственные виновники.

2. Пункты б, в, с — выполняются на основании акта о допущенных нарушениях (приложение №9) или записи о них в заказе-наряде.

3. Пункт 2-ж на основании данных ОТК.

3. Порядок расчетов

Договор составлен на ориентировочную сумму по услугам, предоставленным корпорацией телевидению.

Расчеты за предоставленные технические средства производятся непосредственно Телевидением и Радиотелецентром.

Телевидение вносит Радиотелецентру в счет платы за использование технических средств аванс в размере 2-х недельной стоимости услуг Радиоцентра. Аванс вносят 1 и 15 числа каждого месяца.

Окончательный расчет за истекший месяц Телевидение производит в 2-х недельный срок с момента получения Радиотелецентром счета с протоколом оперативного совещания по итогам работы телецентра за истекший месяц.

Настоящий договор заключается сроком на 1 год: с 1 июля 1994 года по 31 декабря 1994 года.

Все спорные по настоящему договору вопросы решаются сторонами в порядке, установленном «Положением о производственно-хозяйственных взаимоотношениях между организациями и предприятиями».

Все случаи нарушения Договора фиксируются сторонами соответствующей эксплуатационной документацией в течение текущего дня и отдельным актом.

Договор составлен в 2-х экземплярах, один из которых хранится на Телевидении, а другой — на Радиотелецентре.

Приложение: 1. Перечень основных руководящих материалов.

2. Перечень технических средств, предоставляемых Республиканским радиотелецентром Телевидению.

3. Плановый объем загрузки технических средств Радиотелецентра.

Плановый объем загрузки технических средств Радиотелецентра по предоставляемым услугам.

4. Основные параметры телевизионного оборудования РРТЦ, согласно ГОСТу заводских ТУ и непосредственно замеров.

5. Протокол сквозных измерений телевизионных трактов.

6. Протокол по итогам работы Радиотелецентра и Телевидения.

Протокол совещания.

7. Справка о выполнении объема услуг, предоставленных Радиотелецентром Телевидению.

8. Тарифная стоимость услуг, предоставленных Республиканским радиотелецентром.

9. Акт о допущенных нарушениях.

II. ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ВНУТРИ КОРПОРАЦИОННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

1. Размер экономической санкции, кратный минимальной заработной плате, определяется согласно указанному выше перечню по действующей на момент нарушения ставке, минимальной зарплате, утвержденной Правительством Республики Казахстан.

2. Факт нарушений пунктов и позиций договоров и соглашений устанавливается и принимается нарушившей стороной к оплате по заключенным договорам, соглашениям и фиксируется путем составления Акта о нарушении договора или соглашения с включением в него работников нарушившей стороны.

3. Все спорные вопросы, возникающие между предприятиями и организациями телевидения и радио, решаются арбитражной комиссией во главе с первым руководителем корпорации и телекомпаний.

4. Оплате не подлежит и не включается в объем выполненной загрузки:

а) время, в течение которого зафиксирована техническая остановка, происшедшая по вине РРТЦ;

б) время намеченных, но отмененных или перенесенных на другие часы репетиций, передач, звукозаписей, если предупреждение о задержке или их отмене сделано в сроки, предусмотренные Правилами эксплуатации.

5. Оплате подлежит и включается в объем выполненной загрузки:

а) задержка начала передачи и репетиции, а также перемены во время передач и репетиций по вине «Заказчика»;

б) часы холостого перегона оборудования РТЦ из-за несостоявшихся передач и репетиций по вине «Заказчика».

НОРМАТИВЫ

на производство телевизионных спектаклей и передач, создаваемых в республиканской корпорации «Общественное ТВ Казахстана»

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Нормативы на производство установлены для следующих форм телевизионных передач:

- 1) Оригинальный спектакль.
- 2) Постановочная передача, сюжетно-эстрадное представление, сюжетный концерт.
- 3) Спектакль в телеварианте, передача со зрителем и клубная.
- 4) Непостановочная многокомпонентная передача.
- 5) Непостановочная малокомпонентная передача.
- 6) Событийная трансляционная передача.
- 7) Компилятивная передача на видеоматериале.
- 8) Ретрансляционная и повторная передачи.
- 9) Компилятивная передача на киноматериале, кинопоказ.

К постановочным передачам (форма 2) отнесены игровые передачи, имеющие сквозное сюжетное решение. Литературной основой передач служит сценарий, сценарный план. Ведущий компонент — сюжетные сцены и актерские (концертные) номера в собственной постановке.

К форме 3 отнесены спектакли в телеварианте, передачи, ведущим компонентом которых являются конкурсы, диспуты, соревнования, игры и др., а также сюжетные сцены и актерские (концертные) номера в телеварианте.

К непостановочным многокомпонентным передачам (форма 4) отнесены передачи, состоящие из большого количества разнообразных компонентов (4 и более).

К непостановочным малокомпонентным передачам (форма № 5) отнесены передачи, состоящие из 3 и менее компонентов. Ведущий компонент — выступления, лекции, беседы, интервью, собственный кино- и видеоматериал, а также готовый, подвергаемый перемонтажу по оригинальному сценарию и т. п.

К событийным и трансляционным передачам (форма 6) отнесены прямые трансляции происходящих событий: вечера, концерты, спортивные соревнования и т. д.

К компилятивным передачам на видеоматериале (форма 7) отнесены передачи, состоящие из видеотечного материала, связанного между собой титрами или объявлениями ведущего (диктора) за кадром.

К ретрансляционным и повторным передачам (форма 8) отнесены передачи, созданные в другом городе или стране (полученные по линиям связи или в рулонах); повторный показ передач, для которых микрофонные материалы не оформляются одновременно с первым показом или требуется доработка в съемочном или монтажно-тонировочном периодах; показ телефильмов на магнитной ленте.

К компилятивным передачам на киноматериале, кинопоказу (форма 9) отнесены передачи, состоящие из фильмотечного материала, связанного между собой титрами или краткими объявлениями ведущего (диктора), а также кинопоказ.

1.2. Нормативы установлены на 3 способа производства:

1) прямая передача или видеозапись без электронного монтажа (способ 1);

2) видеозапись с электронным монтажом в режиме продолжения (способ 2);

3) видеозапись с последующим электронным монтажом в режиме перезаписи (способ 3).

При смешанных способах производства видеозапись проводится в соответствии с нормативами на I и II способы производства, последующий монтаж — в соответствии с нормативами на монтаж и озвучение.

1.3. Нормативы установлены на подготовительный, съемочный, монтажный, завершающий период.

Нормативы рассчитаны на среднюю сложность работ подготовительного и съемочного периода.

При повышенной трудоемкости передач и спектаклей, повышенной технической сложности к установленным нормативам может применяться повышающий коэффициент 1.3.

1.4. Руководство главной редакции на этапе формирования тематического плана для каждой рубрики определяет формы передач, способ производства, сложность съемочного периода.

1.5. Нормативы установлены исходя из продолжительности рабочей недели 41 час.

1.6. Для передач формы 1—5 нормативы на подготовительный и завершающий период установлены в рабочих днях независимо от способа производства.

Для передач формы 6—9 установлен общий срок на все периоды производства в рабочих днях.

1.7. На съемочный и монтажный периоды, связанные с интенсивным использованием технических средств, установлены следующие виды норм:

— коэффициенты на использование технических средств;

— нормы выработки за 1 час работы.

$N_v = \frac{60}{K}$, где N_v — норма выработки

K — коэффициент использования технических средств;

— нормы времени на вспомогательные работы.

1.8. Нормы времени на все виды работ с использованием телевизионной техники определяются путем умножения соответствующего коэффициента на хронометраж данной передачи.

1.9. Время на подготовку сценарных материалов и внутриредакционные работы в нормативы не включены.

II. НОРМАТИВЫ ДЛЯ ПЕРЕДАЧ ФОРМ ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД (ПП)

Нормативы для работы подготовительного периода

№№ пп	Наименование	Типовой хронометраж, мин.	Продолжительность периода в рабочих днях (р. д.)
1	Оригинальный спектакль	30	от 9 до 12
		45	от 12 до 17
		60	от 15 до 20
2	Постановочная пере- дача, сюжетно- эстрадное представ- ление, сюжетный концерт	30	от 7 до 9
		45	от 8 до 11
		60	от 11 до 14
3	Передачи со зрите- лем и клубная	30	от 3 до 4
		45	от 4 до 5
		60	от 5 до 7
4	Непостановочная многокомпонентная передача	30	от 3 до 4
		45	от 4 до 5
		60	от 5 до 6
5	Непостановочная малокомпонентная передача	30	от 2 до 3
		45	от 3 до 4
		60	от 4 до 5

Примечание:

1) В отдельных случаях, с разрешения главного редактора, подготовительный период для передач может быть увеличен до 30% нормативного срока.

2) При хронометраже в передаче, не совпадающем с типовым, продолжительность подготовительного периода изменяется следующим образом:

а) если хронометраж находится в пределах 26—35 минут, 36—50 минут, 51—70 минут, то продолжительность подготовительного периода определяется, соответственно, по нормативам на передачу хронометражом 30 минут, 45 минут или 60 минут без изменений;

б) если хронометраж находится в пределах 15—25 минут или составляет менее 15 минут, то продолжительность подготовительного периода передачи хронометражом 30 минут сокращается, соответственно, не более чем на 25% или 50%;

в) если хронометраж находится в пределах 71—90 минут или составляет более 90 минут, то продолжительность подготовительного периода передачи хронометражом 60 минут увеличивается, соответственно, не более чем на 25% или 50%;

3) При включении в передачу более 50% материалов собственных киносъемок, подготовительный период может быть увеличен до 30% срока, более 70% — до 50% срока.

4) Время на дорогу и перебазировку при проведении съемок в отдаленных районах в нормативе не учтено и определяется на основании утвержденного графика.

5) В отдельных передачах, где применяется упрощенное или многократно используемое режиссерское решение, подготовительный период может быть сокращен до 50%.

6) Для прямых передач и телемостов, имеющих повышенную сложность подготовки, срок подготовительного периода может быть увеличен до 50% по разрешению Главного редактора.

7) Во время изготовления художественно-декорационного оформления работники съемочной группы привлекаются к работе над другими передачами, и это время не засчитывается в срок подготовительного периода данной передачи.

8) Для передач, имеющих повышенную сложность подготовки I и II способах производства или отнесенных к высшей группе сложности съемочного периода с разрешения руководства комитета срок подготовительного периода может быть увеличен до 50%.

III. НОРМАТИВЫ НА ТРАКТОВЫЕ РЕПЕТИЦИИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВИДА КОМПОНЕНТОВ

№ № пп	Компоненты передач	Способы производства					
		I		II		III	
		Кэф- фици- ент тра- кта и видео- записи	Норма полез- ной вы- работки за 1 час работы (мин.)	Кэффи- циент тракта и видео- записи	Норма полез- ной вы- работки за 1 час работы (мин.)	Кэффи- циент тракта и видео- записи	Норма по- лезной вы- работки за 1 час рабо- ты (мин.)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Хроникально-документальные сюжеты						
2.	Сюжетные сцены в собственной постановке, а также оригинальный спектакль в целом					4-5	15-12
3.	Актёрские (концертные) номера в собственной постановке			6-9	10-6,7	8-15	7,5-4
4.	Конкурсы, диспуты, игры, гостиная, сюжетные сцены, актёрские (концертные) номера в телеварианте			5-6	12-10	6-8	10-7,5
5.	Беседы, интервью, «Круглый стол», конференция	2-3	30-20	3-4	20-15	5-7	12-8,6
6.	Иконографический материал	1,5-2,5	40-24	2-3	30-20	3-4	20-15
7.	Выступление диктора, ком-	1,5-2,5	40-24	2-3	30-20	3-4	20-15

ментарии, лекции, готовые сюжетные сцены и актёрские (концертные) номера	1-2	60-30	1,5-2,5	40-24	2-3	30-20
8. Субтитры, движущийся фон для последующей электронной рипроекции	1-2	60-30	1,5-2,5	40-24	2-3	30-20
9. Запись события, включая телемосты (или трансляция)	1-1	60-60	1-2	60-30	1-3	60-20

Примечания:

1. В нормах учтены затраты времени на корректировку света. Подготовительно-заключительные работы с актёрами, выступающими, ведущими (прическа, грим, костюм и др. виды работ) в норму времени на видеозапись не включены.

2. Нормы выработки установлены на студийную и внестудийную видеозапись с использованием телевизионных средств: ПРТС, ТК.

3. При определении норм выработки в установленных пределах во внимание принимаются:

- сложность светового и светокolorистического решения;
- дробность сцен;
- наличие массовых сцен и их сложность;
- наличие фонограммы и ее сложность;

IV. НОРМАТИВЫ НА ПРОВЕДЕНИЕ МОНТАЖНЫХ РАБОТ, ВМЗ, ОЗВУЧЕНИЕ В ДВУХПОСТОВЫХ АППАРАТНЫХ

Группа сложности работ	Коэффициент монтажа	Норма полезной выработки (мин.) за 1 час работы
I	9—16	6,7—3,7
II	8—10	7,5—6
III	4—6	15—10

Группы сложности монтажа установлены исходя из степени использования «прямого» монтажа во время записи и необходимости последующего монтажа.

Группа сложности и конкретное значение коэффициента монтажа определяются руководством редакции с учетом выделенных редакции лимитов на монтаж (в пределах установленных значений).

В нормы на монтаж включено время на проведение работ по чистовому редактированию.

Технологический перечень основных работ для всех форм передач

Подготовительный период

(Общий для всех способов производства)

А. Работы общие для всех форм передач:

1. Ознакомление со сценарием, сценарным планом, программой.
2. Создание, утверждение или согласование режиссерского или рабочего сценария (в зависимости от формы передачи).
3. Формирование съемочной группы, подача заявок на технические средства.
4. Разработка и приемка ХДО:
 - а) создание эскизов, производство и приемка ХДО для вновь создаваемого оформления;
 - б) создание эскизов с учетом имеющихся элементов оформ-

ления, частичное производство, подбор готовых декораций и костюмов, приемка ХДО;

в) создание эскизов из подбора, приемка ХДО;

г) подача заявок на установку циклового оформления;

5. Работа по музыкальному оформлению:

а) заказ и приемка оригинальной музыки, запись и монтаж оригинальных фонограмм;

б) подбор музыкального оформления из фонотечных материалов (использование готовых фонограмм с дозаписью новых, монтаж фонограмм).

6. Разработка световой партитуры.

7. Составление календарно-постановочных планов, сметы расходов для передач форм 1, 2 или графика производства и статей основных затрат (для постановочных передач и передач форм 3—5).

Б. Работы, зависящие от компонентного состава передач:

1. Подбор актеров и застольные репетиции.
2. Отсмотр готового спектакля, концертной программы.
3. Встречи с участниками, выбор ведущих.
4. Отсмотр и обследование объектов при внестудийных работах.
5. Проведение кино- или телесъемок (киносъемок, проявка, печать, монтаж киноматериалов, просмотр, телесъемки).
6. Подбор готового киноматериала в фондах и сторонних организациях.
7. Подбор готового видеоматериала.
8. Подбор готового иллюстративного материала в фондах и сторонних организациях.
9. Изготовление заставок, титров, рисунков и т. п.
10. Проведение фотосъемок, изготовление фотографий, фотофонов диапозитивов.

Съемочный период

1. Основные работы:
 - 1) I способ производства: (видеозапись без электронного монтажа или прямая передача)
 - трактовые репетиции;
 - прогон;

- видеозапись или прямая передача;
- просмотр (сдача готовой передачи руководству и ОТК).

2) II способ производства:

- трактовые репетиции;
- видеозапись с электронным монтажом по уходу записи;
- просмотр (сдача готовой передачи руководству и ОТК).

3) III способ производства:

- трактовые репетиции;
- видеозапись дублей и отдельных фрагментов.

2. Вспомогательные работы (независимые от способа производства):

- подготовительные:
 - а) установка декораций, проверка годности ХДО, костюмов, грима и т. п.;
 - б) установка света и микрофонов; освоение объекта по свету и звуку;
- заключительные:
 - демонтаж декораций;

Монтажно-тонировочный период

1. Подготовительные работы к монтажу:

- просмотр исходного материала, кодирование, отбор дублей;
- составление монтажных карточек;
- уточнение звуковой партитуры, дополнительные работы по подбору фонограмм, расшифровка фонограмм.

2. Монтаж.

3. Озвучение.

4. Просмотр передачи руководством комитета (главной редакции).

5. Чистовое редактирование.

6. Сдача передачи руководству комитета (главной редакции), ОТК, изготовление тех. дубля.

ПОЛОЖЕНИЕ

об участии в прибылях в Республиканской корпорации «Общественное ТВ Казахстана»

Настоящее Положение вводится в целях усиления заинтересованности коллектива в росте прибыльности корпорации (канала), повышения эффективности и качества работы.

Положение является типовым для каналов корпорации.

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Фонд участия в прибылях (ФУП) является одним из фондов, образуемых за счет прибыли канала.

1.2. ФУП предназначен для материального вознаграждения коллективов и отдельных работников в соответствии с их вкладом (долевым участием) в повышении прибыли.

1.3. Видами деятельности, через которые реализуется вклад коллектива (работника) в прибыль, могут быть: выпуск реклам, концертная деятельность, привлечение спонсорских средств, тиражирование и распространение телерадиопродукции, предоставление технических услуг, медицинские услуги, экономия затрат и др., в том числе общекорпоративного характера (сдача в аренду помещений, предоставление эфира, продажа телепрограмм).

1.4. Для формирования внебюджетных и внебюджетных доходов и прибыли реализация услуг корпорации производится по договорным ценам не ниже их себестоимости.

2. ФОРМИРОВАНИЕ ФУП

2.1. ФУП формируется в центральной бухгалтерии канала и распределяется после подведения итогов финансовой деятельности за каждый отчетный квартал. (Учитывая инфляционный фактор, использование ФУП, по решению Президента корпорации, может производиться ежемесячно).

2.2. ФУП образуется из прибыли после соответствующих расчетов с бюджетом в размере 45% от прибыли (остальные

15% — фонд социального развития, 35% — фонд развития производства, 5% — финансовый резерв текущего ФМП).

3. УЧАСТИЕ В ПРИБЫЛЯХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ КОЛЛЕКТИВОВ И РАБОТНИКОВ КОРПОРАЦИИ

3.1. Основным принципом определения доли участия в прибылях каждого подразделения коллектива или работника является установление прямой зависимости вознаграждения от размеров принесенной прибыли.

3.2. Прибыль от любого вида услуг в корпорации определяется как доход за вычетом материальных и приравненных к ним затрат, понесенных корпорацией по конкретному виду услуг и соответствующих отчислений в бюджет.

3.3. Участие в прибыли для телерадиоканалов выражается в привлечении рекламы, спонсорских средств, организации спортивно-состязательных и др. коммерческих мероприятий. Участие музыкальных коллективов выражается в привлечении доходов за счет концертной, конкурсной и др. деятельности. Участие автоцеха в предоставлении автоуслуг сторонним организациям, РТЦ — выполнении услуг по видеозаписи, стоматологического отдела — предоставлении стоматологических услуг, зоны отдыха — предоставлении платных услуг населению и т. д.

3.4. В распоряжение подразделения, работниками которого осуществлен вклад в прибыль, поступает 20% от суммы прибыли, (доходы от спонсорских передач, за вычетом произведенных затрат, поступают в размере 80%). Подразделения вправе привлекать посредников, оплачивая их услуги за счет указанных сумм.

3.5. Разность между фактическим фондом участия в прибылях и выплаченной суммой в конце отчетного периода поступает к распределению между подразделениями, участвовавшими в получении тех или иных видов дохода (по представлению подразделений — инициаторов дохода) за исключением доходов от рекламных, заказных, спонсорских передач, остаток от которых (20%) распределяется в обязательной пропорции:

10% — РТЦ

10% — ПЭО

5% — администрация

3.6. Определение участия в прибылях осуществляется:

— приказом президента РКТРК (размеры коллективного участия);

— приказом руководителей подразделений (распределение внутри подразделений).

3.7. Участие в прибылях в отдельных исключительных случаях (например, при невыполнении плановых объемов вещания) и только по решению президента и первого вице-президента могут относиться перерасходы по другим статьям (оплаты труда, материального поощрения и др.) или суммы штрафов, убытков как внутренних, так и внешних, допущенных по вине данной дирекции, редакции, отдела.

3.8. ФУП заносится в карточку внутреннего учета (лицевой, текущий счет) и распределяется самостоятельно коллективом в соответствии с вкладом в получение внебюджетного дохода студий, работников (в том числе и на другие цели, способствующие дальнейшему увеличению прибыли).

3.9. Все работы, услуги, связанные с привлечением доходов, должны оформляться строго через рекламно-коммерческое управление корпорации. В случае обнаружения фактов незарегистрированной деятельности коммерческого характера руководитель и виновные лица привлекаются к материальной и дисциплинарной ответственности вплоть до увольнения.

3.10. Тарифы на рекламу, заказную продукцию должны согласовываться с соответствующими подразделениями.

4. УЧАСТИЕ В ПРИБЫЛЯХ РАБОТНИКОВ РЕКЛАМНО-КОММЕРЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

4.1. В целях стимулирования работников рекламно-коммерческого управления фонд участия в прибылях управления устанавливается в размере 1,5% от суммы прибыли (доходов за вычетом налогов).

4.2. Агентские (посреднические) услуги оплачиваются из указанной суммы участия в прибылях.

4.3. Распределение ФУП производится управлением самостоятельно с учетом вклада каждого работника.

СПИСОК

ОСНОВНОЙ ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Аренс Бове. Современная реклама. — Тольятти: Издат. дом. Довгань, 1995 — 705 с.

1. Международные акты: Всеобщая декларация прав человека; Резолюция 59 Генеральной Ассамблеи от 14 декабря 1946 г.; Резолюция 45/76А от 11 декабря 1990 г.; Резолюция 104 генеральной конференции ЮНЕСКО 25 сессии 1989 г.; Резолюция 4.3, принятая Генеральной конференцией ЮНЕСКО; Декларация, принятая участниками семинара ООН-ЮНЕСКО по вопросам развития независимой и плюралистической прессы в Африке (Виндхук, Намибия, 29 апреля — 3 мая 1991 г.).

1. Законы Республики Казахстан: «Об охране труда», «Об отпусках», «О коллективных договорах», «О защите и поддержке частного предпринимательства», «Об инвестиционной деятельности», «О занятости населения».

2. О новых условиях оплаты труда на основе единой тарифной сетки. Постановление Кабинета Министров Республики Казахстан от 20 октября 1992 г.

3. Конвенции и рекомендации МОТ:

Конвенция №154. Коллективные договоры, 1981;

Конвенция №131. Установление минимальной заработной платы, 1970;

Конвенция №95. Охрана заработной платы, 1949;

Конвенция №98. Право на организацию на ведение коллективных переговоров, 1949;

Конвенция №100. Равное вознаграждение, 1951;

Конвенция №111. Дискриминация в области труда и занятий, 1958;

Конвенция №122. Политика в области занятости, 1964;

Конвенция №150. Регулирование вопросов труда, 1951;

Рекомендация №91. О коллективных переговорах, 1951;

Рекомендация №91, касающаяся сотрудничества на уровне предприятия, 1952;

Рекомендация №113. О сотрудничестве в отраслях и в национальном масштабе, 1960;

Рекомендация №129. О связях на предприятиях, 1967;

Рекомендация №163. О коллективных переговорах, 1981.

4. Ансофф И. Стратегическое управление. — М.: Экономика, 1989. — 520 с.

5. Антология экономической классики. В 2-х томах. — Т. 1. — М.: Эконом, 1991. — 475 с.

6. Аккорниро А. Гибкие трудовые отношения: что лежит в их основе? Мировая экономика и международные отношения. — 1991. — №5. — С. 49 — 65.

7. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. — М.: Прогресс, 1985. — 305 с.

8. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. — М.: Сов. Радио, 1974. — 272 с.

9. Амрин Г., Ричи Дж., Модн К. Организация производства и управление в американских корпорациях. — М.: Экономика, 1991.

10. Балашов Ю. К. Кадровая политика западноевропейских фирм: стимулирование новаторской деятельности. // Труд за рубежом. — 1991. — №4. — С. 102—110.

11. Балашов Ю. К. Формирование стабильных трудовых коллективов на предприятиях стран Восточной Европы. // Труд за рубежом. — 1990. — №3. — С. 29—45.

12. Барбер Б. Структура социальной стратификации и тенденции социальной мобильности. // Американская социология. Перспективы. Проблемы. Методы. — М.: Прогресс, 1972. — С. 235—247.

13. Бейсенов С. Рыночные отношения — путь к эффективной занятости. // Социалистический труд. — 1990. — №12. — С. 61 — 65.

14. Бигель Дж. Управление производством. Количественный подход. Пер. с англ. — М.: Мир, 1973. — 304 с.

15. Блейк Р. Р., Моутон Д. С. Научные методы управления. — Киев: Наукова думка, 1990. — 247 с.

16. Блейки Дж. Р. Развитие стратегических способностей. // Проблема и практика управления. — 1991. — №2. — С. 89—90.

17. Большакова Г. К. США: роль корпорации и государства в подготовке кадров. — М.: Наука, 1987. — 112 с.

18. Ван Гиг Дж. Общая прикладная теория систем. В 2-х томах. — М.: Мир, 1981.

19. Володин А. А. США: экономика и местные органы власти. — М.: Наука, 1984. — 144 с.

20. Временный наем работников в капиталистических странах: социальная и экономическая эффективность. // Труд за рубежом. — 1990. — №2. — С. 48—56.

21. Вудкок М., Франсис Л. Раскрепощенный менеджер. — М.: Дело, 1991. — 320 с.

22. Гага В. А. Вопросы теории и практики премирования. — Томск: Изд-во Том. ун-та, 1975. Ч. 1, 11.

23. Гага В. А., Новоселова Е. Г. Дальняя мотивация деятельности и современные системы стимулирования. // Изв. СО АН СССР. Сер. Экон. и прикл. соц. — Новосибирск, 1989. — вып. 3. — С. 24—38.

24. Гауэнер Н. Повышение гибкости — актуальная проблема рынка труда. // Мировая экономика и международные отношения. — 1991. — №10. — С. 30.

25. Гелбрейт Дж. Новое индустриальное общество. — М., 1969. — 420 с.

26. Гелбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. — М., 1976. — 367 с.

27. Грачев М. В. Управление трудом. — М., 1990.

28. Грейсон Дж., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. — М.: Экономика, 1991. — 321 с.

29. Денисон Э. Причины различий в темпах экономического роста. — М.: Прогресс, 1975. — 708 с.

30. Дж. О'Шонесси. Принципы организации управления фирмой. — М.: Прогресс, 1979. — 286 с.

31. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. — М.: Наука, 1991 — 575 с.

32. Как работают японские предприятия. — М.: Экономика, 1989. — 262 с.

33. Карлоф В. Деловая стратегия (концепция, содержание, символы). — М.: Экономика, 1991. — 252 с.

34. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. — М.: Прогресс, 1987.

35. Корнаи Я. Дефицит. — М.: Наука, 1991.
36. Космамбетова Р. И. Управление в регионе. — Алматы, 1990.
37. Кошанов А. К., Аттанханов А. Х., Абдразакова А. Т. и др. Рабочий класс Казахстана: Современные проблемы формирования и развития. — Алматы, 1991. — 154 с.
38. Кошанов А. К., Ибрагимова К. А. Механизм регулирования занятости в условиях рыночной экономики. // Вопросы экономики. — 1992. — №7.
39. Кошанов А. К., Аттанханов А. Х., Шалбаев С. Б. и др. Социально-экономические основы образа жизни в регионе. — Алматы, 1986. — 255 с.
40. Кошанов А. К., Арынов Е. М., Рамазанов А. А. и др. Социальная ориентация рыночного хозяйства. — Алматы, ИЗ АН РК, 1991. — 139 с.
41. Крейсберг М. М. Стратегическое управление в машиностроительных корпорациях капиталистических стран. — М.: Информэлектро, 1988. — 66 с.
42. Кунц Г., О Доннел С. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. — М.: Прогресс, 1981. Т. 1, Т. 2.
43. Курицын А. Н. Новые тенденции в организации труда на промышленных предприятиях. Опыт развитых кап. стран. Вып. 4. — М., 1988. — 50 с.
44. Кууси П. Этот человеческий мир. Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1988. — 363 с.
45. Марцинкевич В. И. США: человеческий фактор и эффективность экономики. — М.: Наука, 1991. — 240 с.
46. Маршалл А. Принципы политической экономики. — М.: Экономика, 1986.
47. Мерсер Д. ИБМ: управление в самой преуспевающей корпорации мира. — М.: Прогресс, 1991. — 458 с.
48. Месаревич М., Мако Д., Такахара И. Теория иерархических многоуровневых систем. — М.: Мир, 1973. — 344 с.
49. Мильнер Б. Собственность и управление. // Вопросы экономики, 1991. — №5. — С. 28—38.
50. Мильнер Б. З., Евенко Л. И., Рапопорт В. С. Системный подход и организация управления. — М.: Экономика, 1983. — 224 с.
51. Монден Я. «Тоёта»: Методы эффективного управления. — М.: Экономика, 1989. — 289 с.
52. Моргачев Б. Н. Формы и методы территориального управления в США и Канаде. — М.: Наука, 1987.
53. Моритане М. Современная технология и экономическое развитие Японии. — М.: Экономика, 1986. — 263 с.
54. Мухамбетов Т. И., Бейсенов С. Д. Рынок и проблемы занятости в Республике Казахстан. — Алматы: Гылым, 1992. — 153 с.
55. Мухамбетов Т. И. Что и как изменить в работе кадровиков. // Человек и труд. — 1992. — №2. — С. 40—45.
56. Мэкки Л., Патудло П. Женщины на работе. — М.: Прогресс, 1982. — 302 с.
57. Наемный труд в современном капитализме. — М.: ИМРД АН СССР, 1989. — 174 с.
58. Нейман Дж., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. — М.: Наука, 1971.
59. Новая технология и организационные структуры. Пер. с англ. — М.: Экономика, 1990. — 269 с.
60. Окумура Х. Корпоративный капитализм в Японии. — М., 1986. — 120 с.

61. Опелендер К. Х. Теория и политика экономического роста. — М.: Экономика, 1991. — 165 с.
62. Организация управления в фирме «Контрол дэйта». — М.: Прогресс, 1974. — 358 с.
63. Орденов А. В. Япония: участие трудящихся в управлении производством. — М., 1985.
64. Организация производства на промышленных предприятиях США. Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1979. — 415 с.
65. О'Шонесси Дж. Принципы организации управления фирмой. — М., 1979.
66. Панеро Р. Менеджмент и системный анализ. // Проблемы теории и практики управления. — 1991. — №1. — С. 92—97.
67. Пестель Э. За пределами роста. — М.: Прогресс, 1968. — 270 с.
68. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. В 2-х томах. — М.: Прогресс, 1985.
69. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. — М.: Экономика: Дело, 1992. — 510 с.
70. Платонов О. А. Повышение качества трудовой жизни. Опыт США. — М.: Рада, 1992. — 188 с.
71. Платонов О. А. Русский труд. — М., 1991. — 203 с.
72. Пресняков В. Ф. Модель поведения предприятия. — М.: Наука, 1991. — 190 с.
73. Производительность труда «белых воротничков». — М.: Прогресс, 1989. — 247 с.
74. Производственные интервью. Вып. 2. — М.: ИНХП, 1991.
75. Ригс Дж. Производственные системы: планирование, контроль. — М.: Прогресс, 1972. — 340 с.
76. Робер М. А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. / Пер. с фр. — М.: Прогресс, 1988. — 255 с.
77. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. — М.: Прогресс, — 1986. — 208 с.
78. Роджерс Дж. Ф. ИВМ: Взгляд изнутри. Человек, фирма, маркетинг. — М.: Прогресс, 1990. — 277 с.
79. Санталаймен Т., Воутилайнен З., Поррени Р., Ниссинен И. Управление по результатам. — М.: Прогресс, 1989. — 318 с.
80. Семенов А. Стратегия фирмы. // Вопросы экономики. — 1991. — №5. — С. 75—81.
81. Скалли Дж. Одиссея от «Пепси» до «Эпл». — М.: Экономика, 1991.
82. Скотт Синк Д. Управление производительностью: Планирование, измерение и оценка, контроль и повышение. — М.: Прогресс, 1989. — 519 с.
83. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Соцэкгиз. — 1962.
84. Тейл Г. Прикладное экономическое прогнозирование. — М.: Прогресс, 1970. — 510 с.
85. Тернер Дж. Структура социологической теории. — М.: Прогресс, 1985.
86. Флоренс С. Структура промышленности и управление предприятиями в Британии и США. — М., 1958. — 164 с.
87. Форрестр Дж. Основы кибернетики предприятия (индустриальная динамика). — М., 1971. — 364 с.

88. Фостер Р. Обновление производства. Атакующие выигрывают. — М.: Прогресс, 1987. — 272 с.
89. Фромм Э. Иметь или быть. 2-е изд. — М.: Прогресс, 1991.
90. Харрингтон Дж. Управление качеством в американских корпорациях. — М.: Экономика, 1990. — 272 с.
91. Харрис П. Р. Новые общества, новые пути, новое управление. — М., 1985.
92. Хенцер Г. Принципы управления фирмой. // Мировая экономика и международные отношения. — 1989. — №3. — С. 94—96.
93. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. — М.: Прогресс, 1988. — 488 с.
94. Хорст Р. Х. Опыт успешного руководства. — М.: Экономика, 1981.
95. Хьюсман Ф. К., Хэтфилд Дж. Д. Фактор справедливости. — М.: Знание, 1992. — 95 с.
96. Чарльзворт Дж. Основы законодательства о компаниях. — М.: Иностранная литература, 1958. — 320 с.
97. Шумпетер И. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — 480 с.
98. Эклунд К. Эффективная экономика: Шведская модель. — М.: Экономика, 1991. — 260 с.
99. Эскола А. Личность и образ жизни. — М.: Прогресс, 1989.
100. Эттингер Дж., Ситтер Дж. Больше... через качество. — М.: Изд-во стандартов, 1968.
101. Abell D. F. Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning. — Englewood Cliffs. — N. Y.: Prentice Hall, 1980.
102. Angelini A., Retour D. Le conseil en recrutement de cadres // Personnel. — 1988. — №300. — p. 40—47.
103. Ansoff H. I., Declerck R. P., Hayes R. Z. From Strategic Planning to Strategic Management. — N. Y.: John Wiley, 1976.
104. Atkison J. W., Birch D. The Dynamics of Action. — N. Y., 1970.
105. Banham J. La formation professionnelle dans les entreprises britanniques: situation et perspectives // Problemes economiques. — 1989. — №2. 132. — p. 28—32.
106. Becker G. S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education. — N. Y. — 1975.
107. Besseyre des Horts Ch. — H. USA, Suede, Italie: une tentative de comparaison des pratiques de gestion previsionelle // Personnel. — 1989. — №306. — p. 10—15.
108. Boyatzis R. E. The Competent Manager. — N. Y.: Wiley. — 1982. — XIV. — 308 p.

ББК 76. 32

Б 42

Б 42

Бекетова Л. К.

Организационно-экономический механизм
общественного телевидения. — Алматы:

Дәуір, 1996. — 240 с.

ISBN 5-86228-092-8

Б 2303040502 — 04 без объяв.
00(05)96

Технический редактор *Б. Ашимова*

Корректор *М. Важенина*

Сдано в набор 11.03.96. Подписано в печать 17. 05. 96 Формат издания
84x108 1/32. Бумага книжно-журнальная. Гарнитура Тип Таймс. Печать офсет-
ная. Усл. п. л. 8,77 Уч. изд. л. 11,28 Тираж 2 000 экз. Заказ 83.

Типография республиканского газетно-журнального издательства «Дәуір».
480044, Алматы, пр. Жибек жолы, 50.

ISBN 5 — 86228 — 092 — 8

ББК 76. 32

© Бекетова Л.