



ISSN 2073-6258

УЧЕННЫЕ ЗАПИСКИ
Российской академии предпринимательства

РОЛЬ И МЕСТО ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Научно-практическое издание

**Включен в Перечень ведущих рецензируемых
научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК
Министерства образования и науки Российской Федерации**

Москва
2014

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35
УДК 340.1
У 68

Рецензент:
доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный экономист Российской Федерации
Аристер Н. И.

Редакционный совет:

Балабанов В.С. – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Российская академия предпринимательства (гл. редактор)
Власов А.А. – д.ю.н., профессор, Российская академия адвокатуры и нотариата
Журавлев Г.Т. – д.э.н., д.ф.н., Российская академия предпринимательства
Корчагин А.Ю. – д.ю.н., профессор, председатель Ставропольского краевого суда
Лехто Юха – кандидат общественных (политических) наук, директор ООО «Transacta Consalting», Финляндия
Порфирьев Б.Н. – доктор экономических наук, профессор, Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН
Ремишова Анна – к.ф.н., Университет им. Я. Коменского, Словакия
Суйц В.П. – д.э.н., профессор, заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова
Чупров В.И. – д.с.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Институт социально-политических исследований РАН
Юлдашев Р.Т. – д.э.н., профессор, академик РАЕН, МГИМО
Яковлев В.М. – д.э.н., профессор, РАГСИНХ при Президенте РФ
Яхьяев М.А. – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки Республики Дагестан, Российская академия предпринимательства

Редакционная коллегия:

Ахметов Л.А. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства
Балабанова А.В. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства
Бандурин В.В. – д.э.н., МГУУ Правительства Москвы
Бараненко С.П. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства
Гусов А.З. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства
Киселев В.В. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства
Кузнецова Е.И. – д.э.н., профессор, Московский университет МВД РФ
Лясников Н.В. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства
Русавская А.В. – д.э.н., доцент, Российская академия предпринимательства
Цыганов А.А. – д.э.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ

Reviewer:
Doctor of Science (Economics), professor,
Honored economist of the Russian Federation
Arister N. I.

Editorial council:

Balabanov V.S. – Doctor of Science (Economics), professor, the Honored worker of science of the Russian Federation, the Russian academy of entrepreneurship (main editor)
Vlasov A.A. – Doctor of Science (Jurisprudence) professor, Russian academy of legal profession and notariate
Zhuravlev G.T. – Doctor of Science (Economics), Doctor of Science (Philosophy), professor, Russian academy of entrepreneurship
Korchagin A.Yu. – Doctor of Science (Jurisprudence), professor, chairman of the Stavropol regional court
Lehto Yukha – PhD (Politics), the director of JSC Transacta Consulting, Finland
Porfiriyev B.N. – Doctor of Science (Economics), professor, Institute of economic forecasting of the Russian Academy of Sciences
Remishova Anna – PhD (Philosophy), University of Ya. Komensky, Slovakia
Suyts V.P. – Doctor of Science (Economics), professor, honored professor of Lomonosov Moscow State University
Chuprov V.I. – Doctor of Science (Sociology), professor, Honored worker of science of the Russian Federation, Institute of socio-political researches of the Russian Academy of Sciences
Yuldashev R.T. – Doctor of Science (Economics), professor, academician of the Russian Academy of Natural Sciences, MSIIIR
Yakovlev V.M. – Doctor of Science (Economics), professor, a RANEGS at the Russian President
Yakhyaev M.A. – Doctor of Science (Economics), professor, Honored worker of science of the Republic of Dagestan, Russian academy of entrepreneurship

Editorial board:

Akhmetov L.A. – Doctor of Science (Economics), professor, Russian academy of entrepreneurship
Balabanova A.V. – Doctor of Science (Economics), professor, Russian academy of entrepreneurship
Bandurin V.V. – Doctor of Science (Economics), City university of management of the Government of Moscow
Baranenko S.P. – Doctor of Science (Economics), professor, the Russian academy of entrepreneurship
Gusov A.Z. – Doctor of Science (Economics), professor, the Russian academy of entrepreneurship
Kiselev V.V. – Doctor of Science (Economics), professor, the Russian academy of entrepreneurship
Kuznecova E.I. – Doctor of Science (Economics), professor, Moscow university of Ministry of Internal Affairs of Russian Federation
Lyasnikov N.V. – Doctor of Science (Economics), professor, Russian academy of entrepreneurship
Rusavskaya A.V. – Doctor of Science (Economics), associate professor, Russian academy of entrepreneurship
Tsyganov A.A. – Doctor of Science (Economics), professor, Financial University under the Government of the Russian Federation

Содержание

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ахметов Л. А., Шакирханов Б. Р. Формы венчурного инвестирования и альтернативные источники финансирования инноваций в предпринимательстве	8
Балабанов В. С., Дмитриева Е. В. Особенности управления инвестициями в промышленном секторе в посткризисный период	17
Бараненко С. П., Бусыгин К. Д. Стратегические основы формирования механизма устойчивого развития инновационных промышленных предприятий	27
Баринов Э. А. Роль кредита во внешней торговле	44
Безухов Д. А. Критерии эффективности управления оборотным капиталом промышленного предприятия	66
Безухов Д. А., Максимов Д. А. Сценарий и стратегия в задачах параметрического моделирования рыночной деятельности предприятия	81
Большакова Л. Г., Ханнанов М. М. Основные аспекты будущего коммерческого начинания	94
Бусыгин К. Д. Алгоритм совершенствования межфирменной кооперации промышленных предприятий в целях обеспечения их устойчивого развития	100
Ванькович И. М. Анализ влияния финансовых рисков на эффективность инвестиционной деятельности	110

Власов А. В., Диденко О. В.

Проблемы развития таможенных услуг
и транспортно-логистических систем
в условиях глобализации мировой экономики
(на примере стран Таможенного союза) 122

Гамоненко С. С.

Финансовый мониторинг в системе обеспечения
экономической безопасности 131

Глухова М. И., Ермасова Н. Б.

Госкорпорации и ТНК:
единство и борьба противоположностей 136

Дудин М. Н., Макашова Н. А.

Гудвилл как важный внутренний контролируемый ресурс
развития предпринимательской структуры 143

Максишко Д. Р.

Потребности предпринимательских структур как фактор
развития региональной инновационной инфраструктуры 151

Меркулова И. В., Деникаева Р. Н.

Факторы стабилизации финансовых ресурсов предприятий 159

Михайлова И. Н.

Финансовые корпорации в системе макростатистического учета 168

Шакиртханов Б. Р.

Механизм управления рисками
инновационного предпринимательства 175

**Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР
КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

Ахметов Л. А., Анисимова З. М.

Некоторые вопросы и проблемы применения бенчмаркинга
в банковских структурах 183

Ахметов Л. А., Хориков Ю. В.

Методологические основы логистического подхода
к управлению предпринимательскими структурами
рыбохозяйственной отрасли 191

Балабанова А. В., Федорова И. Ю.	
Эмерджентность как проявление особых свойств системы финансирования образовательных услуг	200
Боганова Е. В.	
Изучение возможности создания унифицированного банковского продукта для оптимизации управления собственными денежными средствами потребителями банковских услуг	216
Борисова Ю. Б.	
Страховая культура в России и пути повышения ее уровня	225
Гусов А. З., Кайбылдаева Ч. З.	
Перспективы развития промышленности Кыргызстана в условиях интеграции в Таможенный союз	237
Дормидонтов А. В., Полякова А. С.	
Роль привлеченных ресурсов в развитии дистанционного банковского обслуживания	249
Карякин Н. Н.	
Преодоление институциональных барьеров как необходимое условие формирования региональной модели медицинской помощи	256
Могуев Б. Д.	
Иерархическая модель форсайтинга в автомобилестроительной отрасли	265
Солуянов В. К.	
Механизм оценки качества услуг как инструмент повышения эффективности аэропортовой деятельности	271
Федорова И. Ю.	
Модель оптимизации доходов общеобразовательных организаций в новых условиях финансирования	280
Хвостов Д. А.	
Особенности управления инновациями на предприятиях строительных материалов	294

Хромов С. С.

Понятие новостного анализа
и возможности его применения в биржевых роботах 300

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Бариев А. Р.

Малый бизнес: проблемы и пути решения 306

Гапеенко Д. Ю.

Административно-правовое регулирование
организации и проведения азартных игр 311

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гирфанов И. И.

Особенности создания физкультурно-спортивных организаций 318

Костаница А. А.

Реализация административной ответственности
за нарушения избирательных прав граждан 326

Хвальнский Д. С.

Почему английские аукционы «буксуют» на российских дорогах 333

Царева Г. Р., Шулепов В. И.

Маркетинговые исследования потребителей
кондитерских изделий сахаристой группы 338

Чередов И. Г.

Инструменты исследований в сети Интернет 348

Шацкая И. В.

Модернизация системы образовательной подготовки
как условие конкурентоспособности
отечественных трудовых ресурсов 359

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ахметов Л. А.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства»
e-mail: lerik39@yandex.ru*

Шакирханов Б. Р.

*кандидат экономических наук,
соискатель Российской академии предпринимательства
e-mail: indd2013@gmail.com*

Формы венчурного инвестирования и альтернативные источники финансирования инноваций в предпринимательстве

Одна из наиболее острых проблем в развитии инновационного предпринимательства, заключается в слабой финансовой поддержке старт-ап проектов, что характерно для развивающихся стран и стран с переходной экономикой, что создает высокое поле неопределенности и рисков. Развитие венчурного инвестирования во всем мире, было связано с необходимостью предоставления длинных финансовых источников для развития инноваций.

Ключевые слова: *инновационное предпринимательство, венчурное финансирование, старт-ап проекты, риски.*

Ahmetov L. A.

*Doctor of Science (Economics), professor,
Russian academy of entrepreneurship*

Shakirtkhanov B. R.

PhD (Economics), competitor of the Russian academy of entrepreneurship

Forms of venture investment and alternative sources of financing of innovations in entrepreneurship

One of the most burning issues in development of innovative business, is in weak financial support a startup of projects that is characteristic for developing countries and the countries with a transitional economy that creates a high field of uncertainty and risks. Development of venture investment around the world, was connected with need of granting long financial sources for development of innovations.

Keywords: *innovative entrepreneurship, venture financing, startup projects, risks.*

Одна из наиболее острых проблем в развитии инновационного предпринимательства, заключается в слабой финансовой поддержке старт-ап проектов, что характерно для развивающихся стран и стран с переходной экономикой, что создает высокое поле неопределенности и рисков. Развитие венчурного инвестирования во всем мире, было связано с необходимостью предоставления длинных финансовых источников для развития инноваций.

Венчурные инвесторы могут получать доход от проекта различными способами, самые традиционные из них включают:

- выход инвестора из проекта согласно заранее установленному графику, т.е. инвестор имеет право продать свои акции по рыночной цене первоначальному владельцу предприятия, при условии что у компании останется достаточное количество средств для поддержания жизнедеятельности;
- выкуп контрольного пакета акций предприятия у инвесторов, т.е. инвестор имеет право продать свои акции по заранее оговоренной цене. Выкуп акций осуществляется по заранее утвержденному и оговоренному графику;
- доход от слияния/поглощения/ПРО, т.е. инвестор получит доход, который невозможно предугадать. Изначально предполагается, что менеджеры предприятия действуют в интересах акционеров;

В зависимости от формы сделанных изначально инвестиций, доход от проекта для венчурного инвестора может быть представлен:

- дивидендами, т.е. инвестор получает доход от дивидендов, которые определяются Советом директоров компании;
- ссудные проценты, т.е. инвестор изначально осуществил не прямые инвестиции в малое предприятия, а выдал ссуду. Инвестору регулярно выплачивается ссудный процент, также, в случае конвертируемой ссуды, инвестор имеет право в течение определенного и оговоренного заранее времени конвертировать ссуду в акции предприятия. В данном случае он лишается процента по ссуде.

Однако здесь важно учитывать, что многие из традиционных источников ранней стадии финансирования не всегда бывают доступны для инновационных предприятий. Действительно, инновационные проекты имеют несравненно более высокие риски, по сравнению с другими направлениями деятельности, усложняющие отношения предпринимателей с внешними инвесторами. Зачастую личных средств учредителей и аффилированных компаний бывает недостаточно для по-

крытия потребностей старт-апов, поэтому неопределенность будущей прибыли от вложений, неосязаемый характер активов инновационных предприятий (отсутствие залога), волатильность их денежных потоков и отсутствие кредитной истории в целом создают основные препятствия для предпринимателей при получении финансирования. В странах с формирующимся рынком, проблема финансирования на ранних этапах проекта усугубляется неразвитость рынка финансовых услуг.

С учетом указанных проблем венчурное финансирование не всегда может служить единственным надежным источником для реализации старт-апа, в связи с чем для пополнения дефицита ликвидности, либо начальной стадии реализации проекта возможен выбор других специализированных финансовых посредников.

Среди существующих финансовых институтов можно выделить несколько провайдеров для предоставления краткосрочного займа или кредита: микрофинансовые организации (МФО), предлагающие микрозаймы и микрокредиты в рамках ограниченного лимита платежеспособности предпринимателя или компании; гранты правительства, предоставляемые в рамках программ финансирования инновационного бизнеса; поставщики внешнего финансирования, например, бизнес-ангелы или венчурные фонды.

В развитых странах мира, именно микрофинансирование служит надежным источником для финансирования начальной стадии старт-апа проекта. Его использование отмечают в таких направлениях инновационных технологий, как биотехнологии, IT и экологические услуги. Микрокредиты могут быть использованы для покупки оборудования, технической поддержки и IT-услуг, таких как информационные базы данных и инструменты веб-дизайна. Средства МФО могут быть также использованы в целях защиты интеллектуальной собственности, получения бизнес-услуг, таких как подготовка бизнес-планов и исследование конкурентной среды.

Реализация последующих этапов старт-апа требует увеличения суммы, что ограничивает возможности микрофинансирования, как преимущественно краткосрочного источника предоставления ликвидности¹.

Важно понимать, что микрофинансирование является относительно новым инструментом для развития инновационного бизнеса в промышленно развитых странах. В 2010 году в ЕС был учрежден Европейский фонд микрофинансирования, целью которого является помощь

¹ Pro Inno Europe, Global Review of Innovation Intelligence and Policy Studies, Mini Study 06 – Microfinance & Innovation, February 2009.

начинающим предпринимателям, размер микрокредита определен в диапазоне от 45000 до 25000 евро.

Среди новых государств-членов ЕС, только Румыния официально признала, что недостаток или короткий срок финансирования может являться серьезным препятствием для развития технологического потенциала инновационного бизнеса, в связи с чем в стране были разработаны собственные программы поддержки предпринимателей, перализующих подобные проекты.

В самом деле суммы предоставляемые на развитие инновационного бизнеса не могут удовлетворять требованиям старт-апов, такой вид финансирования позволяет только отчасти реализовать начальный этап проекта, либо получить вспомогательные услуги. Полагаем, что возможности микрофинансирования не достаточно оценены в рамках реализации программ финансовой поддержки предпринимателей.

Программы по предоставлению государственных грантов пока тоже не получили должного развития, хотя и являются одним из источников финансирования инноваций на ранних стадиях проекта. В рамках этих программ, нет ограничений по сумме и срокам финансирования, однако если проект не показал свою успешность, средства могут быть выделены не полном объеме, в некоторых случаях, гранты предусматривают возможность их частичного возврата. Поскольку гранты выделяются не только государством, но и частными компаниями, инвестор должен быть уверен в коммерческом успехе проекта, следовательно инноватор выступает в качестве гаранта его обеспечения.

Опыт показывает также, что успешные программы государственных грантов, как правило, реализуются на децентрализованной основе. Децентрализация позволяет лучше изучить потребности заявителя и создать основу для успешного долгосрочного финансирования инновационной деятельности предпринимательства. С этой же целью, в некоторых случаях, используется такая форма управления бюджетом грантовых программ и выбор компаний, проектов в частный сектор через агентов, как аутсорсинг.

В последние годы ряд государственных грантов в рамках развития инновационной деятельности были реализованы в странах Центральной и Восточной Европы. Некоторые из новых государств-членов ЕС имеют собственные программы, предусматривающие прямое финансирование малого предпринимательства (МСП)², например в Чехии

² UNECE, Financing Innovative Development: Comparative Review of the Experiences of UNECE Countries in Early-Stage Financing (United Nations publication, Sales №. E.08.II.E.2), 2011. – PP. 74–76.

существует собственная программа Прогресс, реализуемая совместно с Банком развития. Подобные примеры есть и в Венгрии, начиная с 2003 года Венгерский Национальный банк развития оказывает прямое и доленое финансирование инновационных МСП в Венгрии. В Словении программы долевого финансирования реализуются совместно с Enterprise Fund, дополнительно фондом осуществляется финансирование кредитных линий и грантовых линий для стартапов в целях содействия созданию новых инновационных компаний.

В Беларуси финансовую поддержку инноваторов реализуется Белорусским инновационным фондом (BIF), который был основан в 1999 году. Фактически БИФ обеспечивает финансирование не более 10 проектов в год. Суммы кредитов составляют от 50 000 до 1 000 000 долларов США, а средняя сумма заимствований составляет от 100 000–700 000 долл. Одним из успешных стартапов, финансируемых BIF является компания под названием Адани, которая стала лидером в области цифровой рентгенографического сканирования для медицинских учреждений. В 2011 году объем финансирования новых инновационных компаний, финансируемых фондом достиг 22 млн. долларов США³.

Подобные формы финансирования используются и в Казахстане через Национальный инновационный фонд, созданный в 2003 году. Целью таких программ является поддержка частных венчурных фондов с миноритарным пакетом, а основной задачей является последовательная реализация инвестиционной политики в рамках развития приоритетных отраслей посредством инноваций.

Еще одним способом финансирования инновационного предпринимательства на ранних стадиях проекта является привлечение капитала внешних инвесторов. Ранее мы уже упоминали о том, что существуют три типа внешних инвесторов: бизнес-ангелы, корпоративные венчурные фонды и государственные венчурные фонды. В обмен на инвестиции они получают пакеты акций, которые в дальнейшем и формируют капитал будущей компании с учетом потенциальных выгод и потерь.

Бизнес-ангелы являются физическими лицами, вкладывающими инвестиции в акционерный капитал новой компании с высоким потенциалом роста. Одновременно создается команда, организующая обмен информацией в рамках конкретного проекта или бизнес идеи.

³ UNECE, Innovation Performance Review of Belarus (United Nations publication, Sales №. E.11.II.E.5), 2012. – PP. 105–106.

В отличие от венчурных фондов, бизнес-ангелы вкладывают собственные сбережения и капиталы и предоставляют финансирование МСП на более ранних стадиях их жизненного цикла, чем другие внешние инвесторы. Зачастую в качестве бизнес-ангелов выступают бывшие предприниматели, которые продали свой бизнес, либо учредители крупных и успешных компаний, деятельность которых связана с развитием инноваций. Инвестиции бизнес-ангелов, с нашей точки зрения, более полезны и продуктивны, чем инвестиции венчурных фондов, поскольку их предоставление сочетается не только с возможностью получения средств, но и предоставления практического опыта и контактов для бизнеса.

Еще одним преимуществом бизнес-ангелов являются относительно низкие транзакционные издержки, их мобильность обусловлена отсутствием географической привязки проекта стартапа к финансированию. Некоторые авторы сравнивают бизнес-ангелов с неформальным венчурным финансированием, именно поэтому их официальное количество установить достаточно сложно⁴.

Кроме того, следует отметить и развитие новых организационных форм и подходов для развития международного финансирования и создания синдикатов для инноваций. Создание так называемых, сидфондов было продиктовано необходимостью реализации перспективных стартапов в последующих этапах их жизненного цикла, размер их инвестиций составляет от 200 000 до 1 000 000 евро (в среднем 700 000 евро). В развитых странах Европы число бизнес-ангелов составляет около 75 000, что значительно меньше чем в США, количество которых по независимым оценкам составляет около 250 000. Чтобы увеличить объемы их деятельности неформальных инвесторов, на уровне правительства должны обеспечиваться дополнительные стимулы для неформальных инвесторов⁵.

Среди ключевых факторов, определяющих масштабы и интенсивность деятельности бизнес-ангелов в стране, следует подчеркнуть важность налоговых условий. Налоговые условия для частных инвесторов являются одним из основных инструментов обеспечения привлекательности инвестиций. Несмотря на то, что страны Восточной Европы име-

⁴ Венчурная индустрия в России и мире: от замысла до воплощения // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2012. – № 4. – С. 16–21.

⁵ EBAN White Paper October 2010, [<http://www.eban.org/resource-center/news/197-new-eban-white-paper-2010>].

ют самые низкие налоговые ставки в Европе, ни одна из этих стран не имеют налоговых льгот для оптимизации привлечения венчурного капитала и операций бизнес-ангелов⁶.

Следует также отметить, что во многих странах с формирующимся рынком, особенно в государствах постсоветского пространства, развитие деятельности бизнес-ангелов сдерживает осторожная инвестиционная политика и категорическое неприятие рисков. Несмотря на это, сети бизнес-ангелов становятся все более развивающимися направлениями венчурной индустрии, например в Казахстане и Российской Федерации, дальнейшее их распространение происходит крайне медленно в т.ч. по причине отсутствия надлежащей финансовой инфраструктуры⁷.

Не менее заметным участником финансирования инноваций во всем мире выступает корпоративный венчурный капитал (CVC), посредством использования которого инвесторы обеспечивают финансирование и коммерциализацию инноваций с целью преодоления разрыва между изобретением продукта и его ввода в промышленную эксплуатацию.

CVC инвестор, как правило, представляет собой крупную компанию (зачастую международного масштаба), финансирующую и поддерживающую малый инновационный бизнес, путем тщательного отбора конкретных стартапов. CVC компании могут оказывать существенное влияние на деятельность бизнеса на более ранней стадии, чем стартап жизненного цикла, что делает более предсказуемыми риски по сравнению с традиционным венчурным финансированием. Прогнозирование риска на ранней стадии – является ключевой задачей CVC компании, от этого зависит успех всего проекта.

В США, в 1995 и 2010 годах именно корпоративный венчурный капитал стал основным средством для перечисления денежных средств от крупных многонациональных компаний в малые инновационные стартапы. В 2000-х, в США сделки с участием CVC составляли уже 20% от общего числа венчурных сделок⁸.

⁶ EBAN, Tax Outlook in Europe: Business Angels Perspective, 2010. See also IESE Business School, Investing in Venture Capital and Private Equity in Central Eastern Europe: A ranking of the most attractive countries. – P. 16.

⁷ OECD, Competitiveness and Private Sector Development: Central Asia 2011, chap. 4: «Improving Access to Financing for Smaller Enterprises» (Paris).

⁸ PriceWaterHouse Coopers/National Venture Capital Association, MoneyTree Report [<http://www.nvca.org/>].

Поскольку инвестиции CVC имеет тенденцию к снижению их номинальной стоимости во время экономических спадов или кризисов, заинтересованные стороны должны быть ориентированы на возможность объединения финансирования CVC с другими инвесторами.

В то время как бизнес-ангелы и корпоративные венчурные капиталисты ориентированы прежде всего на начальные стадии старт-апа, венчурные фонды предоставляют инвестиции для бизнеса на этапе раннего роста в обмен на пакеты акций. Основная цель венчурных фондов состоит в том, чтобы в конечном итоге продать эти пакеты акций и получить прибыль, иными словами – им необходимо оправдать риск инвестора. Являясь финансовым посредником, венчурные фонды предоставляют также консультативные услуги и услуги по заключению сетевых контактов. Хотя средняя сумма венчурного финансирования в зависимости от страны, как правило, составляет от 1 евро до 4 миллионов евро на один проект, его функции нельзя недооценивать. Так по данным ОЭСР, сфера деятельности венчурных фондов особенно сильно развита в США, на которые в 2008 году приходилось 49 процентов от общего объема инвестиций венчурного капитала в странах ОЭСР. Великобритания занимает второе место с 10 процентами от общего числа.

Важность венчурных капиталистов для инновационного предпринимательства связана с тем, что они имеют специальные навыки в оценке коммерческого потенциала новых технологий, что позволяет реализовывать финансирование высоко рискованных технологических проектов. Тем не менее, объем венчурного капитала значительно снижается в периоды экономической неопределенности в стране. Прошедший глобальный экономический кризис заставил венчурные фонды во всем мире значительно сократить первоначальные инвестиции в старт-апы и финансировать более поздние стадии инновационных проектов. Только в США, сразу же после начала финансового кризиса инвестиции венчурного капитала сократились более чем на 50 процентов⁹.

Помогая новым компаниям расти и выходить на международные рынки, венчурное финансирование имеет свои ограничения. Как правило, венчурные инвестиции направляются в компании, чьи изобретения защищены международными патентами. Наличие международного патента снижает риски финансирования и облегчает оценку нематериальных активов инновационного бизнеса. Следовательно,

⁹ OECD, OECD Factbook 2010, Economic, Environmental and Social Statistics, [http://www.oecd-ilibrary.org/].

именно отсутствие патентной поддержки предпринимателей может стать решающим фактом на пути отказа в доступе к финансированию.

Таким образом разнообразие форм венчурного инвестирования и альтернативных источников финансирования инноваций показало, что их дальнейшее развитие будет определять поддержку инновационного бизнеса на долгие годы. Взаимовыгодные формы сотрудничества в рамках государственных программ и проектов, позволяют создавать сети контактов с международными и национальными корпорациями, продвигающими сферу инноваций. Развитие смешанных форм финансирования с участием синдикатов и крупных банковских структур позволяет нивелировать риск, а программы государственных гарантий разработанные для поддержки инновационного предпринимательства снимают необходимость привлечения дополнительного капитала для страт-апов. Так называемое смешанное финансирование не только снижает риски, но и способствует развитию национальных сетей бизнес-ангелов и их связей с научно-исследовательскими институтами и университетами, укреплению партнерских связей между промышленностью и правительством. Более тесное сотрудничество между различными типами инвесторов обеспечивает непрерывность финансирования страт-апов на различных этапах их жизненного цикла.

Используемые источники

1. Pro Inno Europe, Global Review of Innovation Intelligence and Policy Studies, Mini Study 06 – Microfinance & Innovation, February 2009.
2. UNECE, Financing Innovative Development: Comparative Review of the Experiences of UNECE Countries in Early-Stage Financing (United Nations publication, Sales №. E.08.II.E.2), 2011. – PP. 74–76.
3. UNECE, Innovation Performance Review of Belarus (United Nations publication, Sales №. E.11.II.E.5), 2012. – PP. 105–106.
4. Венчурная индустрия в России и мире: от замысла до воплощения // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2012. – № 4. – С. 16–21.
5. EBAN White Paper October 2010, [<http://www.eban.org/resource-center/news/197-new-eban-white-paper-2010>].
6. EBAN, Tax Outlook in Europe: Business Angels Perspective, 2010. See also IESE Business School, Investing in Venture Capital and Private Equity in Central Eastern Europe: A ranking of the most attractive countries. – P. 16.
7. OECD, Competitiveness and Private Sector Development: Central Asia 2011, chap. 4: «Improving Access to Financing for Smaller Enterprises» (Paris).
8. PriceWaterHouse Coopers/National Venture Capital Association, MoneyTree Report [<http://www.nvca.org/>].
9. OECD, OECD Factbook 2010, Economic, Environmental and Social Statistics, [<http://www.oecd-ilibrary.org/>].

Балабанов В. С.

*доктор экономических наук, профессор,
Президент Российской академии предпринимательства
e-mail: office@rusacad.ru*

Дмитриева Е. В.

*соискатель Российской академии предпринимательства
e-mail: info@rusacad.ru*

Особенности управления инвестициями в промышленном секторе в посткризисный период

Современные промышленные предприятия, пройдя через масштабный и системный мировой экономический кризис, нуждаются в дополнительных источниках, обеспечивающих потребности их развития. При этом в национальной экономике сохраняется ограниченная доступность заемных источников финансирования инвестиционной деятельности. В этой ситуации многие российские предприятия полагаются преимущественно на собственные внутренние способности к обеспечению инвестиционных потребностей. В работе систематизированы методические рекомендации по оценке инвестиционных возможностей и инвестиционных потребностей российских промышленных в условиях ограниченной доступности внешних инвестиционных ресурсов.

Ключевые слова: *инвестиции, промышленные предприятия, инвестиционные процессы, инвестиционный портфель, заемное финансирование, инвестиционные возможности, инвестиционные потребности.*

Balabanov V. S.

*Doctor of Science (Economics), professor, President of the
Russian Academy of Entrepreneurship*

Dmitrieva E. V.

PhD (Economics), competitor of the Russian academy of entrepreneurship

Features investment management in the industrial sector in the post-crisis period

The modern industrial enterprises, having passed through a large-scale and system world economic crisis, need the additional sources providing requirements of their development. Thus in national economy limited availability of loan sources of financing of investment activity remains. In this situation many Russian enterprises rely mainly on own internal abilities to ensuring investment requirements. In work methodical recommendations about an assessment of investment opportunities and investment requirements Russian industrial in the conditions of limited availability of external investment resources are systematized.

Keywords: *investments, industrial enterprises, investment processes, investment portfolio, loan financing, investment opportunities, investment requirements.*

Основными препятствиями для получения заемного финансирования инвестиционных проектов, как показывают эмпирические исследования, являются: жесткие требования финансирующих организаций, высокие процентные ставки, отсутствие должной государственной поддержки. С учетом того, что промышленные предприятия обладают недостаточными финансовыми способностями к обеспечению инвестиционных потребностей, недоступность заемного кредитования во многом можно рассматривать как негативную тенденцию. При этом немаловажно и то, что кредитование инвестиционных проектов промышленных предприятий составляет не более 4 – 8% в общем объеме корпоративного кредитования (см. таблицу 1).

Таблица 1

Динамика и структура корпоративного кредитования за 2009–2011 гг.¹

Наименование кредитования	2009		2010		2011		темп роста, %	
	млрд. руб.	уд. вес, %	млрд. руб.	уд. вес, %	млрд. руб.	уд. вес, %	2010 к 2009	2011 к 2010
Корпоративные кредиты (всего), в т.ч.	12707	100,00	14497	100,00	15582	100,00	114,09	107,48
Кредитование инвестиционных проектов промышленных предприятий	1 001	7,88	893	6,16	651	4,18	89,21	72,90

Проведенный анализ показал, что в 2011 году портфель банковских кредитов, выданных для финансирования инвестиционных проектов промышленных предприятий снизился на 1,98% и составил на конец 2011 года 651 млрд. руб., причем удельный вес данного вида кредитования снизился в общем объеме корпоративных кредитов коммерческих банков до 4,18%. Это связано со снижением платежеспособного спроса промышленных предприятий на банковские заимствования.

Одной из причин, снижающих спрос промышленных предприятий на банковские кредитные ресурсы, является высокая процентная ставка, которая при условиях низкой рентабельности активов промышленных предприятий не может быть погашена ими в процессе обслуживания полученных средств.

В таблице 2 представлена сравнительная динамика процентных ставок по кредитам, выданных на финансирование инвестиционных проектов промышленных предприятий в различных странах в 2007–2011 гг.

¹ Составлено автором на основе данных сайта Федеральной службы государственной статистики РФ. Режим доступа: <http://gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. Дата обращения: 21–23.10.12.

**Динамика процентных ставок по кредитам в промышленности
по странам²**

Страна	Период				
	2007	2008	2009	2010	2011
Россия	21,4	20,2	22,3	20,8	20,3
Австралия	8,78	8,13	7,96	6,89	5,76
Великобритания	5,98	5,08	6,14	5,87	4,65
Германия	9,63	7,58	10,01	9,7	8,69
Италия	6,26	5,00	6,53	5,78	5,14
Канада	7,27	3,96	5,81	4,21	4,02
Китай	5,85	4,57	5,70	5,31	5,04
Норвегия	8,93	8,30	8,71	8,69	8,60
США	9,23	2,97	6,92	4,68	3,64
Франция	6,70	6,0	6,98	6,60	6,34
Япония	2,07	1,35	1,97	1,86	1,70

Таким образом, процентные ставки по кредитам для финансирования инвестиционных проектов промышленных предприятий в России до настоящего момента остаются на очень высоком уровне, по сравнению с другими развитыми странами мира. Вместе с тем, в 2011 году банки продолжили снижение ставок кредитования.

Несмотря на существующие положительные тенденции на рынке финансирования инвестиционных проектов промышленных предприятий в России в настоящий момент присутствует большое множество сдерживающих факторов. В частности, ниже дано описание факторов влияния по модели PEST.

Политические факторы. Отношения государства и промышленных предприятий в России в настоящий момент можно охарактеризовать как недостаточно эффективные, т. к. отсутствует продуманная общегосударственная политика в области поддержки инвестиций в проекты развития промышленных предприятий по многим отраслям. В России промышленное производство контролируют 50 органов государственной власти, которые дублируют друг друга и создают административные и бюрократические барьеры для ведения бизнеса. Влияние данного фактора можно оценить как нейтральное, учитывая как отрицательные, так и положительные тенденции.

² Составлено автором на основе данных сайта Федеральной службы государственной статистики РФ. Режим доступа: <http://gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. Дата обращения: 21–23.10.12.

Экономические факторы. Необходимо учесть существующую динамику темпов экономического развития промышленных предприятий (более 100%), в т.ч. по таким показателям, как: уровень заработной платы (темп роста –100,2%), индекс инвестиций в основной капитал (107,14%), индекс производства (108,5%). Если сравнивать темпы экономического развития в целом по всем отраслям Российской Федерации, то по некоторым показателям наблюдается опережение, в т.ч. по росту индекса промышленного производства, инвестициям в основной капитал. Существующие и планируемые темпы развития промышленных предприятий также свидетельствуют о планомерном их росте. Таким образом, влияние экономического фактора на развитие инвестиций в промышленные предприятия можно оценивать как положительное.

Социальные факторы. На развитие социальных факторов оказывают влияние занятость населения в промышленности. В прогнозируемом периоде на рынке труда России определяющими будут следующие тенденции: рост численности занятых в промышленном производстве в 2014 году по сравнению с 2011 годом. В то же время темпы роста реальных денежных доходов населения, занятого в промышленном производстве, ниже, чем в целом по Российской Федерации, и составляют 100,2%. Таким образом, учитывая как положительное, так и отрицательное влияние отдельных социальных тенденций, влияние данного фактора на динамику инвестиций в промышленность можно охарактеризовать как нейтральное.

Технологические факторы. Для оценки влияния данного фактора оценим следующие тенденции – промышленное производство требует постоянного обновления и модернизации производства исходя из приоритетов развития. Таким образом, влияние данного фактора больше как позитивное, чем негативное.

Проведенный анализ факторов макросреды свидетельствует в целом о хороших перспективах для инвестирования в промышленность России. Далее, на основании проведенного анализа, при сопоставлении положительных и сдерживающих факторов была построена матрица SWOT-анализа финансирования инвестиционных проектов промышленных предприятий в России в настоящее время, которая представлена ниже в таблице 3.

Проведенный SWOT-анализ, помог определить основные проблемы финансирования инвестиционных проектов промышленных предприятий в России, которые необходимо решать путем разработки но-

**Матрица SWOT-анализа финансирования инвестиционных проектов
промышленных предприятий в России³**

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
1. Повышение качества риск-менеджмента на основе опыта кризиса 2008 года 2. Наличие институтов развития с отработанными инструментами поддержки рынка. 3. Отработанная схема рефинансирования	1. Высокая концентрация кредитных рисков в промышленности 2. Отсутствие учета специфики отрасли в программах кредитования банков 3. Несоответствие используемых систем риск-менеджмента мировым стандартам 4. Завышенные требования к заемщикам
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
1. Снижение процентных ставок 2. Разработка инновационных форм финансирования 3. Повышение прозрачности промышленных предприятий	1. Нестабильность на мировых финансовых рынках 2. Насыщение платежеспособного спроса на кредитные продукты со стороны промышленных предприятий 3. Отсутствие на рынке потенциальных приемлемых заемщиков 4. Ухудшение качества ссудной задолженности

вых стратегий. Все сильные стороны рынка позволят максимально использовать появившуюся возможность, финансовым организациям получить новых клиентов, а промышленным предприятиям получить необходимую финансовую поддержку при формировании своих инвестиционных портфелей.

Формирование инвестиционного портфеля промышленного предприятия, в первую очередь, предполагает необходимость изыскания инвестиционных возможностей, которые, как правило, в период нестабильности экономической системы на макроуровне у многих промышленных предприятий являются ограниченными. Соответственно скорость и направленность инвестиционных потоков в экономической системе также изменяется. Инвестиционные потоки промышленных предприятий определяются следующими основными факторами:

- основные цели и стратегии развития промышленных предприятий;
- потребности предприятия в инвестициях для возможности реализации стратегии развития и повышения эффективности деятельности и конкурентоспособности на отраслевом рынке;
- инвестиционные возможности предприятия, которые в свою очередь должны покрыть инвестиционные потребности.

³ Составлено автором.

Исходя из вышеизложенных предпосылок, структурно-динамический анализ инвестиционных потоков промышленных предприятий предполагает проведение оценки инвестиционной деятельности по следующим основным аспектам, представленным на рисунке 1.

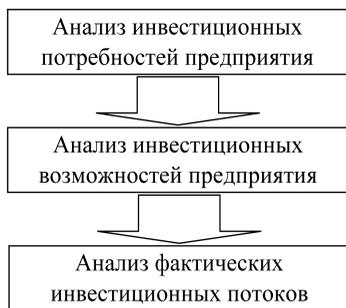


Рис. 1. Укрупненный алгоритм оценки инвестиционных потоков промышленных предприятий ⁴

Таким образом, инвестиционные возможности промышленного предприятия условно можно разделить на внутренние и внешние.

Фактические инвестиционные потоки промышленного предприятия, по нашему мнению, это фактические инвестиции предприятия по направлениям. Причем отклонение фактических показателей инвестиционных потоков от плановых инвестиционных потребностей и существующих возможностей, означает неэффективную инвестиционную политику предприятия на данном этапе развития. Алгоритм комплексной оценки инвестиционных потоков промышленного предприятия представлен на рисунке 2.

Таким образом, оценка инвестиционных потоков промышленных предприятий позволяет выявить фактические потребности предприятия в финансировании инвестиционных проектов, связанных с:

- модернизацией, повышением технологичности производства и т.д., то есть направленных на пополнение основного капитала предприятия;
- приобретением и воспроизводством ноу-хау, патентов, лицензий и т.д., то есть направленных на пополнение нематериальных активов предприятия;
- вложением в научно-исследовательские разработки и инновационное производство;

⁴ Составлено автором.

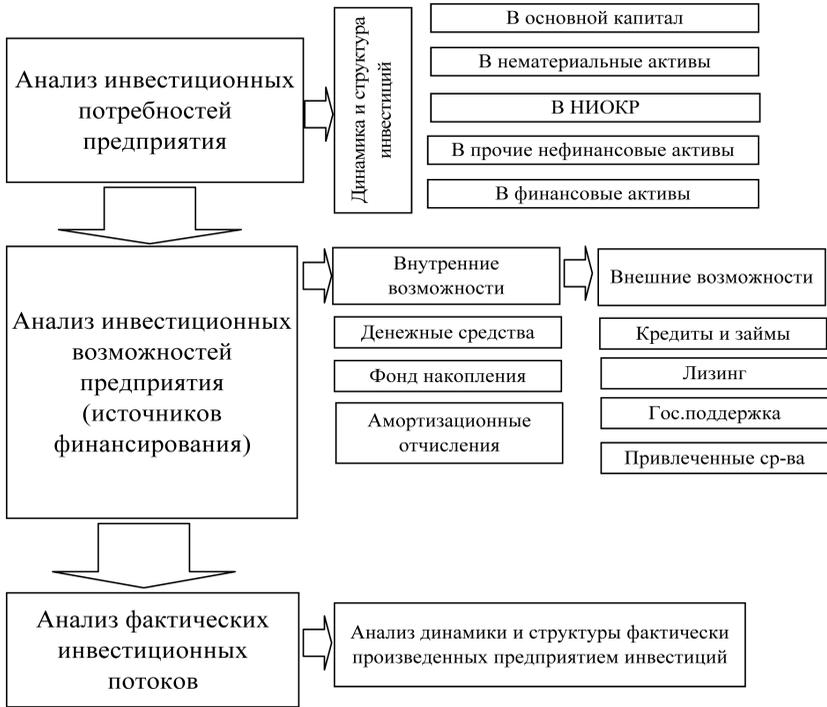


Рис. 2. Алгоритм комплексной оценки инвестиционных потоков промышленного предприятия ⁵

- вложением в прочие нефинансовые активы, к которым относится , например, повышение кадрового потенциала (найм и обучение работников, переквалификация кадров и т.д.);
- вложением в финансовые активы (приобретение акций других предприятий и т.д.).

Кроме того, при анализе инвестиционных потоков промышленных предприятий необходимо выявить существующие возможности покрытия инвестиционных потребностей. В первую очередь это касается оценки внутренних источников финансирования. Для этого проводится анализ динамики и структуры внутренних финансовых ресурсов, к которым относятся:

- имеющиеся в наличии денежные средства, идущие на восполнение инвестиционных потребностей предприятия,

⁵ Составлено автором.

- накопления, образованные в процессе производственно-хозяйственной деятельности предприятия (фонд накопления нераспределенной прибыли),
- амортизационные отчисления на основные фонды предприятия, а также внешние источники инвестирования, к которым относятся привлеченные и заимствованные средства, в том числе кредиты и государственные субсидии.

На следующем этапе проводится расчет соотношения между инвестиционными потребностями и инвестиционными возможностями для последующей оценки эффективности инвестиционного планирования на промышленном предприятии. В свою очередь, анализ динамики и структуры инвестиционных потоков предприятия проводится за несколько отчетных периодов, в разрезе направлений инвестирования, источников инвестиций, а также в разрезе план-фактного анализа.

На основе проведенного анализа и оценки инвестиционных потоков формируется план инвестиционной деятельности предприятия с учетом его инвестиционной привлекательности и способностей к финансированию инвестиций за счет собственных источников.

Важно отметить, что в настоящее время инвестиционная деятельность промышленных предприятий в национальной экономике характеризуется следующими основными особенностями:

- наблюдается некоторая хаотичность инвестиционной деятельности с отсутствием инвестиционных портфелей, как таковых, весьма часто в практике формирования инвестиционных портфелей можно встретить использование отдельно взятых, зачастую невязаных инвестиционных проектов;
- большая часть инвестиций предприятий, как правило, направляется на обновление основных фондов в связи с высокой степенью изношенности оборудования и невозможностью его дальнейшей эксплуатации;
- наибольший объем инвестиционных ресурсов предприятий направляется на приобретение новых основных средств, значительная часть вложений также осуществляется в новое строительство и модернизацию существующего оборудования;
- наибольший объем инвестиций предприятий направляется в пополнение основного капитала за счет приобретения машин и оборудования для повышения технологичности производства и запуском новых производств в связи с инновационной направленностью инвестиций;

- значительный объем инвестиционных ресурсов обеспечивается за счет внутренних источников – собственных средств предприятий, в первую очередь амортизационных отчислений, а также фондов накопления;
- в практике управления инвестиционными портфелями фактические показатели инвестиционной деятельности практически по всем параметрам не совпадают с плановыми, что говорит о низкой эффективности инвестиционной деятельности предприятий.

Вышесказанное позволяет заключить, что современные промышленные предприятия, осуществляющие свою деятельность в национальной экономике, нуждаются в совершенствовании управления инвестиционными портфелями и соответствующими процессами. При этом важно чтобы стратегические и тактические аспекты управления инвестиционной деятельностью, во-первых, были согласованы со стратегией развития самого предприятия. А, во-вторых, инвестирование должно осуществляться не только в основные средства (их обновление, модернизацию и в целом расширение материально-технической базы), но и в инновации. Инновационная направленность инвестиций промышленных предприятий, по мнению автора представленной статьи, является ключевым фактором устойчивого развития на микроэкономическом и макроэкономическом уровне.

Используемые источники

1. Аньшин В.М. Инвестиционный анализ. – М.: Дело, 2010.
2. Балабанова А.В. Управление качеством роста российской экономики: Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / НГОУ «Высшая школа приватизации и предпринимательства – Институт». – М., 2008.
3. Балабанова А.В. Макроэкономика: механизмы повышения качества роста. Учебное пособие. – М.: Высшая школа, 2008.
4. Балабанов В.С., Дмитриева Е.В. Риски инвестиционных проектов: оценка и управление // Путеводитель предпринимателя. – 2013. – № 18. – С. 16–24.
5. Балабанов В.С., Дудин М.Н., Лясников Н.В. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: Российская Академия предпринимательства; АП «Наука и образование», 2008. – 256 с.
6. Бараненко С.П., Дудин М.Н., Лясников Н.В., Бусыгин К.Д. Инвестиционный менеджмент: Учебно-методический комплекс (третье поколение – бакалавриат). – М.: Издательство «Элит», 2014. – 298 с.
7. Бард В.С. Финансово-инвестиционный комплекс: теория и практика в условиях реформирования российской экономики. – М.: КДУ, 2012.

8. Инвестиционно-финансовый портфель. Книга инвестиционного менеджера. Книга финансового посредника. Книга финансового менеджера / Отв. ред. Ю.Б. Рубин, В.И. Солдаткин. – М.: Сомитек, 2012.
9. Краснова Н.Л., Федоренко А.И. Инвестиционный менеджмент. – М.: Элит, 2014. – 145 с.
10. Данные Федеральной службы государственной статистики РФ. Режим доступа: <http://gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. Дата обращения: 21–23.10.12.
11. Инвестиции // Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] режим доступа <http://www.gks.ru/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial/#> свободный Дата обращения: 26.05.14.
12. Финансы. Федеральная служба государственной статистики // URL http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/finance/ (дата обращения 26.05.2014).

Бараненко С. П.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства
e-mail: spbaranenko@gmail.com*

Бусыгин К. Д.

*кандидат экономических наук,
соискатель Российской академии предпринимательства
e-mail: kafedra@rusacad.ru*

Стратегические основы формирования механизма устойчивого развития инновационных промышленных предприятий

Статья посвящена механизму разработки стратегии развития инновационного промышленного предприятия в условиях межфирменной кооперации.

Ключевые слова: *стратегия, тактика, межфирменная кооперация, устойчивое развитие, инновационные промышленные предприятия.*

Baranenko S. P.

professor, Doctor of Economics, Russian Academy of Entrepreneurship

Busygin K. D.

PhD (Economics), applicant, Russian Academy of Entrepreneurship

Strategic bases of formation of the mechanism of a sustainable development of the innovative industrial enterprises in the conditions of interfirm cooperation

Article is devoted the mechanism of working out of strategy of development of the innovative industrial enterprise in the conditions of interfirm cooperation.

Keywords: *strategy, tactics, interfirm cooperation, sustainable development, innovative industrial enterprises.*

Стратегия и тактика устойчивого развития современных инновационных промышленных предприятий представляет собой новую континуальную идею, в которой основное место занимает изыскание и рациональное освоение скрытых (латентных) резервов роста и эволюционирования. Необходимо отметить, что генезис концепций устойчивого развития основывается на достаточном множестве теорий и парадигм, но по нашему мнению главенствующую роль в этом играет

ресурсная теория. Благодаря становлению и формированию ресурсной теории фирм в управленческую науку пришло понимание сущности конкурентоспособности хозяйствующих субъектов (в том числе и инновационных промышленных предприятий), а также специфики сохранения относительно устойчивого развития в условиях нестабильной и постоянно изменяющейся внешней среды.

Постоянно проводимые научные исследования и эмпирических данные подтверждают правильность понимания сути управления устойчивым развитием предприятий, организаций, компаний.

Это понимание касается в первую очередь того, что хозяйствующий субъект постоянно взаимодействует со средой, получая извне необходимые ресурсы и транслируя в среду результаты своей деятельности, которые можно рассматривать как формализацию и материализацию способностей предприятия к осуществлению функционирования и развития в рамках заданных средовых ограничений.

Современная управленческая парадигма убедительно обосновывает, что во внешней среде деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе и инновационных промышленных предприятий, открыты и постоянно открываются новые возможности для приложения способностей, которые сформированы во внутренней среде предприятия. Искусство управления устойчивым развитием предприятий состоит в том, чтобы на наиболее ранних этапах выявить эти открывающиеся возможности и успешно освоить их за счёт накопленных или вновь формируемых способностей с тем, чтобы получить максимум выгод при допустимом уровне необходимых затрат ресурсов.

Очевидно, что для сохранения и обеспечения устойчивого развития инновационное промышленное предприятие должно находиться в постоянном процессе поиска и освоения возможностей внешней среды, но при этом во внутренней среде должно идти постоянно формирование и совершенствование способностей, за счёт которых эти возможности и будут осваиваться. Безусловно, и выше мы уже говорили об этом, способности развития инновационных промышленных предприятий формируются за счёт знаний (продуцированных самим предприятием или привлечённым извне). Но продуцирование и получение необходимых знаний, как и получение необходимых ресурсов, не может быть осуществлено инновационным промышленным предприятием без взаимодействия с другими структурами.

Поэтому мы считаем, что межфирменная кооперация инновационных промышленных предприятий может и должна рассматриваться

как основа стратегически устойчивого и конкурентоспособного их развития, сбалансированного экономического роста. Формирование стратегий развития инновационных промышленных предприятий должно сопровождаться оптимизацией или совершенствование межфирменной кооперации. Но при этом важно учитывать состояние глобальной среды, изменения в национальной и мировой экономике (в том числе изменения в области политического управления, технологического развития, социальной динамики).

Смена трендов конъюнктуры является производной от смены стратегических трендов и определяет контурные границы, в рамках которых будет развиваться социально-экономическая система в определённой временной перспективе. Современные инновационные промышленные предприятия, и в целом иные хозяйствующие субъекты, не могут осуществлять свою деятельность (функционировать и развиваться) вне контура макроэкономического тренда или мейнстрима.

Поэтому формирование стратегии развития инновационных промышленных предприятий всегда принято начинать с исследования специфики макроэкономического мейнстрима и глобальных социально-экономических трендов. Этот постулат уже является аксиомой, не требующей доказательств. Но в то же время до настоящего времени сущность и содержательное значение «стратегия развития», в том числе применительно к деятельности инновационных промышленных предприятий не раскрыто.

Также нам представляется недостаточно изученной сфера практического применения современных достижений управленческой науки. В частности используемые концепции разработки стратегий развития инновационных промышленных предприятий являют собой итерационный процесс, как правило, начинающийся с формулировки целей и задач деятельности предприятий, не отрицая важность этих формулировок, мы считаем необходимым представить уточнения и дополнения к данному процессу с учетом доминирующей в настоящее время в управленческой науке ресурсной парадигмы.

С содержательной точки зрения понятие «стратегия развития» относительно деятельности инновационных промышленных предприятий не представляется в достаточной мере раскрытым и объективно глубоко исследованным. Поэтому прежде чем говорить о специфике разработки таковых стратегий представляется необходимым кратко определиться с понятийным аппаратом. Под стратегией, как микро-управленческой категорией, принято понимать:

1) интегрированную и скоординированную модель действий по достижению долгосрочных целей хозяйствующего субъекта, в том числе и промышленного предприятия ¹;

2) конкретизированный и достаточно детализированный план, описывающий регламент (порядок или последовательность) действий по достижению определённых целей хозяйствующих субъектов посредством решения управленческим звеном необходимых задач ²;

3) качественное формализованное представление общего направления развития хозяйствующего субъекта (в том числе и промышленного предприятия), которое основано на соотнесении сильных и слабых сторон этого субъекта с угрозами и возможностями внешней среды ³.

Это далеко не полный перечень определений дефиниции «стратегия», и при этом стоит отметить, что каждое из трёх вышеперечисленных определений принято рассматривать как контрапозицию относительно двух других трактовок этого же термина. По нашему мнению, это в корне неверный подход, поскольку стратегия как управленческая категория и экономическая дефиниция, действительно представляет собой, в первую очередь, некое качественное и системное описание ключевых или генеральных целевых направлений функционирования и развития хозяйствующих субъектов, и в частности — инновационных промышленных предприятий. В то же время нельзя отрицать, что стратегия представляет собой модель определённых действий, которая основывается на совокупности планов, которые определяют сущностное содержание этих действий в рамках движения к заданному стратегическому целевому ориентиру. Поэтому все три приведённых выше трактовки термина «стратегия» с одной стороны, конечно же, не дают полного представления о дефинитивном наполнении рассматриваемого определения. Но с другой стороны, безусловно, раскрывают какую-либо базовую компоненту стратегии, как основы управленческой деятельности.

В стратегическом менеджменте любая стратегия хозяйствующего субъекта, в том числе и инновационного промышленного предприятия, рассматривается исключительно в контексте роста и развития, либо

¹ См., например: Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб: Питер, 2008. — С. 185–186.

² См., например: Гроув Э. Выживают только параноики. Как использовать кризисные периоды, с которыми сталкивается любая компания. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009

³ См., например: Ермолина Л.В. Экономическое содержание категории «эффективность». Понятие стратегической эффективности // Основы экономики, управления и права. — 2013. — № 2 (8). — С. 98–102.

перехода к новому состоянию через сокращение или ликвидацию (бизнеса или отдельной бизнес-единицы). Поэтому принято выделять четыре основных типа классических стратегий:

1) стратегии, ориентированные на концентрированный рост. Данные стратегии предполагают, что инновационное промышленное предприятие будет активно развиваться на текущем рынке с уже имеющимися или новыми продуктами, сокращая при этом рыночные доли конкурентов посредством выталкивания (или выдавливания) последних с рынка деятельности;

2) стратегии, ориентированные на интегрированный рост. Данные стратегии предполагают, что инновационное промышленное предприятие будет развиваться, используя тактику слияний и поглощений конкурентов или контрагентов (в том числе и недружественные слияния и поглощения) текущего или смежного рынка (сегмента рынка) для формирования производства полного цикла (от поставок сырья до реализации готового продукта);

3) стратегии, ориентированные на диверсифицированный рост. Данные стратегии предполагают, что инновационное промышленное предприятие будет развиваться, используя тактику слияний и поглощений конкурентов или контрагентов (в том числе и недружественные слияния и поглощения) текущего или смежного рынка (сегмента рынка) для укрупнения производства, увеличения видов экономической деятельности, расширения ассортимента перечня производимой продукции и её потребительского разнообразия;

4) стратегии, ориентированные на сокращение. Данные стратегии предполагают, что инновационное промышленное предприятие будет сокращать масштабы своего присутствия на текущем и/или смежном рынке (сегменте рынка) в рамках перехода на новый рынок или новую модель развития.

В теории и практике стратегического менеджмента принято считать, что каждая из указанных типов стратегий развития, в том числе и инновационных промышленных предприятий, может рассматриваться как самостоятельное управленческое целевое решение и соответствующая этому решению совокупность действий, направленная на достижение установленной цели (а также их совокупности).

Либо каждая из выше перечисленных стратегий развития может рассматриваться как комплексное решение, основанное на использовании в разработке индивидуальной стратегии развития некоторого множества компонент, характерных для какого-либо одного типа стратегий. По нашему мнению, в современных условиях управления функ-

ционированием и развитием инновационных промышленных предприятий наиболее правильным стратегическим выбором будет решение, основанное на синкретичном интегрированном подходе, т.е. представлять собой стратегическую агломерационную платформу. Эта платформа, в сущности, будет давать формализованное представление об основных направлениях планомерного перспективного развития инновационного промышленного предприятия, с учётом того само предприятие рассматривается как сложная нелинейная динамическая система, эволюционирование которой детерминировано некоторым множеством внешних и внутренних факторов.

Итак, стратегия развития инновационного промышленного предприятия должна рассматриваться как интегрированная платформа, конституирующая основные направления социально-экономического прогресса данного хозяйствующего субъекта с учётом возможностей и угроз внешней среды (с учётом сложившегося и/или трансформирующегося макроэкономического мейнстрима), а также с учётом потенциала внутренней среды (способностей предприятия к росту и эволюционированию в рамках сложившегося и/или трансформирующегося макроэкономического мейнстрима).

В контексте формализованной интегрированной стратегической платформы может быть создана некоторая совокупность планов или программ развития, которая в свою очередь может быть детализирована по уровням управления (стратегический, тактический, оперативный) и/или бизнес-единицам, а также по функционалам управления (кадры, маркетинг, финансы, инновации и т.д.).

Предложенное нами определение согласуется и с исследованиями, проведёнными авторским коллективом в составе Л.А. Гапоненко, Л.Д. Гиттельман, А.М. Панкрухина ⁴, и с исследованиями, проведёнными Р. Акоффом ⁵.

Последний считает, что стратегическое развитие предприятия, в том числе и промышленного, есть накопление (приобретение) и использование соответствующего потенциала. Первые же из указанных авторов считают, что стратегическое развитие предприятия, в том числе и инновационного промышленного, есть закономерный процесс управленческого перехода с одного качественного уровня на другой. И в этом процессе происходит накопление таких резервов, которые мо-

⁴ См., например: Теория управления / Под ред. Гапоненко А.Л., Панкрухина А.П. – М.: Омега, 2003.

⁵ См., например: Акофф Р. Акофф о менеджменте. – СПб: Питер, 2002.

гут быть использованы для обеспечения экономического роста, создания новых конкурентных преимуществ, обновление бизнес-модели. Очевидно, что в приведённом нами определении обобщены оба подхода, которые рядом авторов рассматриваются как альтернативные⁶, в действительности, как мы показали выше, взаимоисключения постулатов стратегического развития, изложенными российскими и зарубежными авторами не наблюдается.

В то же время стратегическое развитие инновационных промышленных предприятий и формирование соответствующих стратегий имеет свои особенности и свою специфику – с этим нельзя не согласиться. При этом необходимо четко понимать, что, например, таковые аспекты, как:

- нацеленность стратегии развития инновационного промышленного предприятия на формирование устойчивых конкурентных преимуществ;
- нацеленность стратегии развития инновационного промышленного предприятия на увеличение собственного потенциала;
- нацеленность стратегии развития инновационного промышленного предприятия на переход к более новому, совершенному состоянию с использованием резервов кооперации;
- ориентация стратегии развития инновационного промышленного предприятия на достижение баланса между стратегическим потенциалом предприятия и состоянием внутренней среды и т.д.,

не могут рассматриваться как особенности или специфические черты, присущие исключительно целеполаганию или ориентации стратегии развития промышленного предприятия.

Во-первых, потому что цель стратегии инновационного промышленного предприятия заключается в получении какого-либо результата, эффекта ли выгоды, но не в формировании конкурентных преимуществ или увеличении потенциала развития. Инновационное промышленное предприятие к моменту разработки стратегии уже должно обладать определенным потенциалом, который может быть трансформирован в конкурентные преимущества и именно за счёт эксплуатации потенциала и конкурентных преимуществ предприятие устойчиво развивается и показывает сбалансированный социально-экономический рост. Во-вто-

⁶ См., например: Боев А.Г., Воронин С.И. Сущность и особенности стратегии развития промышленного предприятия // Вестник ВГУ. Серия «Экономика и управление». – 2012. – № 2. – С. 160–166.

рых, любой хозяйствующий субъект, и не только инновационное промышленные предприятия, должны стремиться к тому, чтобы реализация стратегии развития обеспечивала их эволюционирование в новое лучшее (более совершенное) состояние. По нашему мнению специфика функционирования и развития инновационных промышленных предприятий обусловлена тремя основными аспектами, которые уже были выше рассмотрены в данной работе, здесь же мы их изложим в агрегированном виде для лучшего представления последующего материала исследования.

Аспект первый состоит в том, что промышленный сектор играет системообразующую роль в обеспечении устойчивого развития национальной экономики.

Один из основных показателей состояния промышленного производства (индекс промышленного производства) является индикатором качества роста и развития, как собственно сектора промышленности, так и национальной экономики в целом. Данный индикатор комплексно отражает структуру и динамику эволюционных процессов в промышленной сфере, а также уровень и качество институциональных, организационно-правовых и экономических трансформаций. Устойчивое понижение индекса промышленного производства сигнализирует о стагнационных явлениях в национальной экономике, которые в том числе являются следствием операционной и стратегической неэффективности основной массы промышленных предприятий. Следовательно, разработка стратегии развития промышленного предприятия должна не только конкретизировать цели и способности их достижения в контексте отдельно взятого хозяйствующего субъекта с учетом текущих трендов макроуровня и их возможных трансформаций, но и конкретизировать его вклад в обеспечение роста национальной экономики.

Аспект второй состоит в том, что промышленное производство, и в первую очередь инновационное, с одной стороны является капиталоемким, но с другой стороны характеризуется большим уровнем рентабельности. Среднеотраслевое значение рентабельности составляет порядка 11–12% (за 2010–2012 гг.), а в отдельных сегментах свыше 25–30% (добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства)⁷.

⁷ Кувшинова О. Рентабельность в промышленности в 1,3–5 раз ниже ставок по кредитам // Ведомости (on-line газета) [электронный ресурс] режим доступа <http://www.vedomosti.ru/finance/news> свободный.

Это позволяет нам говорить о том, что промышленность в отличие от других секторов обладает большим резервом устойчивости и значительно более высоким потенциалом развития. Учитывая, что в сфере промышленности наиболее эффективно функционируют кластеры (наиболее популярная форма межфирменной кооперации), в том числе и научно-технические, научно-производственные можно говорить и о том, что промышленные предприятия обладают значительно более высокими инновационными способностями. Следовательно, стратегия промышленного предприятия в качестве основного стимула развития должна включать не только инновационную составляющую, но и кооперационную составляющую, обеспечивающую лучшее использование интенсифицирующих факторов роста.

Аспект третий. Сфера промышленности, как мы уже показали выше, есть системообразующая сфера, но, более того, отдельные области промышленного производства не только стратегически значимы для национальной экономики, но и характеризуются высокой социальной значимостью. Многие крупные и крупнейшие промышленные предприятия, в том числе и инновационные, являются градообразующими структурами. Соответственно стратегическую социально-экономическую роль таких предприятий в региональных системах весьма сложно недооценить. Следовательно, стратегия развития инновационных промышленных предприятий должна учитывать не только экономические, но и социальные эффекты. Кроме этого не стоит забывать и о том, что промышленные предприятия увеличивают нагрузку на экосистему (природную систему) вследствие влияния техногенных факторов. Отсюда следует, что стратегия развития инновационного промышленного предприятия должна характеризоваться комплексной социальной эффективностью, где экологическая компонента и компонента техногенных рисков — есть один из ключевых оценочных показателей. Именно поэтому в разработке методики оценки качества, эффективности и результативности межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий мы сформировали блок социальных показателей.

На основании вышесказанного мы считаем необходимым представить собственную концепцию разработки стратегии развития инновационного промышленного предприятия (см. рисунок 1).

По нашему мнению концептуально разработка стратегии развития инновационных промышленных предприятий представляет собой процесс. В рамках данного процесса осуществляется:

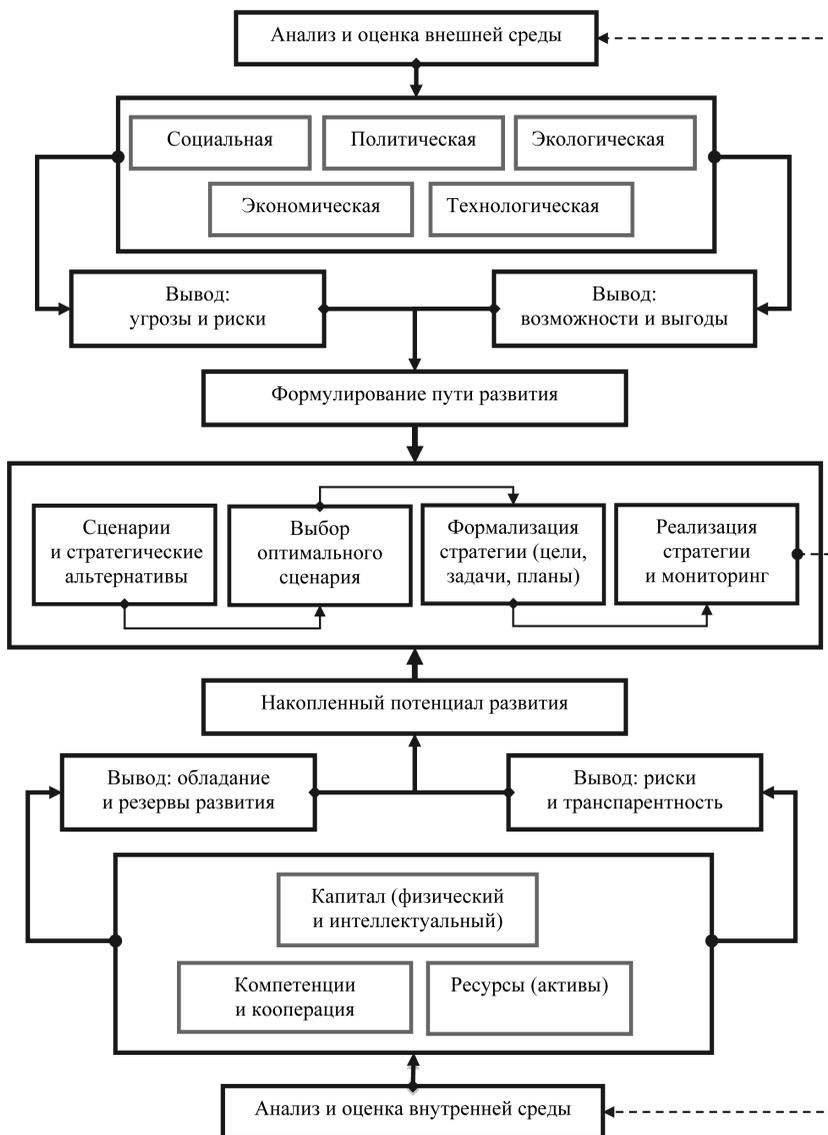


Рис.1. Концепция разработки стратегии развития инновационного промышленного предприятия в современных условиях ⁸

⁸ Бусыгин К.Д. Устойчивое развитие инновационных промышленных предприятий в условиях межфирменной кооперации: Монография. – М.: АП «Наука и образование», 2013. – С. 149.

- во-первых, анализ внешней и внутренней среды, при этом, учитывая значимость и ресурсоемкость инновационного промышленного производства, оцениваются не только возможности (угрозы), а также способности предприятия к развитию. Но и дается оценка рисков, стоящих за каждой угрозой, и выгод, стоящих за каждой возможностью. Кроме этого отдельно оцениваются риски, а также прозрачность внутренней среды;
- во-вторых, по итогам анализа и оценки формулируются объективные выводы, которые представляют собой во внешнесредовом аспекте оценочную формулировку возможного пути развития предприятия, а во внутрисредовом аспекте – оценку действительного потенциала развития;
- в-третьих, полученные выводы соотносятся в сценариях и возможных альтернативах развития предприятия (сценарии и альтернативы формулируются в границах генерального тренда), на основании оценки способностей предприятия производится отбор наиболее оптимального сценария (альтернативы), этот сценарий представляет собой аналитический базис строителя развития.

На основании сведения результатов анализа и оценки внешней и внутренней сред функционирования и развития инновационного промышленного предприятия, а также с учетом конкретных стратегических и оперативных-тактических решений менеджмента и наличия межфирменной кооперации данной структуры собственно стратегия развития формализуется в общепринятом порядке: цели, задачи, планы (программы). Здесь важно учитывать все факторы создающие необходимые условия для возникновения и роста стратегической устойчивости предприятия. Основными ее составляющими являются финансовая, технологическая и человеческий ресурс ⁹. При этом необходимо понимать, что при детализации стратегии по планам развития необходимо использовать наиболее адаптивный и в то же время органичный инструмент – инструмент индикативного планирования с учетом эволюционирования сформированных связей между контрагентами кооперационного агломерата.

Сформированная стратегия развития инновационного промышленного предприятия в полной мере должна учитывать следующие основные аспекты, формирующиеся на фоне действий контрагентов этого предприятия и имеющие место быть во внешней среде:

⁹ Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. – М.: Центрполиграф, РАП, 2004. – С. 79.

1) аспект состояния, динамики и степени трансформации конкуренции между предприятием и его конкурентами, как потенциальными, так и действительными. При этом необходимо учитывать, что контрагенты, с которыми у предприятия имеются кооперационные отношения также могут мигрировать из кластера партнерства и сотрудничества в кластер конкурентов. Соответственно, стратегия развития инновационных промышленных предприятий должна включать не только прогнозный план действий самого предприятия, но и прогнозный план действий его конкурентов и контрагентов;

2) аспект состояния, динамики и степени трансформации сотрудничества инновационного промышленного предприятия и его наиболее устойчивого пула контрагентов. Здесь важно понимать, что каждое предприятие имеет собственную динамику функционирования, роста и развития, при этом нормальным является то, что часть предприятий или организаций вне зависимости от профиля деятельности стагнирует и уходит с рынка. Поэтому стратегия развития инновационных промышленных предприятий должна включать регламент мониторинга взаимодействия и смены тех контрагентов, которые могут быть признаны потенциально неэффективными;

3) аспект состояния, динамики и степени трансформации партнерства инновационного промышленного предприятия и его стратегических контрагентов. Так же как и в аспекте сотрудничества, в аспекте партнерства необходимо учитывать неравномерность динамики функционирования, роста и развития субъектов, которые составляют стратегическую часть сформированного кооперационного агломерата. При этом мониторинг эффективности стратегического партнерского взаимодействия должен быть более глубоким, поскольку поиск стратегических партнеров для инновационных промышленных предприятий наиболее сложен.

Кроме этого при формировании и разработке стратегии развития инновационных промышленных предприятий необходимо учитывать, что взаимодействие между самим предприятием и его контрагентами протекает в рамках определенных заданных границ, которые находятся во внешней среде. Поэтому при планировании стратегии развития важно учитывать состояние сред функционирования и сред развития. Стоит согласиться с С.Б. Зайнуллиным¹⁰, который указывает, что взаи-

¹⁰ Зайнуллин С.Б. Проблемы взаимодействия интересов предприятия и субъектов, составляющих внешнюю и внутреннюю корпоративную среду предприятия // Вестник Самарского государственного университета. – 2007. – № 3. – С. 118–124.

действие внутренней среды предприятия с хозяйственной (внешней) средой имеет огромное значение не только для эффективной деятельности, но и для самого существования предприятия. Это в полной мере относится к рассматриваемым нами в данном исследовании аспектам устойчивого развития инновационных промышленных предприятий в условиях межфирменной кооперации.

Говоря о средовом аспекте межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий необходимо отметить, что, как правило, среды деятельности предприятия подразделяются на внешнюю и внутреннюю. При этом часть авторов рассматривает внешнюю среду глобально (как все факторы, конституирующие функционирование и развитие отдельно взятого хозяйствующего субъекта¹¹), а еще часть авторов рассматривает внешнюю среду как совокупность хозяйствующих субъектов, природных и социальных условий, в которых осуществляет свою деятельность отдельно взятое предприятие¹².

По нашему мнению и тот, и другой подход верны, поскольку, мы считаем, что внешняя среда — это глобальное или локальное социально-экономическое институционализированное и природное пространство, в котором осуществляет свою деятельность некоторое множество хозяйствующих субъектов коммерческого и некоммерческого профиля, которые взаимодействуют между собой, а также с государственными структурами. Внешняя среда инновационных промышленных предприятий не имеет в глобальном смысле четких формализованных границ, локальная внешняя среда, которая представляет собой ближайшее деловое и стратегическое окружение, имеет неформальные кооперационные границы.

В свою очередь под внутренней средой, в том числе и внутренней средой инновационных промышленных предприятий, принято понимать и часть общей (глобальной или локальной) внутренней среды¹³, и совокупность переменных, которые находятся в пределах отдельно взятого хозяйствующего субъекта и подконтрольны только ему¹⁴.

¹¹ См., например: Болиева И.А., Хекилаев С.Т. Организационные структуры управления предприятием и внешняя среда // Устойчивое развитие горных территорий. — 2012. — № 1–2. — С. 78–82.

¹² См., например: Яркина Т.В. Основы экономики предприятия. — Таганрог: Издательство ТГТУ, 2004.

¹³ См., например: Дорофеева В.В. Методика факторной оценки влияния внешней среды на деятельность предприятий // Дискуссия. — 2013. — № 5–6. — С. 62–67.

¹⁴ См., например: Гуляев И.И. Влияние факторов внешней и внутренней среды на управление операционными денежными потоками промышленных предприятий // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2013. — № 30. — С. 145–150.

Мы считаем, что внутренняя среда инновационных промышленных предприятий является более сложным системно-структурированным пространством, поскольку весьма часто является интеграцией стратегических контрагентов, аффилированных структур (дочерних и материнских компаний). Поэтому под внутренней средой мы предлагаем понимать интра-пространство, которое имеет достаточно четкие экономические и весьма часто территориальные границы, компоненты данного пространства (материальные и нематериальные) подконтрольны самому предприятию и/или аффилированным с ним структурам.

Учитывая вышесказанное, мы считаем, что более правильным будет структурировать внешнее и внутреннее пространство деятельности инновационных промышленных предприятий в контексте трех основных сред:

- внешняя глобальная среда (условно глобальная среда не имеет границ). В данную среду включены потенциальные контрагенты, а также потенциальные и действующие конкуренты;
- внешняя локальная среда (имеет неформальные кооперационные границы). В данную среду включены действующие и потенциальные контрагенты, а значит и конкуренты;
- интра-среда (имеет формализованные корпоративные границы). В данную среду включено само инновационное промышленное предприятие и аффилированные с ним структуры (дочерние и зависимые общества и организации).

При этом, по нашему мнению, внешнюю глобальную и локальную среды инновационных промышленных предприятий можно определить как среды развития. Это означает, что в глобальной и локальной среде инновационных промышленных предприятий открыты или открываются возможности, которые данное предприятие может трансформировать в собственные выгоды за счет собственных (ранее сформированных и регулярно обновляемых) способностей. В свою очередь локальную и интра-среду инновационных промышленных предприятий можно определить как среды функционирования. Это означает, что интра-среда и локальная среда в большей степени представляют собой источники и резервы роста и развития (способности, ресурсы, капитал), которые формируются за счет планомерного осуществления производственной деятельности в текущем периоде.

На рисунке 2 представлено структурирование сред инновационных промышленных предприятий и место межфирменной кооперации в обеспечении стратегического устойчивого развития этих субъектов.

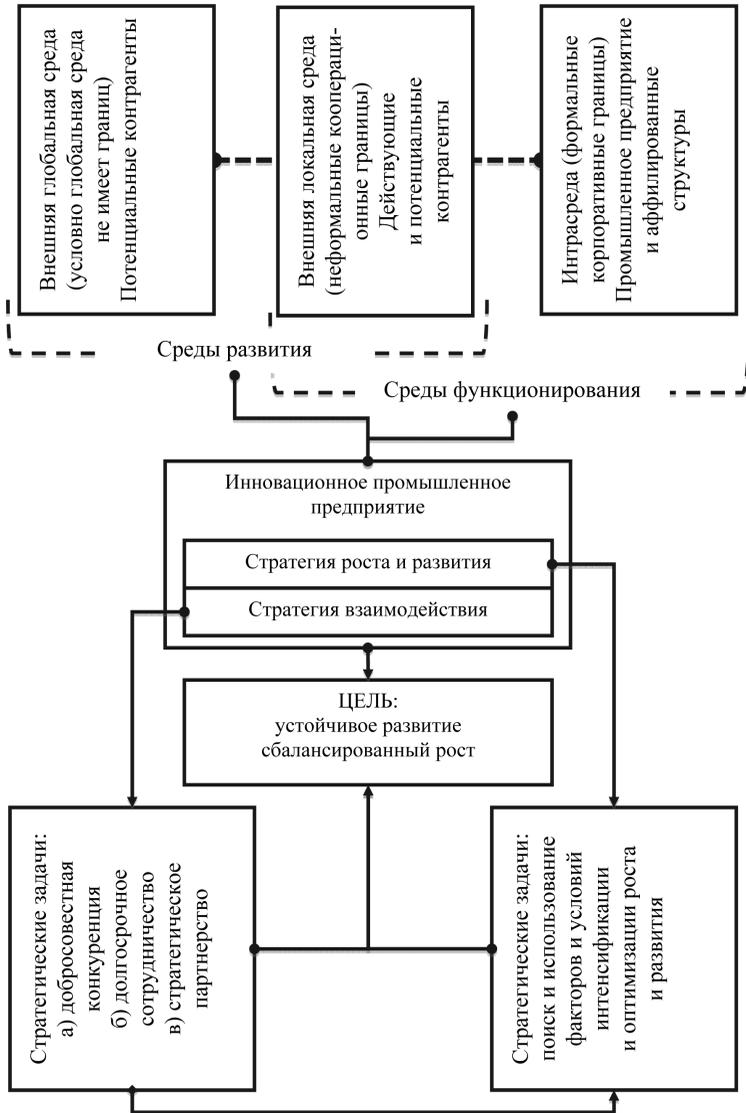


Рис. 2. Место межфирменной кооперации в обеспечении стратегического устойчивого развития инновационных промышленных предприятий¹⁵

¹⁵ Бусыгин К.Д. Устойчивое развитие инновационных промышленных предприятий в условиях межфирменной кооперации: Монография. – М.: АП «Наука и образование», 2013. – С. 153.

По нашему мнению, инновационные промышленные предприятия, которые входят в сложные кооперационные агломераты и участвуют в различных типовых и видовых формах межфирменной кооперации, должны формировать не только стратегию развития, но и стратегию взаимодействия с контрагентами. Учитывая, что конкуренция между инновационными промышленными предприятиями может быть трансформирована в сотрудничество или партнерство (в зависимости от смены тренда стратегических интересов), соответственно стратегические задачи межфирменной кооперации можно определить следующим образом:

- ведение добросовестной конкурентной борьбы, в основе которой лежит не лоббирование, демпинг или использование административных ресурсов, но действительные конкурентные преимущества, воплощаемые в продуктах и процессах;
- участие во взаимовыгодном долгосрочном сотрудничестве с наиболее успешно функционирующими и развивающимися ключевыми контрагентами (т.е. с контрагентами, которые обладают в своей среде достаточно высокой конкурентоспособностью);
- участие в стратегическом партнерстве, которое также должно основываться на кооперации с наиболее успешно действующими на рынке стратегическими контрагентами.

В свою очередь стратегические задачи развития инновационных промышленных предприятий можно определить следующим образом: поиск и использование факторов и условий интенсификации и оптимизации роста и развития предприятия во внешней среде за счет наиболее оптимального использования ключевых факторов (капитал, ресурсы, способности, кооперация).

Итак, вышесказанное позволяет нам заключить, что межфирменная кооперация инновационных промышленных предприятий играет значимую роль в достижении целей и решении задач стратегически устойчивого и конкурентоспособного их развития.

Важно понимать, что наличие межфирменной кооперации, ориентированной на обеспечение устойчивого развития не только отдельно взятых инновационных промышленных предприятий, входящих в кооперационный агломерат, но и в целом всего кооперационного агломерата служит реализации стратегических интересов всех кооперирующихся структур пропорционально их потребностям функционирования и развития. На основании этого мы можем говорить о том, что межфирменная кооперация должна представлять собой особый механизм, обеспечивающий стратегически устойчивое развитие инновационных промышленных предприятий.

Используемые источники

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб: Питер, 2008.
2. Балабанов В.С., Бараненко С.П. Причины и методы противодействия утрате устойчивости предприятия // Путеводитель предпринимателя. — 2008. — № 1. — С. 7–21.
3. Балабанов В.С., Дмитриева Е.В. Риски инвестиционных проектов: оценка и управление // Путеводитель предпринимателя. — 2013. — № 18. — С. 16–24.
4. Гроув Э. Выживают только параноики. Как использовать кризисные периоды, с которыми сталкивается любая компания. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
5. Ермолина Л.В. Экономическое содержание категории «эффективность». Понятие стратегической эффективности // Основы экономики, управления и права. — 2013. — № 2 (8). — С. 98–102.
6. Теория управления / Под ред. Гапоненко А.Л., Панкрухина А.П. — М.: Омега, 2003.
7. Акофф Р. Акофф о менеджменте. — СПб: Питер, 2002.
8. Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. — М.: Центрполиграф, РАП, 2004.
9. Боев А.Г., Воронин С.И. Сущность и особенности стратегии развития промышленного предприятия // Вестник ВГУ. Серия «Экономика и управление». — 2012. — № 2. — С. 160–166.
10. Бусыгин К.Д. Устойчивое развитие инновационных промышленных предприятий в условиях межфирменной кооперации: Монография. — М.: АП «Наука и образование», 2013.
11. Кувшинова О. Рентабельность в промышленности в 1,3–5 раз ниже ставок по кредитам // Ведомости (on-line газета) [электронный ресурс] режим доступа <http://www.vedomosti.ru/finance/news> свободный
12. Зайнуллин С.Б. Проблемы взаимодействия интересов предприятия и субъектов, составляющих внешнюю и внутреннюю корпоративную среду предприятия // Вестник Самарского государственного университета. — 2007. — № 3. — С. 118–124.
13. Болиева И.А., Хекилаев С.Т. Организационные структуры управления предприятием и внешняя среда // Устойчивое развитие горных территорий. — 2012. — № 1–2. — С. 78–82.
14. Яркина Т.В. Основы экономики предприятия. — Таганрог: Издательство ТГТУ, 2004.
15. Дорощева В.В. Методика факторной оценки влияния внешней среды на деятельность предприятий // Дискуссия. — 2013. — № 5–6. — С. 62–67.
16. Гуляев И.И. Влияние факторов внешней и внутренней среды на управление операционными денежными потоками промышленных предприятий // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2013. — № 30. — С. 145–150.

Баринов Э. А.
*кандидат экономических наук,
Российская академия предпринимательства
e-mail: kafedra@rusacad.ru*

Роль кредита во внешней торговле

В статье рассматривается роль кредита во внешнеэкономических операциях. Анализируются валютно-финансовые условия внешнеэкономических контрактов.

Ключевые слова: кредит, валюта, формы расчетов, гарантии.

Barinov E. A.
PhD (Economics), Russian academy of entrepreneurship

Credit role in foreign trade

The article considers the role of credit in foreign trade operations. Analyze monetary and financial conditions of foreign trade contracts.

Keywords: credit, currency, form of payment, the guarantees.

Коммерческий кредит

Во внешней торговле, в зависимости от субъектов кредитной сделки, кредиты подразделяются на коммерческие, банковские и государственные. Коммерческий кредит – это кредит, предоставляемый экспортёрами их иностранным контрагентам или, наоборот, импортёрами поставщикам, то есть это кредит, который выдается одними внешнеэкономическими компаниями другим в процессе их товарообмена.

Наибольшее распространение получил кредит экспортёра импортёру в виде т.н. рассрочки платежа. Такой кредит – это средство конкурентной борьбы за рынки сбыта. Он широко применяется при продаже машин и оборудования в связи с особенностями использования изделий машиностроительной продукции. В результате такой практики создаются благоприятные условия для последующего продвижения товаров из страны – кредитора в страну – заемщика. Используя коммерческий кредит, поставщики экспортных товаров усиливают свою конкурентоспособность на международном рынке. Экспортёры оборудования иногда теряют заказы только лишь по той причине, что они не могут предложить такие же выгодные условия кредита, как и их конкуренты из других стран.

Срок коммерческого кредита зависит от вида и цели поставляемых на экспорт товаров, расстояния между продавцом и покупателем, состояния кредитного рынка и конъюнктуры рынка данного товара.

На длительный срок предоставляются кредиты при экспорте машин и оборудования, а на короткий срок — при поставках сырья. Срок кредита подразделяется на полный и средний. Полный срок — это период от момента предоставления кредита, до его полного погашения и включает в себя срок, в течение которого используется кредит, льготный период, когда погашение использованного кредита не осуществляется, и срок погашения кредита. Для установления эффективности кредита определяется его средний срок, то есть, на какой период в среднем приходит полная сумма кредита. Полный срок совпадает со средним лишь тогда, когда кредит предоставляется сразу в полной сумме и в ней же погашается одним взносом. Как правило, средний срок меньше полного срока. Срок кредита, прежде всего, зависит от предмета и размера кредита, то есть чем больше сумма кредита, тем на более длительный срок его выдают.

Кредит предоставляется по открытому счёту, когда между импортёром и экспортёром поддерживаются длительные внешнеторговые связи и они полностью доверяют друг другу. В вексельной форме — когда экспортёр выписывает тратту на импортёра и предъявляет ему этот финансовый документ для акцепта против товаросопроводительных документов. Кредит может быть предоставлен в облигационной форме и по договорному обязательству.

По способу обеспечения коммерческие кредиты разделяются на обеспеченные (товарами, векселями, гарантиями фирм, банков, правительств) и бланковые. Обычно применяются обеспеченные кредиты, когда обеспечением выступают тратты, акцептованные импортёром или первоклассным банком. В зависимости от способа погашения коммерческие кредиты разделяются на пропорциональные (погашение равномерными взносами в течение определенного периода), прогрессивные (погашение с начала в меньших долях, затем взносами в больших суммах), единовременные.

Во внешнеторговых договорах чаще всего фиксируется, что коммерческие кредиты предоставляются на 80-85% от общей суммы контракта. Остальную часть импортёр вносит наличными как аванс (в этом случае аванс — форма обеспечения обязательств, принятых импортёром по контракту, а не форма кредитования покупателем экспортёра), или оплачивает с аккредитива.

Рассмотрим конкретные примеры. Так в контракте, заключенном одной из фирм стран Латинской Америки, было зафиксировано, что экспортёр продаст, а импортёр купит машины, оборудование и услуги по выполнению проектных и изыскательских работ на условиях рассрочки пла-

тежа на общую сумму в 30 млн. долларов, причем контракт должен был быть заключён в течение трех лет. Отмечаются случаи, когда в договорах предусматривается, что выручка от экспорта машин и оборудования должна быть использована для закупки на нормальных коммерческих условиях товаров в стране импортёра, в том числе определенный процент готовых изделий и полуфабрикатов. Иногда экспортёры заключают контракты на поставку товаров госпредприятиям страны импортёра. В этом случае продавец подвергается меньшему риску, торгуя с государственными организациями, поскольку имеется гарантия платежа со стороны правительства или центрального банка страны покупателя.

Необходимо подчеркнуть, что процент за пользование кредитом является важным элементом стоимости кредита. Колебания его величины находятся в прямой зависимости от суммы и сроков кредита: чем больше срок и сумма, тем выше и процент. Его уровень внешнеторговые контрагенты решают в ходе переговоров. В соответствии с заключенными контрактами фирмы ряда развивающихся государств получают рассрочку платежа до 10 лет, а иногда и выше, из расчета 4–8% годовых. Можно привести ряд примеров. Так фирмы из некоторых стран Латинской Америки получали рассрочку платежа до 10 лет из 3% годовых по контрактам с госорганизациями и при 3,5% годовых по договорам с иными организациями. Другие примеры: одной из японских фирм была предоставлена рассрочка платежа на 4 года с уплатой 6,5% годовых за пользование кредитом, а английская фирма получила кредит на 2 года по контрактам на закупку запчастей и 3 года по контрактам на закупку машин и оборудования из расчета 2,5% годовых в обоих случаях.

Остановимся на формах обеспечения кредита, предоставляемого экспортёрами. Как правило, обеспечением кредита выступает тратта, выписанная продавцом и акцептованная покупателем (первоклассным банком или правительством страны импортёра). Обеспечением выполнения обязательств импортёром по контрактам частично может быть аванс в размере 5–30%. Например, по договору, заключенному с фирмой одной из стран Латинской Америки, импортёр оплатил 7,5% от общей суммы контракта в течение 50 дней со дня его подписания. Так же в обеспечение платежей по внешнеторговому договору (включая проценты) импортёр предоставил в течение 45 дней со дня подписания контракта авали и гарантии, которые (в обеспечение платежей по указанному договору) имели право выдавать соответствующие уполномоченные на ведении валютных операций банки. Срок гарантии истекал к моменту последнего платежа. По другому контракту, заклю-

ченному с фирмой одной из стран БСВ, в течение 60 дней (со дня его подписания) импортёром были перечислены на счёт экспортёра в его банке 20% от общей суммы договора. Ещё пример. В соответствии с соглашением, заключенным с импортёром одной из стран БСВ, 5% от общей суммы контракта были переведены авансом в течение 10 дней со дня подписания соглашения на счёт экспортёра в его банке. Импортёр акцептовал 4 тратты, выписанные продавцом не позднее 7 дней со дня получения отгрузочных документов банком страны импортёра. Кроме того, в обеспечении своих обязательств по оплате купленного оборудования, импортёр предоставил экспортёру в течение 30 дней (со дня подписания дополнения к контракту) обязательство банка импортёра авалировать тратты, акцептованные покупателем. Обеспечением служила так же гарантия банка импортёра (с согласия экспортёра могла быть гарантия другого первоклассного банка), предоставленная в течение 15 дней со дня извещения экспортёром о готовности товара к отгрузке, выданная на 90% от стоимости товара, готового к отгрузке, плюс сумма годовых процентов. В другом контракте одной из фирм Южной Европы аванс не предусматривался, и в качестве обеспечения обязательств, банк импортёра дал согласие в течение 30 дней со дня подписания контракта предоставить экспортёру гарантию, срок которой заканчивался с полным окончанием платежей за отгруженное оборудование плюс 30 дней. Поставка производилась экспортёром только после её получения.

Еще по контракту с фирмой одной из стран БСВ на 75% суммы договора экспортёр выписал на импортёра 5 тратт и отправил их для акцепта вместе с отгрузочными документами. После акцепта импортёром тратты вернулись в банк экспортёра на хранение. Но в контракте оплата части стоимости переводом аванса не предусматривалась. А в другом контракте отгрузочные документы на машины и оборудование, проданные экспортёром на условиях рассрочки платежа, были переданы импортёру против акцепта тратт, выписанных на 80% стоимости оборудования, причем покупатель акцептовал тратты в течение 10 дней от даты их получения его банком и вернул эти финансовые инструменты банку экспортёра на хранение и предоставление к платежу при наступлении его срока. Внешнеторговым контрактом предусматривалось, что в обеспечение своих обязательств по контракту (обязательства по кредиту плюс проценты), импортёр должен был представить экспортёру в течение 30 дней со дня подписания договора гарантию банка импортёра, текст которой был одобрен экспортёром. Гарантия действовала до полной оплаты поставленного оборудования плюс 30 дней. В

контракте, заключенным компанией одной из стран Латинской Америки, предусматривался перевод покупателем аванса в размере 7,5% от суммы контракта в течение 30 дней со дня его подписания. Кроме того импортёр предоставил продавцу аваль своего банка. Это требование было выполнено в течение 30 дней со дня подписания указанного соглашения.

В контрактах с фирмой одной из стран Юго-Восточной Азии предусматривался акцепт импортёром тратт, выписанных экспортёром в течение 10 дней со дня получения их банком со стороны покупателя. В качестве обеспечения платежа 80% стоимости контракта (плюс 6,5% годовых), экспортёр предоставил импортёру в течение 30 дней со дня подписания контракта гарантию первоклассного банка импортёра. Её текст был одобрен продавцом, и она действовала до момента оплаты поставленного оборудования плюс 30 дней. Ещё пример. Покупатель одной из стран ЕС оплатил по внешнеторговому контракту 10% от его суммы против тратт по предъявлению (в течение 30 дней со дня коносамента), которые были выписаны экспортёром на 100% суммы проданного оборудования (включая 5% годовых) и высланы импортёру, который акцептовал их в течение 30 дней со дня поставки товара. Акцептованные тратты были отосланы в банк экспортёра и хранились там до дня платежа.

Остановимся на вопросе погашения кредита. Как правило, применяется пропорциональный способ погашения равными полугодовыми или годовыми взносами. Так, государственные организации и частные фирмы одной из стран Латинской Америки погашали задолженность по предоставленному кредиту 20 равными полугодовыми взносами, причем первый взнос был сделан через 12 месяцев со дня поставки машин оборудования и выполнения проектных и изыскательных работ. В контракте с фирмой одной из стран БСВ был предусмотрен следующий порядок оплаты: фирма оплатила 90% стоимости оборудования, на которое был предоставлен кредит, в течение 36 месяцев с даты поставки оборудования равными платежами против акцептованных тратт, выписанных со следующими сроками платежа – 18, 24, 30 и 36 месяцев с даты поставки каждой партии продаваемого оборудования. Проценты в размере 4% годовых были начислены со дня поставки и включались в сумму тратт.

Импортёр одной из стран Южной Европы погасил задолженность по кредиту, предоставленному на 80% от стоимости оборудования, двумя равными годовыми взносами через 12 и 24 месяца со дня поставки каждой партии. На эту сумму поставщик выписал импортёру 2 тратты

(включающие в себя сумму процентов) и отослал их через банк экспортера банку импортера вместе с отгрузочными документами, которые выдавались покупателю против акцепта тратт. В контрактах на поставку оборудования фирме одной из стран БСВ предусматривалось, что 75% контрактной стоимости, на которые был предоставлен кредит, выплачивалось в назначенный срок против акцептовых тратт, подлежащих оплате в следующие сроки: по 15% – в течение 12, 24, 36, 48, 60 месяцев с даты каждой отгрузки. Проценты были начислены на непоплаченную стоимость поставленного оборудования, материалов и запчастей и приплюсовывались к основным платежам.

Импортер другой страны БСВ оплатил 80% от суммы товара, проданного ему в кредит (включая 7% годовых), 10 равными полугодовыми взносами. Первый взнос был произведен через шесть месяцев от даты соответствующего коносамента, причем упомянутый срок в шесть месяцев был включен в общий срок кредита. А в контрактах с фирмой одной из стран ЕС на 30% от стоимости оборудования (включая 7,5% годовых) оплата производилась 5 равными годовыми взносами, причем первый взнос был произведен не позднее 12 месяцев со дня поставки. Другая европейская компания погасила задолженность по кредиту (согласно условиям контракта) четырьмя равными полугодовыми взносами, в зависимости от срока, на который был выдан кредит. Каждый взнос представлял соответственно 22% от стоимости товара. Первый платеж произошел через шесть месяцев со дня поставки оборудования. 7% годовых за предоставленную рассрочку платежа оплачивались одновременно с основным долгом. Платежи осуществлялись путем перевода импортером средств на счет экспортера через его банк. Еще одна компания из стран ЮВА оплатила 80% от суммы контракта, по которому был предоставлен кредит (включая 6,5% за пользование кредитом), двумя равными годовыми взносами, первый из которых был осуществлен через 24 месяца с даты коносамента. Этот срок был включен в общий срок кредита.

Валютные условия кредитных соглашений

Важное место в контрактах, заключаемых на условиях коммерческого кредита, отводится валютным условиям таких соглашений. Предусматривается валюта цены и валюта платежа. Определенные проблемы возникают с фирмами развивающихся стран. Цены на машины и оборудование, поставляемые фирмам этих стран, фиксируется в их национальных валютах и платеж также осуществляется в этой же валюте. Такие валютные условия – весьма благоприятны для страны импортера, так как покупателю нет необходимости искать инвалюту и он

погашает долг в своей денежной единице. В случае, если валюта платежа не совпадает с валютой контракта, в нем устанавливается курс пересчета одной валюты в другую, а именно курс банка на день предшествующий дню платежа. Очень часто валюта цены и валюта платежа устанавливаются в долларах и в евро. В качестве страхования валютных рисков в контрактах предусматривается мультивалютная оговорка к этим денежным единицам. Отмечается, что если на момент платежа, например, указанный курс доллара по отношению к определенным валютам изменится больше чем на установленный процент, сумма платежа будет соответственно меняться. При заключении контрактов по экспорту принимается во внимание сравнительное положение используемых в расчетах валют и, в качестве общего принципа, обеспечивающего интересы экспортёра, он предпочитает фиксировать цены в контракте в устойчивой валюте, что гарантирует экспортёра от потерь в случае изменения курса других валют по отношению к данной валюте. Это является одной из разновидностей (косвенной формой) валютной оговорки, но её применение не исключает применение других оговорок, т.к. в этом случае нет никакой гарантии против риска в изменении курса валют.

Рассмотрим валютные условия конкретных внешнеторговых договоров. Так, в контракте, заключенной фирмой одной из стран Южной Европы, цены за оборудование, суммы аккредитивов, гарантий, тратт, счетов были выражены в евро, а платеж был произведён в долларах, причем курс пересчёта фиксировался на день платежа. Другой пример: платеж в соглашении с одной из фирм стран Африки предусматривался в фунтах стерлингов, а цены в договоре фиксировались в долларах. Курс пересчета долларов в фунты — был средний обменный курс этих валют на день платежа в Лондоне. В другом контракте с фирмой одной из стран ЕС платеж за оборудование так же был предусмотрен в фунтах стерлингов, а цены в долларах, но пересчет долларов в фунты был осуществлен также по среднему обменному курсу этих валют в Лондоне на день платежа. Еще по одному контракту платеж производился в долларах. Датой платежа считалась дата зачисления причитающихся экспортёру сумм на счёт в первоклассном банке его страны.

Во внешнеторговых договорах должны быть ясно сформулированы валютные условия (которые ясно определяют валюту платежа и валюту цены) и включены различные оговорки, ограждающие экспортёра и импортёра от валютных рисков, связанных с колебаниями курсов инвалют. От того, насколько правильно решены эти вопросы, во мно-

гом зависит эффективность сделки. Под валютным риском (по внешней торговой сделке) понимается риск, который может наступить для экспортера и импортера, в связи с изменением реальной стоимости валюты цены и валюты платежа. Несовпадение момента сделки с моментом платежа порождает валютный риск, который может наступить, в частности, в результате изменения курса валюты платежа к другим валютам и изменения покупательной способности валюты.

Для минимизации потерь, связанных с валютным риском, заключаются срочные валютные сделки, компенсационные сделки, а в контракты включаются различные оговорки. Валютная оговорка (платеж осуществляется в соответствии с изменением курса валюты платежа к какой-нибудь другой более устойчивой валюте) выступает в двух формах: оговорка об изменении цены товара с учетом изменения курса данной устойчивой валюты к валюте платежа с момента заключения сделки до срока платежа, и валютная оговорка в форме прямого определения цены в данной устойчивой валюте с платежом в другой валюте, как правило, в национальной валюте экспортера. Характерная черта такой оговорки — точное установление суммы цены, в то время как сумма платежа определяется на дату платежа. А если цены устанавливаются в одной валюте, а платежи в другой, встает вопрос о курсе пересчета валюты цены и валюты платежа. В качестве курса пересчета может применяться рыночный курс. Часто в экспортных контрактах в качестве курса пересчета валюты цены в валюту платежа предусматривается курс продавцов валюты, в котором выражены цены на валютном рынке страны происхождения валюты платежа, т.е. курс, по которому банки продают иностранную валюту. Валютная оговорка в той или иной форме, может оказаться эффективной лишь в том случае, если базисная валюта является достаточно устойчивой.

Для страхования себя от валютных рисков экспортеры включают в контракты мультивалютную оговорку, применение которой вызвано расширением продаж машин и оборудования в кредит с рассрочкой на длительные сроки, что увеличивает в условиях нестабильности финансовых систем, риск обесценивания валюты платежа. Необходимо отметить, что в условиях современного финансового кризиса в капиталистических странах эффективность оговорок снизилась, однако это не означает, что их включение в контракты по экспортным операциям нецелесообразно. Даже при ограниченной эффективности оговорка дает экспортеру определенную гарантию против убытков от снижения курса валют.

Организация и техника расчетов по коммерческим кредитам

В платёжных условиях контракта предусматривается, через какой банк будут осуществляться расчеты, против каких документов, каким способом будет оплачен аванс, какая сумма — с аккредитива и т.д. Так, например, в контракте, заключенном фирмой одной из стран БСВ, был осуществлен следующий порядок платежей: 25% от суммы контракта оплачивалось с подтвержденного аккредитива, открываемого импортером в банке экспортёра в его пользу в течение 15 дней с момента получения извещения от экспортёра о готовности первой партии оборудования, материалов и запчастей к отгрузке. Срок аккредитива 12 месяцев. По условиям контракта в аккредитиве было зафиксировано обязательство импортера и его банка акцептовать отдельные тратты, выписанные на покупателя на 75% от суммы контракта. Условиями аккредитива предусматривалась отгрузка морем, железной дорогой и по воздуху. Разрешалась и частичная отгрузка. В аккредитиве были указаны документы, против которых была произведена оплата 25% от суммы поставляемых машин, оборудования и запасных частей. В банк экспортёра были представлены продавцом следующие документы: счет продавца, коносамент, сертификат качества, упаковочный лист, сертификат о происхождении. Один комплект оригинальных документов был предоставлен капитану судна, который передал их представителю фирмы в порту назначения. Все расходы, связанные с открытием, продлением и использования аккредитива лежали на импортере. 75% от суммы было оплачено в назначенную дату по представлению акцептованных тратт, выставленных на импортера. Тратты выставались следующим образом: по 15% в течение 12, 24, 36, 48 и 60 месяцев со дня отгрузки товара. Указанные финансовые инструменты были приложены к отгрузочным документам в отношении каждой отгрузки. А каждая тратта выписывалась на 15% контрактной стоимости оборудования (включая 7,5% годовых, за использование кредита).

Платежи за оборудование по контрактам с другой фирмой осуществлялись путем переводов, причитающихся экспортёру сумм на счёт в его банке. 5% от суммы оборудования оплачивалось авансом в течение 10 дней со дня подписания контракта; 5% в течение 10 дней со дня получения банком экспортёра документов в отношении каждой отгруженной партии: счет-проформа; коносамент (или документ подтверждающий отгрузку оборудования в адрес фирмы); страховой полис; спецификация; сертификат о качестве; упаковочный лист; четыре тратты на равные суммы на 90% от стоимости оборудования. Эти документы выдавались фирме после уплаты 5% от суммы отгруженной партии обо-

рудования и против акцепта тратт. 90% от суммы поставленного оборудования оплачивалось фирмой, в течение 36 месяцев с даты поставки оборудования равными платежами против акцептованных фирмой и авалированных банком импортёра тратт, вписанных со следующими сроками платежа: 18, 24, 30, и 36 месяцев со дня поставки каждой партии оборудования.

В контракте, заключенным фирмой одной из стран БСВ, предусматривался следующий порядок платежей: 10% от общей суммы контракта были переведены на счёт экспортёра (в его банк) авансом в течение 30 дней, со дня подписания контракта; 10% – с подтвержденного аккредитива, который открывался импортёром в пользу продавца в его банке в течение 15 дней со дня получения извещения от экспортёра о готовности товара к отгрузке. 80% от суммы контракта (включая 7% годовых за пользование кредитом) оплачивались 10 равными полугодовыми взносами, причем, первый взнос производился через 6 месяцев с даты соответствующего коносамента. Платежи с аккредитива осуществлялись против пакета следующих документов: счёта; полного комплекта оригиналов чистых бортовых коносаментов; отгрузочной спецификации; упаковочного листа; сертификата качества; сертификата происхождения; страхового полиса против обычных морских рисков. В условиях аккредитива предусматривался акцепт импортёром тратт на 80% от суммы поставленного оборудования (плюс 7% годовых). Импортёр выписал 10 тратт на одинаковые суммы на 80% стоимости оборудования (включая 7% годовых за использованием кредитом) и предоставил их в свой банк с отгрузочными документами, которые передавались импортеру против акцепта тратт. Покупатель акцептовал тратты (в течение 10 дней от даты их получения его банком) и затем вернул их в свой банк на хранение и предоставления к платежу, который и предъявил их импортёру при наступлении срока платежа данных финансовых инструментов. Все расходы и комиссия банку, связанные с оплатой оборудования, получением гарантии, открытием аккредитива и акцептом тратт, оплачивались импортёром за свой счёт.

Фирма одной из стран Латинской Америки оплатила импортированные ею товары и полученные услуги следующим образом: 7,5% от общей суммы контракта – авансом в течение 50 дней от общей даты подписания контракта; 7,5% – против отгрузочных документов с подтвержденного аккредитива, открытого в банке экспортёра в пользу продавца. 85% от суммы поставленного оборудования оплачивалось равными полугодовыми взносами путем переводов на счет экспортёра в его банке, причем первый взнос был произведен через 12 месяцев со

дня поставки машин, оборудования и произведения проектных и изыскательских работ. Датой поставки машин и оборудования рассматривалась дата коносамента, а датой выполнения проектных и изыскательских работ — дата выписки счёта. Платежи с аккредитива производились против следующих документов: счёта-фактуры, коносамента, упаковочного листа, страхового полиса и сертификата качества. Все налоги, таможенные пошлины, сборы, взимаемые на территории экспортёра, оплачивались последним, а взимаемые вне указанной территории — заказчиком. Платежи за услуги специалистов из страны экспортёра производились заказчиком путем переводов на счёт экспортёра в его банке в течение 30 дней от даты получения заказчиком счетов продавца. Импортёр их оплачивал за каждый истекший квартал с учетом количества специалистов, находящихся в командировке в стране заказчика. Из-за задержки в выполнении условия платежа, а именно, в переводе авансов, открытии аккредитивов и предоставлении гарантии, срок выполнения обязательств экспортёром отодвигался на время указанной задержки. Ещё один пример. В контракте на поставку автокранов для внешнеторгового предприятия одной из фирм стран Южной Европы предусматривался следующий порядок платежей: 20% от цены каждого крана оплачивалось с аккредитива, который открывался импортёром в пользу экспортёра в его банке, всякий раз на срок не менее 6 месяцев в течение 10 дней от даты получения от экспортёра извещения о готовности к отгрузке одного из кранов. Платежи осуществлялись против предоставления экспортёром своему банку счёта-фактуры со спецификацией; полного комплекта оригиналов коносаментов (дубликатов международной железнодорожной накладной); сертификата качества; отгрузочной спецификации; упаковочного листа и комплекта тратт на 80% цены товара. Импортёр акцептовал 5 тратт на равные суммы, выписанных экспортёром на 80% от суммы контракта (плюс 5,5% годовых за предоставленную рассрочку платежа).

Рассмотрим также контракт, на поставку на условиях рассрочки платежа экскаваторов. Платеж был осуществлён следующим образом: 20% от общей суммы договора было оплачено с аккредитива, открытого в пользу продавца в его банке в течение 15 дней со дня извещения от экспортёра о готовности товара к отгрузке. Срок аккредитива — 180 дней с последующим продлением на 90 дней. На оставшиеся 80% экспортёр выписал импортёру 2 тратты, (включающие в себя 6% годовых) и выслал их банку импортёра через банк экспортёра вместе с отгрузочными документами, которые были выданы импортёру его банком только после акцепта тратт. Покупатель акцептовал тратты в течении 10 дней с

даты получения этих финансовых инструментов его банком и вернул их на хранение и предоставления к платежу в банк экспортёра.

По контракту, заключенному с одной из фирм стран Азии, 20% от суммы оплачивалось с аккредитива против счёта, полного комплекта чистых бортовых коносаментов, отгрузочной спецификации, сертификата качества, сертификата происхождения и страхового полиса против обычных морских рисков. На 80% от суммы договора экспортёр выписал на импортёра 2 тратты на равные суммы (включая 6,5% годовых за пользование кредитом) и предоставил в свой банк отгрузочные документы, которые были направлены импортёру против акцепта тратт. Последний акцептовал тратты в течение 10 дней с даты их получение банком страны импортёра и вернул их в банк экспортёра для хранения и предоставления к платежу в надлежащий срок.

Итак, в целом можно сделать вывод, что на поставку машин и оборудования иностранным заказчикам (на условиях рассрочки платежа) предусматривается оплата части конкретной суммы авансом непосредственно после заключения контракта. Часть — оплачивается с аккредитива против предоставления отгрузочных документов, остальное — равными годовыми или полугодовыми взносами в течение нескольких лет. Аванс в размере 5—30% оплачивается путем перевода причитающихся продавцу сумм на счёт в его банке. В случае продажи товаров в счёт коммерческого кредита, банки предоставляют ссуды на сроки, устанавливаемые во внешнеторговых контрактах. Кредиты по экспортным операциям выдаются под тратты, векселя и другие платежные документы, выписанные на иностранных покупателей в связи с предоставлением им коммерческого кредита. Полученные кредиты используются экспортёрами для оплаты расчётных документов (счетов поставщиков), а так же накладных расходов по экспорту, произведенных как в стране экспортёра, так и за границей.

Особенности расчетов по поставкам оборудования на условиях безвозвратной консигнации и в аренду/лизинг

Такая форма торговли как поставка оборудования на безвозвратную консигнацию, применяется в случаях, когда между экспортёром и импортёром существуют прочные долговременные отношения, или между фирмой и ее филиалом. Примером могут служить условия расчётов по контрактам на поставку машин и оборудования на безвозвратную консигнацию.

Например, рассмотрим контракт, заключенный фирмой одной из стран Северной Европы. В консигнационном договоре определялось, что фирма реализует полученное на консигнацию оборудование от сво-

его имени, но за счет экспортёра. Срок консигнации оборудования определялся в 36 месяцев со дня представления его экспортёром на консигнацию. В договоре оговаривались условия платежа. Фирма в течение 2-х дней после продажи оборудования известила об этом экспортёра, и в течении 7 дней с даты продажи оплатила полностью или частично стоимость оборудования, исходя из условий, на которых оно было продано третьим лицам. Все платежи за реализованное оборудование осуществлялось фирмой путем перевода причитающих экспортёру сумм на его счёт в банке. На основании этого договора (и дополнения к нему) был заключен ряд контрактов с импортёром на поставку покупателю конусных дробилок и шаровых мельниц (срок консигнации определялся от 2 до 5 лет). По этому контракту фирма осуществила оплату поставленного оборудования путем перевода причитающихся сумм на счёт экспортёра в его банке в сроки исходя из следующих условий, на которых это оборудование продавалось третьим лицам: первый платеж (10% суммы от каждого вида поставленного оборудования) фирма переводила в течение 10 дней со дня продажи оборудования; второй платеж (10%) фирма производила поставщику в течении 60 дней с даты пуска оборудования в эксплуатацию у заказчика фирмы (не позднее 6 месяцев с даты первого платежа); 80% от суммы каждой партии оборудования (плюс 5% годовых за пользование кредитом) выплачивалось фирмой в течении 60 месяцев равными долями через каждый 12 месяцев. Все банковские расходы были отнесены на счёт фирмы. В связи с большой степенью доверия между внешнеторговыми контрагентами в условиях платежа не предусматривались банковская или иная гарантии.

Аналогичный контракт был заключен с другой компанией. В контракте была подробно отражена процедура платежа. Экспортёр выписал на имя фирмы 5 годовых тратт на равные суммы на 80% от суммы поставленного оборудования (включая 5% годовых за пользование кредитом) и представил их в банк экспортёра вместе с отгрузочными документами, которые направлялись фирме против акцепта тратт. Фирма акцептовала тратты в течение 10 дней с даты их получения и возвратила их в банк экспортёра на хранение и представление к платежу в положенное время. В контракт также был включен пункт, в соответствии с которым фирма представила экспортёру гарантию перво-классного банка-корреспондента банка-экспортёра на 90% стоимости оборудования (плюс 5% за пользование кредитом) в течение 10 дней после получения подтверждения о готовности товара к отгрузке. Гарантия действовала до момента окончательного платежа (день, когда

сумма, подлежащая оплате, была зачислена на счёт экспортера в его банке) плюс 30 дней.

Кроме того был заключен ряд консигнационных договоров и контрактов с импортером на поставку торфодобывающих машин и запчастей к ним. Срок консигнации 5 лет для оборудования и 4 года — для запчастей, а платежи, за передаваемые на консигнацию этих товаров, осуществлялись переводом причитающихся экспортеру сумм в его банк, исходя из условия реализации запчастей и оборудования третьими лицами, но не позднее 90 дней для оборудования и 60 дней для запчастей с даты продажи товара со склада компании, которая в течение 10 дней со дня продажи товара известила экспортера об этом с указанием наименования реализованного товара. За услуги, оказываемые фирмой экспортеру, последний выплатил ей комиссионное вознаграждение в размере 15% от цены оборудования и 10% от цены запчастей франко-вагон граница (ФОВ порт страны экспортера), включая 5% за техническое обслуживание. В соответствии с дополнением к этим договорам, фирма (в течение 16 дней со дня продажи товара) направила экспортеру счёт на сумму проданного оборудования и запчастей, и оплатила полную стоимость реализованного товара в течение 45 дней с даты его продажи.

Рассмотрим другой консигнационный договор с фирмой одной из европейских стран, в соответствии с которым экспортер предоставил покупателю машины и оборудование для демонстрации и продажи на консигнационных началах. Срок консигнации — 3 года. Платежи за проданное оборудование осуществлялись двумя равными взносами. Первый платеж — не позднее 30 дней со дня продажи оборудования, а второй — не позднее 12 месяцев с этой же даты. В течение 10 дней со дня реализованного оборудования, фирма известила об этом экспортера с указанием наименования проданного оборудования и номер заказа — наряда, причем она не производила удержания из указанных сумм для покрытия возможных претензий, которые у нее могли возникнуть к экспортеру или к третьим лицам. На основании консигнационного соглашения, подписанного экспортером с другой фирмой, она открыла в различных городах консигнационные склады для продажи запчастей, бурового инструмента к геологоразведочному, нефтепромысловому, нефтебуровому и горно-шахтному оборудованию, различных долот, а также резцов для проходческих комбайнов. В соответствии с условиями соглашения весь поставленный на консигнацию товар до его оплаты оставался собственностью экспортера. В обязанности фирмы входило обеспечение заботливого, коммерчески правильного обращения

с консигнационным товаром, организация надлежащего его хранения, предохранение от возможных повреждений и коррозии. Кроме того, фирма предоставила клиентам необходимую техническую консультацию и обеспечила рекламу товара. Срок консигнации по соглашению составил 24 месяца с последующим продлением еще на 12 месяцев по обоюдному согласию сторон. По истечении 36 месяцев товар был оплачен фирмой.

Исходя из условий платежа, в течение 24 месяцев фирма оплатила экспортеру 70% от стоимости каждой поставленной партии на консигнационный склад. Платеж, предоставляющий собой разницу между 70% от общей суммы каждой партии товара и суммой, оплаченной экспортеру в течение 24 месяцев за товар, проданный из этой партии, был произведен не позднее 27 месяцев со дня поставки товара на консигнационный склад. По истечении 24 месяцев срок нахождения на консигнационном складе товара (на сумму, не превышающую 30% стоимости каждой партии) был продлен еще на 12 месяцев, в течение которых фирма оплатила экспортёру 2/3 суммы оставшегося товара. Непроданный товар на сумму, не превышающую 1/3 стоимости оставшегося товара, был возвращен экспортёру не позднее 37 месяцев от даты поставки (мог быть оплачен в течение 90 дней с момента окончания трехлетнего срока нахождения товара на складе). В целом можно сказать, что в связи с расширением торговли машинами и оборудованием, такая форма торговли как поставка на безвозвратную консигнацию, стала широко распространяться.

Значительное развитие в мировой практике получил лизинг, и благодаря своей эластичности и способности быстро реагировать на конъюнктуру мирового рынка, он стал важным фактором расширения внешнеэкономических связей. Сделка лизинга сочетала в себе контракт аренды с финансовой операцией. При обыкновенной аренде и при лизинге собственник оборудования — арендодатель. Различие этих сделок состоит в том, что при обыкновенной аренде все затраты по содержанию машин в технически исправном состоянии несет арендодатель, а при лизинге — арендатор. Цены за арендуемое оборудование определяется таким образом, чтобы погасить его стоимость в течении установленного контрактом срока использования. Именно в этом состоит особенность лизинга как финансовой операции. По контракту лизинга арендатор имеет возможность выкупить (по истечении срока аренды) право собственности на арендуемое оборудование по цене, соответствующей предполагаемой остаточной стоимости оборудования. С экономической точки зрения для экспортёра это наиболее конкурент-

но-способная форма продвижения своего товара на внешние рынки, а для импортёра лизинг выгоден, поскольку оборудование предоставляется немедленно, и он не использует собственный капитал или кредит для внесения аванса. Следовательно, лизинговая фирма авансирует арендатора на 100% стоимости оборудования, а так как при лизинге арендатор может приобрести оборудование за счет прибыли от реализации произведенного на нем товара, то лизинговую операцию иногда рассматривают как форму займа. При лизинге отделение права собственности от права использовать оборудование, позволяет арендатору (в условиях ускоренного морального износа оборудования) использовать его в тот период, когда оно наиболее эффективно, в частности, при сезонной потребности в оборудовании.

Можно привести следующий пример. В аренду одной европейской фирме сроком на 3 года был сдан угольный проходческий комбайн, который хорошо себя зарекомендовал. Фирма предложила лизингодателю подписать протокол о продаже арендуемого оборудования по истечении срока аренды. После его подписания фирма перевела на счёт арендодателя в его банк сумму, составляющую цену оборудования, уменьшенную на арендную плату, уплаченную ранее. По условиям другого контракта, лизингодатель сдал фирме буровую установку в комплекте с гидравлическим оборудованием и комплектом запчастей для годовой эксплуатации. Срок аренды составил 1 год. Цена была установлена в евро. Помимо оборудования, экспортёр-лизингодатель передал техническую документацию и компенсировал стоимость ремонта. Фирмы уплатила экспортёру убытки, вызванные аварией оборудования. Она эксплуатировала оборудование в соответствии с назначением и технической документацией, осуществила страхование (за свой счёт и в пользу экспортёра) арендуемого оборудования от всех рисков на полный период аренды, представила копию страхового полиса экспортёру, заплатила за эксплуатацию оборудования ренту за каждый рабочий день. Плата за аренду (причитающаяся экспортёру) осуществлялась фирмой не позднее 15 числа месяца, следующего за месяцем эксплуатации оборудования, путём перечислением сумм на счёт экспортёра в его банке через банк фирмы. Оборудование было собственностью экспортёра, который командировал на фирму специалистов сроком на 1 месяц для пуска в эксплуатацию оборудования и обучения обслуживающего персонала. В соответствии с контрактом предусматривалось, что если фирма решит купить оборудование, арендная плата вычитается из цены оборудования, а если она не будет заинтересована в покупке оборудования, то оно должно быть возвраще-

но в течение 30 дней со дня завершения срока аренды, по окончании которого компетентные представители сторон подписывают протокол. Срок аренды оборудования исчислялся со дня подписания протокола о готовности к пуску в эксплуатацию. Исходя из этого примера, можно отметить, что лизинг — это удобная и приемлемая форма продвижения на зарубежный рынок оборудования, и (в условиях обостряющейся конкурентной борьбы на внешних рынках) он выгоден особенно для экспорта крупносерийного оборудования на рынки, монополизированные крупными западными компаниями.

За последние годы произошли значительные изменения форм, методов и роли международной торговли. Большое развитие получили лизинговые операции. Значительные изменения произошли в сфере финансирования экспорта. Широкое распространение получили формы кредитования покупателей и предоставления им различного вида льгот. В тоже время возросла чисто техническая роль банков как посредников (при проведении операций, связанных с коммерческим кредитованием), выполняющих поручения своих клиентов на передачу товарораспорядительных документов и финансовых инструментов. Коммерческие кредиты продолжают играть важную роль в кредитовании внешней торговли. При этом важно то, что внешнеторговые контрагенты сами могут договариваться об условиях кредитования с использованием гарантий банков на сумму выданного кредита.

Банковский кредит во внешней торговле

Банковский кредит, обладая значительным преимуществом по сравнению с коммерческим, предоставляется в денежной форме, что позволяет иметь большую свободу при его использовании. Привлекая такой кредит, импортёр может выбрать себе поставщика в стране экспортёра, сравнить различные предлагаемые ему условия. При обостряющейся конкуренции между поставщиками, импортёр может закупить товар у того, кто предлагает наиболее благоприятные для него условия. Привлекая банковский кредит покупатель может быть не связан с определенным поставщиком, как при коммерческом кредите. Стоимость банковского кредита несколько меньше стоимости коммерческого. Основным элементом стоимости такого кредита — это банковский процент. Кроме того, скрытых элементов меньше, в связи с отсутствием завышения или занижения цены товара. В стоимость кредита входят: основной процент, разные комиссии и скрытые издержки, связанные с привлечением и использованием кредита. Размер основного процента зависит от уровня процентной ставки на денежном рынке страны-кре-

дителя, учитывая то, что повышенный риск, связан с предоставлением кредита на длительный срок. Процентная ставка по средне-долгосрочным кредитам обычно выше, чем ставки по краткосрочному кредиту. Кроме основного процента банки взимают комиссии, которые отличаются друг от друга: так, имеется комиссия общего характера, когда её размер начисляется пропорционально сумме и сроку кредита и специальные комиссии, начисление которых происходит пропорционально сумме кредита, но независимо от срока. Скрытые издержки, связанные с привлечением кредита, выступают в таких формах, как завышение цены товара, реализуемого в кредит, по сравнению с ценой при наличном расчете, завышение банком, предоставляющим кредит, комиссии за инкассирование документов или открытие аккредитива, завышение премии по страхованию товара, требование банком дополнительных гарантий и страхования кредитного риска.

Если «рынок покупателя» сменяет «рынок продавца», то важную роль начинает играть средне-долгосрочный кредит, удельный вес которого покрывает значительные поставки. Возможность выдать долгосрочный кредит может себе позволить, как правило, крупный банк, поэтому в соглашениях обычно указывается, что данный кредитный институт страны экспортёра предоставляет первоклассному банку страны импортёра кредит для финансирования последнего. Банки получают и предоставляют за границей кредиты и займы в формах, соответствующих международной банковской практике. Эти кредитные институты могут выдавать валютные кредиты, как за счёт собственных, так и привлеченных ресурсов.

Между банками заключается межбанковские соглашения. Так, например, в одном таком соглашении было указано, что банк экспортёра предоставит кредит банку импортёра для оплаты поставок металлургического оборудования на 80% от суммы контракта. 20% оплачивается наличными. Срок соглашения кредита составлял 7 лет для контрактов, срок каждого из которых составлял 8,5 лет. Процентная ставка по кредиту фиксировалась в 6,25% годовых. И его погашение осуществлялось 14 равными полугодовыми взносами. Формой обеспечения кредита послужила гарантия (выписанная банком импортёра и направленная банку экспортёра), в которой отмечалось обязательство банка гаранта безотзывно выполнять все обязательства и гарантировать выполнение импортёром всех наличных платежей. Причем, общая сумма обязательств по ней не могла превышать установленную сумму (включая сумму причитающихся процентов). Гарантия вступи-

ла в силу с момента её выдачи банком импортёра и потеряла силу после оплаты общей суммы наличных платежей и передачи банку экспортёра тратт с несколькими сроками оплаты, причем гарантии, потерявшие силу, возвратились банку импортёра и им были отосланы банку экспортёра по каждому заключенному контракту. Все пошлины, налоги и различные сборы, взимаемые в связи с исполнением контрактов, нес экспортёр, на территории своей страны, и импортёр – на территории своего государства. Если разногласия нельзя было разрешить путем переговоров, то стороны прибегали к помощи одного или нескольких арбитров, назначенных Международной торговой палатой.

Для того чтобы положение межбанковского соглашения применялись к контрактам, последние должны были содержать ссылку на него и соответствовать ему во всем, что касалось финансовых условий и расчетов. По каждому контракту банк экспортёра открывал на имя банка импортёра специальные счета, на которых и учитывались все операции по использованию кредита. По дебету этих счетов отражались платежи, произведенные в пользу экспортёра, на сумму, оплачиваемую в счет кредита по каждой поставке машин, оборудования и технической документации. Банк экспортёра дебетовал упомянутые счета исходя из поручения банка импортёра и датой, указанной в ней. На основании этого документа банк импортёра отправлял экспортёру поручение на дебетование специального счёта с датой валютирования, которая фиксировалась через 30 дней от даты получения документов банком импортёра, но не позднее, чем через 45 дней от даты отправки банком экспортёра документов, предусмотренных контрактом. В кредит этого счёта относились суммы векселей с несколькими сроками оплаты, выставленных банком импортёра на сумму использованного кредита. По получении этих финансовых инструментов банк импортёра кредитовал указанный счет датой их выставления. По мере совершения записей по этому счёту банк экспортёра направлял банку импортёра соответствующую информацию по нему, а последний ежеквартально подтверждал по состоянию на 1 января, 1 апреля, 1 июля, 1 октября правильность остатка по счёту, или сообщал о своих замечаниях.

Как уже отмечалось на нашем примере, погашение кредита производилось 14 равными последовательными полугодовыми взносами, оформленными векселями с несколькими сроками погашения. В векселе отмечалось, что «мы обязуемся безотзывно и безусловно настоящим векселем во исполнение контракта, заключенного /дата/... экспортёром и импортёрам платить приказу банка экспортёра на счёт

указанного экспортёра ... сумму ... (основной долг и проценты), свободную от всяких налогов и расходов», с указанием определенных сроков. Так же отмечалось, что «мы не сможем по каким бы то ни было причинам отказаться от предусмотренных платежей или задержать их». Векселя с несколькими сроками оплаты такого вида отправлялись банку-экспортёра следующим образом: если осуществлялась поставка разрозненного оборудования, то векселя отсылались на каждую отгруженную партию оборудования. Но если контракт предусматривал несколько отгрузок, они группировались по календарным полугодиям. Тогда вексель (с несколькими сроками оплаты), объединяющий отдельные отгрузки, отсылался после окончания соответствующего полугодия. Если поставлялось комплектное оборудование, то вексель отправляли сразу же после завершения последней отгрузки. В контрактах на поставку комплектного оборудования, по которым экспортёр отвечал за монтаж, наблюдение за ним и ввод в действие поставляемого оборудования, дата отсылки векселя (с несколькими сроками оплаты) наступала после поставки 98% стоимости оборудования. Во всех этих случаях банк импортёра отсылал банку экспортёра каждый вексель с несколькими сроками оплаты не позднее, чем через 30 дней от даты получения банком импортёра документов, предусмотренных внешнеторговым контрактом. Было так же зафиксировано, что в любом случае, независимо от характера поставки, срок первого полугодического платежа не мог наступить позднее 42 месяцев от даты подписания контракта. Проценты начислялись следующим образом: начиная от даты дебетования спецсчёта до срока первого платежа по основному долгу, проценты начислялись на кредитную часть на сумму основного долга по векселю с несколькими сроками оплаты, считая от первого срока платежа по основному долгу, а оплачивались они ежеквартально по истечении срока. Разрешались досрочные платежи при условии информирования банка экспортёра за три месяца. Эти платежи использовались для выплат сумм основного долга в порядке, обратном хронологическому.

По условиям другого контракта экспортёр получил 20% от его общей суммы наличными, а 80% оплачивались за счет кредита, предоставленного банку импортёра, банком экспортёра сроком на 7–8,5 лет. Контракты заключались на поставку металлургического оборудования, на проектирование, монтаж, опробование, ввод в эксплуатацию оборудования. Условия платежа были следующие: 20% наличными, в частности, 5% от общей суммы СИФ каждого годового заказа в течение 30

дней с даты их подписания и получения счёта, банковским переводом; 5% от общей суммы СИФ или ФОБ каждой квартальной партии в течение 30 дней со дня приёмки полной 100% поставки каждой квартальной партии на заводах экспортёра и получения счёта, банковским переводом; 10% от общей суммы СИФ или ФОБ каждой квартальной партии в течение 120 дней с даты их поставки и получения счёта, банковским переводом. 80% от общей суммы СИФ и ФОБ двух соединённых вместе партий оплачивалось каждый семестр в течение 30 дней с конца их поставки и получения счёта, векселем. Векселя выписывались банком импортёра по приказам импортёра 14 полугодовыми равными взносами. Первый полугодовой взнос, указанный в векселе с несколькими сроками оплаты, был осуществлён на шестой месяц с даты 100% отправки каждой полугодовой партии. Процент за пользование кредитом в размере 6,25% годовых оплачивался ежеквартально в соответствующие сроки. Импортёру были отосланы счёт-проформа для авансов, окончательный счёт на общую сумму, счёт-проформа на оплату остатка.

Отличались условия платежа в контракте, который предусматривал не только поставку оборудования, но и его монтаж, опробование, ввод в эксплуатацию и т. д. 5% от суммы контракта оплачивалось банковским переводом в течение 30 дней после подписания контракта; 5% в течение 30 дней после получения чертежей и документации банковским переводом против счёта; на 30% от стоимости оборудования выписывались векселя после приёмки представителями импортёра всего оборудования для доменной печи на заводах экспортёра. 30% от стоимости оборудования оплачивалось после приёмки представителями импортёра другой доменной печи на заводах экспортёра. Что касается 45% от стоимости монтажа, то в течение 30 дней по окончании монтажа первой доменной печи 40% оплачивалось векселем, а 5% — переводом; 10% от стоимости поставки СИФ в течение 30 дней после ввода в промышленную эксплуатацию первой доменной печи (первая плавка) и получения счёта — векселем; 10% от стоимости поставки СИФ в течение 30 дней после ввода в промышленную эксплуатацию (первая плавка) второй доменной печи и по получении счёта; 5% от стоимости поставки СИФ и монтажа переводом в течении 30 дней после окончательной приёмки первой доменной печи и по получении счёта; 5% от стоимости поставки СИФ и монтажа переводом в течение 30 дней после окончательной приёмки второй доменной печи и по получении счёта; 50% от стоимости окончательной перевозки и приёмки на заводах

импортёра оборудования первой доменной печи и соответствующего счёта, переводом. Проценты из расчета 6,25% годовых оплачивались каждые полгода в соответствующие сроки. На каждую партию отгруженного оборудования экспортёр выписывал счёт на общую сумму поступившего оборудования и вместе с коносаментом и другими отгрузочными документами отсылал их через банк экспортёра, банку импортёра для передачи импортёру. В счёте указывалась сумма, уже полученные экспортёром (10% от общей суммы отгруженного оборудования), и сумма, причитающаяся к получению, а так же суммы, подлежащие оплате за счёт кредита банка экспортёра. В течение 30 дней от даты получения указанных счетов и отгрузочных документов банком импортёра (но не позднее 45 дней от даты отсылки), этот банк по указанию импортёра отсылал банку экспортёра вексель на 80% от стоимости поставленной партии оборудования с 14 сроками платежей. Начало погашения кредита наступило через шесть месяцев от даты поставки первой партии. В целом можно отметить, что банк экспортёра может предоставлять и получать кредиты и займы в соответствии с действующим законодательством, причем это оформляется соглашением (договором) между банками, в котором предусматриваются основные условия, в частности, сумма, валюта, срок использования, условия и срок погашения кредита, размер процентной ставки и т.д. Роль кредита во внешней торговле продолжает возрастать, особенно тогда, когда дело касается поставок машин и оборудования на внешние рынки.

Используемые источники

1. Ерпылева Н.Ю. Международное банковское право. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2012 г.
2. Михайлов Д.М. Международные контракты и расчеты. — М.: Юрайт, 2008 г.
3. Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов // Публикация Международной торговой палаты. — 2007 г. — № 600.
4. Международные правила толкования торговых терминов «Инкотермс» // Публикация Международной торговой палаты. — № 460.
5. David K. Eiteman, Arthur I. Stonehill, Michael N. Moffett «Multinational Business Finance», Pearson. Addison Wesley, 2007.
6. Унифицированные правила для гарантий по требованию, ICC, 2010 г.

Безухов Д. А.

*специалист отдела бюджетирования и контроллинга,
ЗАО «РТДС Центр»
e-mail: bezukhov_da@mail.ru*

Критерии эффективности управления оборотным капиталом промышленного предприятия

Рассматриваются критерии эффективности управления оборотным капиталом промышленного капитала, функционирующего в изменчивой рыночной среде. Обоснована целесообразность использования показателя экономической добавленной стоимости – EVA как целевого критерия в задачах управления оборотным капиталом. Приведены расчетные формулы и предложена методика оценки составляющих оборотный капитал, используемых в показателе EVA.

Ключевые слова: *оборотный капитал предприятия, стоимость собственного и заемного финансирования, модели ценообразования на капитальные активы, адаптированные к российским условиям, модели ценообразования на заемный капитал с учетом риска финансовой сферы предприятия, критерий экономической добавленной стоимости EVA.*

Bezukhov D. A.

Budgeting and control expert, CJSC «RTDS Centr»

Criteria of efficiency of management of the circulating capital in enterprise

Criteria of efficiency of management of the circulating capital in enterprise operating in changeable market environment are studied. Practicability of using economic value added (EVA) index as a criterion in circulating capital management problems are proved. Calculation formulas and methods of rating component of circulating capital using in EVA index are given.

Keywords: *circulating capital in enterprise, cost of private and debt financing, pricing of capital assets models adapted to Russian conditions, pricing of loan capital taking into account risk of financial sector methods, economic value added (EVA) index.*

Универсальным измерителем эффективности использования оборотного капитала производственной сферы предприятия (производственного капитала) является показатель рентабельности, отражающий чистую прибыль на единицу средней (за анализируемый период) величины капитала, включённого в оборот.

Универсальность показателя рентабельности активов обусловлена тем, что он позволяет в агрегированной форме оценить качество управления текущими активами на этапах формирования и производственного использования производственного капитала.

Наряду с рентабельностью важным показателем качества использования оборотных активов является их оборачиваемость, значитель-

но влияющая на доходность бизнеса. Действительно, каждый кругооборот капитала в оборотных активах сопровождается добавочным продуктом, приносящим прибыль. Кроме того, с динамикой оборота капитала связаны потребность в дополнительном финансировании и затраты на обслуживание собственного и заемного капиталов.

Однако использование показателя рентабельности оборотного капитала в качестве основного критерия оптимальности управления оборотным капиталом ограничено по причине возникновения известного «эффекта структуры». Более того, и в функциональном плане этот показатель не в полной мере раскрывает влияние факторов объёма и структуры оборотного капитала на результаты рыночной деятельности предприятия. В первую очередь, по той причине, что на величину прибыли оказывают влияние не только «вклад» оборотного капитала в форме добавленной («перенесённой» на готовый продукт) стоимости, но и стоимость самого капитала, и уровень затрат на его обслуживание, ставки налогообложения и др. факторы.

В этой связи актуальным является рассмотрение альтернативных критериев оптимальности и, в первую очередь, показателя экономической добавленной стоимости *EVA* (economic value added).

Экономическая добавленная стоимость — чистая прибыль, скорректированная на величину затрат на инвестированный в производственную и финансовую сферы капитал:

$$EVA = NP - CC \cdot CE, \quad (1)$$

где: *NP* (net profit) — чистая прибыль; *CC* (cost of capital) — цена, *CE* (capital employed) — объём привлечённого в оборотные активы капитала.

На основе показателя *EVA* можно констатировать:

1) $EVA = 0$. Собственники предприятия равно выигрывают, продолжая производственную деятельность или вкладывая средства в банковские депозиты. Решение о развитии выбранного направления производственной деятельности должно приниматься с учётом анализа рынков и сопутствующего риска;

2) $EVA > 0$. Вложение капитала в данное направление бизнеса эффективно и ведёт к росту стоимости капитала предприятия;

3) $EVA < 0$. Стоимость капитала предприятия падает по причине низкой доходности вложений в оборотные активы.

Отметим, что приведенный подход к оценке добавленной стоимости является в большей степени управленческим, нежели бухгалтерским, что подтверждает следующий пример.

Пусть в планируемом периоде рассматриваются два альтернативных проекта: производство молока и сока. Оба проекта могут быть реализованы на имеющихся эксплуатационных и производственных мощностях. При этом сумма вложений в «молочный» проект составит 100 тыс. долл. США, а отдача в течение года планируется в размере 15 тыс. долл. Для реализации «сокового» проекта необходимы вложения 120 тыс. долл. Прогнозируемая отдача — 18 тыс. долл. Пусть средневзвешенная стоимость капитала компании составляет 12%.

В этом случае рентабельность обоих проектов одинакова и составляет 15%. Показатель *EVA* для первого проекта составит 3 тыс. долл. (15 тыс. — 100 тыс. 12%), для второго проекта — 3,6 тыс. долл. (18 тыс. — 120 тыс. 12%). Соответственно, с позиции повышения остаточной стоимости вложенных в проект собственных и заёмных средств, предпочтение следует отдать второму проекту.

Показатель *EVA* может быть использован и для оценки эффективности всего капитала (основного (иммобильного) и оборотного). Однако основной капитал опосредованно участвует в процессе создания добавочной стоимости. Это приводит к необходимости трансформации подхода к расчёту показателя экономической добавленной стоимости, используемого в процедуре оценки эффективности управления оборотным капиталом.

Для исключения влияния на прибыль (составляющая *NP* в выражении (1)) инвестиций в основные средства предлагается в расчётах показателя *EVA* использовать валовую прибыль за вычетом амортизации до признания процентов и налогов. Действительно, экономическое содержание амортизационных отчислений — восстановление стоимости первоначальных капиталовложений во внеоборотные активы, что не связывается с прибылью от оборотных активов.

Проценты по кредитам в расчёте показателя *EVA* учитываются в стоимости привлекаемого капитала и для предотвращения двойного счёта также должны исключаться из расчётов прибыли. Таким образом прибыль, используемая в расчётах показателя *EVA*, должна в максимальной степени отражать экономическую добавленную стоимость, «созданную» именно оборотным капиталом.

Проведём анализ составляющих *SE* и *СС*.

В оценках реального объёма источников финансирования и средневзвешенной цены оборотного капитала будем учитывать следующие обстоятельства и факты производственно-хозяйственной практики современного промышленного предприятия корпоративного сектора экономики.

Собственный капитал используется в первую очередь для финансирования внеоборотных активов и лишь небольшая его часть используется для финансирования оборотных активов.

Долгосрочные кредиты также полностью расходуются на формирование внеоборотных активов. Ситуация, когда предприятие финансирует вложения в оборотные активы за счёт долгосрочных кредитов, достаточно редка ¹.

В любом случае вложения в оборотные активы должны принести прибыль. Если же предприятие не планирует получение прибыли от вложений в оборотные активы в течение календарного года, но, тем не менее, привлекает кредит, то можно предположить, что его деятельность с высокой вероятностью будет убыточной, а следовательно, банк не согласится на такое кредитование.

Если сумма собственного капитала и долгосрочных обязательств не покрывает внеоборотные активы, то финансирование непокрытого остатка осуществляется за счёт краткосрочных структурных обязательств ² (табл. 1):

Таблица 1 ³

Управленческий баланс, используемый в расчётах показателя EVA

АКТИВ	ПАССИВ
Внеоборотные активы	Собственный капитал
	Долгосрочные обязательства
Оборотные активы	Краткосрочные обязательства, в т.ч., кредиты и займы, кредиторская задолженность
	Краткосрочные структурные обязательства
ВАЛЮТА БАЛАНСА	ВАЛЮТА БАЛАНСА

¹ Оборотные активы имеют срок оборота не более года, а, следовательно, если предприятие привлекает кредит на пополнение оборотных средств, то оно либо собирается расширять деятельность, либо испытывает временный недостаток в оборотных средствах (например, по причине возникновения ситуации, приведшей к возникновению убытка).

² Разделение краткосрочных обязательств на сторонние и структурные обусловлено разной ценой источников. Структурные обязательства в расчётах EVA могут быть приравнены к собственным средствам, поскольку они принадлежат собственникам: в случае несвоевременного погашения задолженности штрафы и пени на просроченные структурные обязательства не начисляются.

³ В расчётах EVA материальные запасы и незавершённое производство оценивается по себестоимости приобретения (производства), что соответствует случаю их производительного использования.

На основе сопоставления статей актива и пассива управленческо-го баланса определим величину CE , используемую в расчётах EVA :

$$CE = KO + CK_k + DO - BA \quad (2)$$

где: KO и DO – соответственно краткосрочные и долгосрочные обязательства; CK_k – собственный капитал, скорректированный на отклонения в стоимости внеоборотных активов; BA – внеоборотные активы.

Если величина внеоборотных активов превышает сумму долгосрочных обязательств, то можно сделать вывод, что оборотные активы финансировались за счёт краткосрочных обязательств и в некоторой части – собственного капитала. Если величина оборотных активов меньше суммы долгосрочных обязательств, то часть кредитов не была направлена на формирование основных фондов и находится в оборотных активах.

В качестве примера оценки собственной и заемной составляющих оборотного капитала приведём управленческий баланс ЗАО «XXX» за xxx г. (табл. 2).

Таблица 2

Агрегированный управленческий баланс ЗАО «XXX» (тыс. руб.)

АКТИВ		ПАССИВ	
Внеоборотные активы	335 222	Собственный капитал	130 458
		Долгосрочные обязательства	49 650
Оборотные активы	372 058	Краткосрочные обязательства, в т.ч. кредиты и займы,	250 456
		кредиторская задолженность	31 737
		Структурные краткосрочные обязательства	218 719
ВАЛЮТА БАЛАНСА	707 280	ВАЛЮТА БАЛАНСА	707 280

В оценках стоимости оборотного капитала, учитывая неоднородность его структуры, будем использовать модель средневзвешенной стоимости капитала WACC⁴.

Согласно теореме Миллера-Модильяни в отсутствии налогов и несовершенств финансового рынка величина затрат на капитал не зависит от способа финансирования. Средневзвешенные ожидаемые доходности долга и акций для инвесторов равны альтернативным издержкам на капитал вне зависимости от коэффициента долговой нагрузки:

$$E_w = r_D \cdot D/V + r_E \cdot E/V, \quad (3)$$

⁴ Метод средневзвешенной стоимости капитала компании (Weighted Average Cost of Capital) основан на предположении, что цена капитала равна сумме взвешенных ставок отдачи на собственный капитал и заёмные средства, где в качестве весов выступают доли собственных и заёмных средств в оборотном капитале.

где: E_w – средневзвешенная цена оборотного капитала; r_D – цена заёмного капитала; D/V – доля заёмного капитала в оборотном капитале; r_E – цена собственного капитала; E/V – доля собственного капитала в оборотном капитале; V – полная стоимость капитала ($D+E$).

Формула (3), однако, не отражает различий между долгом и собственным капиталом: процентные платежи подлежат вычету из налоговой базы. По этой причине расчёт *посленалоговой* средневзвешенной стоимости капитала в модели WACC следует проводить по формуле:

$$E_w = r_D \cdot (1 - n_c) \cdot D/V + r_E \cdot E/V, \quad (4)$$

где n_c – ставка налога на прибыль.

Учитывая особенности российской практики налогообложения прибыли, средневзвешенная цена капитала с использованием модели WACC рассчитывается по формуле:

$$E_w = r_D \cdot (1 - T_c \cdot \max\{k/r_E, 1\}) \cdot D/V + r_E \cdot E/V, \quad (5)$$

где k – ставка, в пределах которой проценты по займу вычитаются из налогооблагаемой базы.

Если у компании более двух источников финансирования (например, в капитале помимо долга присутствуют привилегированные и обыкновенные акции), то средневзвешенная стоимость её капитала может быть рассчитана по формуле:

$$E_w = r_D \cdot (1 - n_c) \cdot D/V + r_p \cdot P/V + r_E \cdot E/V, \quad (6)$$

где: r_p – цена, а P/V – доля привилегированных акций; r_E – цена, а E/V – доля обыкновенных акций.

Основным недостатком модели WACC является ограниченная возможность её применения в расчётах стоимости компании, для которой значительна вероятность изменения не только состава и объемов источников финансирования, но и цены привлекаемого капитала в связи с повышенными производственными и финансовыми рисками. В частности, цена собственного капитала промышленных предприятий корпоративного сектора в большинстве случаев не соответствует рыночному уровню доходности (например, в случае, если акции не котируются на открытом рынке). Цена заёмного капитала также часто искажена ввиду льготных условий и неоднозначности схем кредитования, наличия просроченной задолженности и т.п.

Для коррекции E_w при изменении долговой нагрузки и (или) с учётом дополнительных рисков может быть предложена следующая последовательность вычислений.

1. Рассчитать альтернативные издержки r привлечения капитала⁵:

$$R = r_D \cdot D/V + r_E \cdot E/V. \quad (7)$$

2. Рассчитать E_w и затраты на собственный капитал при нулевом долге.

3. Оценить затраты на заёмный капитал r_D с новым коэффициентом долговой нагрузки и определить величину затрат на собственный капитал:

$$r_E = r + (r - r_D) \cdot D/E. \quad (8)$$

4. Рассчитать средневзвешенные затраты на капитал с новыми весовыми коэффициентами.

Таким образом, расчет WACC при сложившейся структуре оборотного капитала требует соблюдения условия, что на всём планируемом горизонте компания должна поддерживать её в таких пропорциях, чтобы коэффициент долговой нагрузки, исчисленный по рыночной стоимости, оставался постоянным. Для практических целей достаточно перманентной коррекции структуры капитала, приближающей её к долгосрочному целевому нормативу. Но, если компания планирует значительный сдвиг в структуре капитала (например намерена полностью погасить долг), то формулы (5), (6) не применимы.

Отметим, что в формулах (7) и (8) не учитывается влияние личного подоходного налога, уплачиваемого инвесторами (динамика изменения затрат на собственный капитал, связанная с изменением финансового рычага, зависит от его размера).

Особое внимание в моделях оценки средневзвешенной стоимости оборотного капитала предприятия должно уделяться группе факторов, отражающих риски рыночной деятельности.

Напомним, что в кумулятивной модели цена капитала определяется как сумма безрисковой цены и премии на риск. Первая, как известно, отражает доходность альтернативных безрисковых направлений инвестирования капитала.

В поправке на риск учитываются три группы рисков: страновой; ненадежности участников; неполучения предполагаемых доходов.

Страновой риск инициирует угрозы:

- конфискации имущества, потери прав собственности при выкупе их по цене ниже рыночной;

⁵ Если не учитывать налоги, то средневзвешенные затраты на капитал равны альтернативным издержкам привлечения капитала и не зависят от финансового рычага.

- изменений законодательства, ухудшающих финансовое состояние компании (например, повышение налогов);
- изменений трактовок законодательства непрямого действия.

Величину поправки на страновой риск принято оценивать экспертно:

- на основании рейтингов зарубежных стран по уровню риска инвестирования⁶;
- для России страновой риск определяется по отношению к безрисковой безинфляционной норме дисконта (в некоторых случаях может превышать её кратно).

Риск ненадёжности участников обусловлен:

- нецелевым расходованием средств, предназначенных для инвестирования в данное предприятие;
- финансовой неустойчивостью компании (недостаточное покрытие краткосрочной задолженности собственными оборотными средствами, отсутствие необходимых активов для имущественного обеспечения кредитов и т.п.);
- недобросовестностью, и (или) неплатежеспособностью и юридической недееспособностью (банкротством) поставщиков сырья и потребителей продукции.

Размер премии за риск ненадёжности участников определяется экспертно каждым участником с учётом его функций, обязательств перед другими участниками и обязательств других участников перед ним⁷.

Риск неполучения предполагаемых доходов обусловлен некорректными техническими, технологическими и организационными решениями и случайными колебаниями объёмов производства и цен на продукцию и ресурсы. Поправка на этот вид риска определяется на основе кумулятивного учёта факторов:

- необходимости проведения НИОКР с заранее неизвестными результатами;
- новизны применяемой технологии (традиционная, новая);
- нестабильности (цикличности) спроса на продукцию;
- неопределённости цен на продукцию;
- неопределённости внешней среды (горно-геологические, климатические и иные природные условия и т.п.);
- неопределённости процесса освоения техники (технологии).

⁶ Публикуются специализированным рейтинговым агентством BERI (Германия), Ассоциацией швейцарских банков, аудиторской корпорацией «Ernst & Young».

⁷ Обычно поправка на этот вид риска не превышает 5%, однако её величина существенно зависит от уровня организационно-экономического механизма компании.

В случае, если риск интерпретируется как вероятность неполучения запланированного дохода в результате реализации неблагоприятного варианта развития внешнего или внутреннего окружений, то адекватным способом его учёта в моделях предприятия является сценарный подход.

Таким образом, средневзвешенная стоимость капитала, рассчитанная кумулятивным методом, варьируется в диапазоне от чистого значения безрисковой стоимости до стоимости с максимальным риском по всем факторам (что негативно отражается ростом стоимости оборотного капитала и снижением показателя *EVA*).

Возможным направлением снятия указанного противоречия является повышение однородности по инвестиционному риску производственного капитала и диверсификация рыночной деятельности предприятия.

Рассмотрим практические методы определения стоимости собственного (r_E) и заёмного (r_D) капиталов, используемых в выражении (4).

Оценка стоимости собственного капитала r_E основана на модели CAPM ценообразования на финансовые активы, представляющей собой однофакторную регрессию доходности r_i рискованного актива от доходности рынка:

$$r_i = \alpha + \beta \cdot r + \varepsilon_i, \quad (9)$$

где: α – коэффициент смещения модели, показывающий величину дополнительной доходности рискованного актива относительно рыночной доходности;

β – коэффициент бета – степень чувствительности доходности i -го актива по отношению к доходности среднерыночного портфеля;

r – среднерыночная доходность:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^I q_i \cdot r_i}{\sum_{i=1}^I q_i}, \quad (10)$$

где: I – общее число обращающихся на рынке ценных бумаг; r_i – доходность i -го актива; q_i – доля i -го актива в общей капитализации рынка;

ε_i – погрешность модели, отражающая влияние всех других факторов.

В соответствии с моделью CAPM цены собственного капитала могут быть рассчитаны следующим образом:

$$E = E(r_f) + \beta(E(r) - E(r_f)), \quad (11)$$

где: r_f – безрисковая ставка доходности; r – рыночная доходность.

В (11) коэффициент F отражает систематический риск ⁸:

$$\beta = \frac{\rho \cdot \sigma_i}{\sigma}, \quad (12)$$

где σ_i , σ – среднеквадратичные отклонения доходностей соответственно собственного капитала и среднерыночного портфеля;

$\rho = \frac{cov(r_i, r_m)}{\sigma_i} \cdot \sigma$ – коэффициент корреляции доходностей собственного капитала и среднерыночного портфеля.

Модель САРМ основана на информации фондового рынка и в целом «привязана» к нему.

Рассмотрим этот аспект на примере американского и российского фондовых рынков ⁹.

Для американского рынка ценных бумаг расчёт ставки доходности осуществляется по формуле:

$$r_i = r_0 + \beta (r_m - r_0) + c, \quad (13)$$

где: r_0 – безрисковая ставка (определяется доходностью долгосрочных государственных облигаций, например, 30-летними долгосрочными казначейскими облигациями); β – коэффициент бета определяется по данным американского рынка (сайт <http://www.damodaran.com>). При расчёте коэффициента определяют β_U – коэффициент бета без долговой нагрузки (Unlevered beta) и β_L – коэффициент бета с долговой нагрузкой (Levered beta). Значения коэффициента для различных отраслей приведены в таблице 3. r_m – доходность рынка. В расчётах определяется величина рыночной премии $r_m - r_0$ за риск (разница между рыночной и безрисковой доходностью) для рассматриваемого рынка.

⁸ Коэффициент бета характеризуют чувствительность доходности собственного капитала по отношению к рыночной доходности:

если $0 < \beta < 1$, то изменчивость доходности собственного капитала ниже изменчивости рынка (цена собственного капитала менее чувствительна к изменению рыночных показателей);

$\beta = 1$, то изменчивость доходности собственного капитала соответствует изменчивости рынка (меняется вместе с рынком);

$\beta > 1$, то изменчивость доходности собственного капитала выше изменчивости рынка (доходность собственного капитала более чувствительна к изменению доходности рынка).

⁹ Выбор американского рынка обусловлен наличием убедительной статистики. Кроме того, долгосрочные государственные облигации характеризуются низким уровнем риска и высокой ликвидностью.

Коэффициент бета по отраслям промышленности США

Отрасль	Бета-коэффициент			
	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Аэрокосмическая промышленность	1,20	1,09	1,10	0,98
Банковский сектор	0,47	0,32	0,77	0,77
Биотехнологии	1,27	1,12	1,03	1,07
Добыча угля	1,43	1,45	1,53	1,47
E-Commerce	1,76	1,24	1,03	1,05
Инвестиционные компании	0,96	1,71	1,06	1,27
Компьютерное обеспечение	1,33	1,08	1,30	1,37
Медикаменты	1,14	1,02	1,59	0,84
Нефтяная отрасль	1,30	1,27	1,55	1,02
Образование	0,89	0,78	0,83	0,91
Строительные материалы	1,35	1,42	1,5	1,57
Телекоммуникационные услуги	1,06	0,83	0,88	1,15
Тяжелое машиностроение	1,74	1,23	1,80	1,80
Химическая промышленность	1,10	1,18	1,36	1,37
Электроника	1,23	1,33	1,07	1,22

Величина премии по американскому рынку может быть принята на основании данных сайта Damedaran-Online как средневзвешенная историческая премия на американском фондовом рынке за период (за период с 1975 по 2010 гг. премия составила 5,20% (сверх доходности); c – премия за страновой риск (дополнительный доход за риск, связанный с вложениями в российские компании по сравнению с компаниями, функционирующими в США).

Как отмечено выше, размер этой премии рассчитывается по данным кредитных рейтингов долговых инструментов страны (в нашем случае России и США), присвоенных рейтинговыми агентствами Moody's Investors Service, S&P, и Fitch . Страновой риск России составляет 2,60% ¹⁰.

¹⁰ Существует методика определения странового риска «спредовым» методом, предложенным DeloitteandTouche RCS. Она заключается в предположении, что страновой риск отражает потерю в доходности или, наоборот, дополнительный доход, который инвестор потребует при переходе от вложений в российские компании в компании США (разница доходности государственных облигаций США и государственных облигаций РФ с одинаковыми сроками).

Для российского рынка ценных бумаг расчёт стоимости собственного капитала предлагается проводить по формулам (4) или (5), где: r – требуемая инвестором ставка доходности; r_0 – безрисковая ставка – ставка дохода по российским государственным облигациям ГКО (т. к. предполагается построение денежного потока в руб., то в качестве безрисковой ставки используется доходность облигаций России – 30. Их средневзвешенная доходность составляет 5,5%); β – коэффициент бета (принимается на основании данных американского рынка, по которому в настоящее время собрана достаточная для расчётов статистика)¹¹; r_m – общая доходность рынка (доходность по индексу РТС за соответствующий период).

Однако по российскому рынку достаточно сложно оценить общую доходность рынка ввиду небольшой длительности статистики, к тому же наполненной длительными кризисами. Так, например, в работе Рудыка Н.Б. предлагается рассчитывать среднерыночную доходность на основании динамики колебаний фондового индекса, отражающего доходность рынка, по формуле среднегеометрического:

$$r_m = \left(\frac{S_t^{1/t}}{S_0} \right) - 1, \quad (14)$$

где: S_t – фондовый индекс на дату оценки; S_0 – фондовый индекс на начало функционирования биржи; t – период времени с начала функционирования биржи до даты оценки¹².

Расчёт стоимости собственного капитала для некоторой российской компании представлен в таблице 4.

Отметим, что расчёт на основании индекса РТС возможен только для ограниченного числа периодов и в общем случае применяться не может, поскольку волатильность индекса значительна, а статистика наоборот, незначительна. Поэтому для получения реалистичных и сравнимых по времени оценок предлагается использовать расчётную процедуру на основе данных американского рынка.

Также отметим, что поскольку в расчётах по модели CAPM присутствует определенный субъективизм, значения оценок, предлагаемых разными экспертами, могут существенно отличаться. Тем не менее клас-

¹¹ Однако необходимо учитывать, что отраслевые зависимости для России несколько отличны.

¹² Индекс РТС на 01.09.1995г. составлял 100 пунктов, индекс РТС на дату оценки можно найти на сайте: <http://www.rts.ru/?tid=285>. Рассчитанная среднерыночная доходность по РТС в период с 01.09.1995г. до 31.12. 2013г. составляет 19,67%.

Расчёт стоимости собственного капитала российской компании

Показатель	%
Безрисковая ставка	5,50
Рыночная премия за риск акционерного капитала	19,67
Коэффициент бета	1,18
Стоимость собственного капитала в соответствии с моделью CAPM	28,71
Специфический риск компании	3,00
Премия за малую капитализацию	2,85
Полная стоимость собственного капитала	34,56

сическая модель CAPM позволяет корректно оценить риск конкретного актива, что и является основным её достоинством, обеспечивающим широкое практическое использование.

Переходя к оценке стоимости r_D заёмного финансирования, отметим, что наиболее распространёнными формами заёмного финансирования являются: кредиты банков, эмиссия облигаций компании, инвестиционный лизинг. Для компании со стабильным оборотом важнейшим источником заёмного финансирования оборотных активов является краткосрочный кредит.

Ценой источника заёмного финансирования является эффективная годовая процентная ставка, по которой предприятие привлекает средства из этого источника. Основным фактором, влияющим на цену заёмного финансирования, является величина премии кредитной организации, учитывающей специфический риск компании-заёмщика.

Для конкретного предприятия цена k_3 заёмных ресурсов зависит от: эффективной годовой процентной ставки по кредиту; затрат на получение заёмных средств и их обслуживание; условий налогообложения процентных платежей.

Если процентные выплаты по займу осуществляются из чистой прибыли, то цена заёмного капитала равна годовой процентной ставке с учётом затрат по оформлению и обслуживанию обязательства.

Если процентные выплаты по займу исключаются из налогооблагаемой прибыли, то цена заёмного капитала рассчитывается по формуле:

$$k_3 = r(1 - T_{ин}), \quad (15)$$

где: r – годовая процентная ставка по кредиту с учётом затрат по оформлению и обслуживанию; T_{nn} – ставка налога на прибыль.

Если процентные выплаты по долгу лишь частично включаются в затраты предприятия до налогообложения (российский вариант), то:

$$k_3 = r - r_d T_{nn}, \quad (16)$$

где r_d – размер льготной ставки для включения платежей в затраты, ($r_d < r$).

Понимая под структурой оборотного капитала предприятия сочетание источников собственного и заёмного капитала, используемых для финансирования оборотных активов, можно утверждать, что изменение структуры капитала означает изменение соотношения долей собственного и заёмного финансирования оборотных активов.

Приведённые выше характеристики и особенности ценообразования различных источников финансирования оборотных активов предприятия позволяют выявить и сгруппировать факторы, влияющие на выбор структуры оборотного капитала:

- (1) цена капитала данного источника;
- (2) величина «рычага капитала» (финансового левериджа), связанного с приростом доходности собственного капитала при использовании заёмного финансирования;
- (3) финансовая гибкость, характеризующая величину дополнительных издержек, связанных с необходимостью оперативного изменения структуры капитала;
- (4) финансовая устойчивость (характеристика достигнутого уровня платежеспособности).

Факторы (2) и (4) имеют противоположную направленность. Рост заёмных источников в структуре капитала повышает общий риск предприятия, поскольку предполагает обязательные процентные выплаты и погашение долга в оговоренные сроки. Обязательность расчётов по долговым обязательствам в сочетании с объективно присущей любому виду производственной деятельности неопределённостью доходов и затрат еще более усиливает эту неопределённость для акционеров и кредиторов.

С другой стороны, акционерам выгодно привлечение заёмного капитала, поскольку его цена, как правило, ниже цены собственного.

Эти рассуждения логически приводят к мысли о существовании оптимальной структуры оборотного капитала, обеспечивающей максимальную эффективность рыночной деятельности предприятия по критерию *EVA*.

Используемые источники

1. Бланк И. А. Управление активами и капиталом предприятия. — Киев: Изд-во Ника-Центр, 2003. — 448 с.
2. Брейли Р., Матерс С. Принципы корпоративных финансов / Пер. с англ. — М.: Олимп-Бизнес, 1997.
3. Булышева Т.С., Милорадов К.А., Халиков М.А. Моделирование рыночной стратегии предприятия. — М.: Экзамен, 2008. — 286 с.
4. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами. — М.: Финансы, статистика, 2003. — 800 с.
5. Гусев А. Проблемы управления структурой капитала предприятия // Экономика и управление. — М., 2000. — С. 78–84.
6. Модильяни Ф., Миллер М. Сколько стоит фирма. Теорема ММ. — М.: Изд-во «Дело», 2001. — 272 с.
7. Рудык Н. Б. Структура капитала корпораций. Теория и практика. — М.: Изд-во «Дело», 2004. — 272 с.
8. Тренев Н. Н. Управление финансами: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 496 с.
9. Халиков М. А. Моделирование производственной и инвестиционной стратегии машиностроительного предприятия. — М.: Изд-во ООО «Фарма Благовест–В», 2003. — 304 с.

Безухов Д. А.

*специалист отдела бюджетирования и контроллинга,
ЗАО «РТДС Центр»
e-mail: bezukhov_da@mail.ru*

Максимов Д. А.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Математические методы в экономике»,
РЭУ им. Г. В. Плеханова
e-mail: maksimovdenis@mail.ru*

Сценарий и стратегия в задачах параметрического моделирования рыночной деятельности предприятия

Рассматривается подход к параметрическому учету в моделях предприятия факторов внешней среды, характеризующихся высокой динамикой (в частности, факторы «цена» и «спрос»), основанный на генерации возможных сценариев изменения этих параметров, реализуемой с использованием инструментария нечеткого программирования.

Ключевые слова: *сценарный подход, модели предприятия, нечеткое моделирование, лингвистические переменные спроса и цены, функция принадлежности нечеткого множества.*

Bezukhov D. A.

Budgeting and control expert, CJSC «RTDS Centr»

Maksimov D. A.

*PhD (Economics), associate professor, associate professor
of the mathematical methods in economics department, Plekhanov's REU*

Script and strategy in parametric modeling in market activity of the enterprise problems

Approach to parametric accountability of external environment factors which are characterized by high dynamics (in particular «price» and «demand» factors) in enterprise models that founded on generation probable scripts of changing this parameters which realized with using methods of fuzzy programming is studied.

Keywords: *script approach, enterprise models, fuzzy programming, linguistic variables of price and demand, membership function of a fuzzy set.*

Сложившаяся к настоящему времени методология математического моделирования предприятий корпоративного сектора экономики основывается на использовании сценарного подхода к учету влияния на производственную и финансовую сферы их деятельности

неуправляемых параметров внешней среды. Прямой учет изменений параметров внешней среды на принимаемые менеджментом решения затруднен по причине отсутствия четких методов формализации в моделях предприятия рыночной информации.

Указанное предполагает использование при выборе производственной стратегии предварительно составленного сценария, отражающего динамику внешнего окружения предприятия. Под сценарием будем понимать один из вариантов рыночной ситуации, задаваемый вектором \vec{w} экзогенных переменных: величины рыночных цен (p) и спроса (D) на продукцию; размер процентной ставки (ω) по внешним заимствованиям и объем (K) привлекаемых краткосрочных заемных средств; объем резервируемого против риска капитала (R), предназначенного для покрытия ущербов от реализации внутренних рисков. Значения последних трех компонент характеризуют рынок заемного финансирования (переменные ω и K) и организационно-технические условия производства (переменная R).

Для учета влияния компонент p и D на зависимость «цена-спрос» предлагается использовать методы нечеткой математики, что продиктовано следующими обстоятельствами:

- трудоемкость определения трендов цен и спроса в условиях непостоянства и неопределенности рынков ограничивает потенциал стохастических методов анализа;
- наличие динамизма и цикличности статистических рядов исследуемых переменных предполагает выполнение громоздких математических выкладок в рамках традиционных методов гармонического анализа.

Напротив, нечеткий подход не предъявляет жестких требований к точности используемых рядов значений рыночных цен и спроса, поскольку оперирует их лингвистическими конструкциями, ориентированными на профессионализм ЛПР.

Рассмотрим возможный подход к нечеткому моделированию зависимости «цена-спрос».

Напомним, что в теории нечетких множеств используемое в прикладных исследованиях объектов социально-экономической природы преимущественно количественное задание переменных заменяется лингвистическим представлением (использующим слова и словосочетания естественного или искусственного языка ¹).

¹ Лингвистическая переменная описывается набором $\langle \chi, T(\chi), U, G, M \rangle$, в котором χ – название лингвистической переменной; $T(\chi)$ – терм-множество, т.е. множество названий ее лингвистических

С понятием лингвистической переменной связано понятие нечеткого множества. Нечетким множеством U непустого универсального множества U называется множество пар $\{\langle u, \mu_A(u) \rangle | u \in U\}$, где $\mu_A(u): U \rightarrow [0; 1]$ – функция принадлежности² нечеткого множества A .

Переменные цены и спроса будем относить к лингвистическим и обозначать соответственно как «Цена» и «Спрос» (в отличие от количественных переменных p и D могут принимать значения «малый», «средний», «высокий», «пессимистичный», «объективный», «оптимистичный», «недопустимый», «приемлемый», «благоприятный» и т.п.).

Необходимым условием нечеткого моделирования зависимости «цена-спрос» является наличие у исследователя для каждого индекса $j = \overline{1, J}$ продукции набора $\{(p_j^{(m)}; D_j^{(m)}) | m = \overline{1, M}\}$ обучающих пар, где m – номер пары, M – общее количество обучающих пар, p_j ($j = \overline{1, J}$) – переменная рыночной цены (усл. д. ед.)³.

Идея нечеткого подхода к моделированию изучаемой зависимости заключается в построении набора нечетких логических правил вида «IF ... THEN», (посылка («IF») и следствие («THEN»)), с использованием предварительно сформированного списка $\{(p_j^{(m)}; D_j^{(m)}) | m = \overline{1, M}\}$ ($j = \overline{1, J}$) пар известных значений «цена-спрос» для последующего конструирования на его основе модуля нечеткого управления.

Конструируемый модуль нечеткого управления для каждого индекса $j = \overline{1, J}$ выполняет процедуру генерации значений переменной спроса D_j для планируемых значениях переменной цены p_j .

Предположим, что ЛПР располагает репрезентативным списком обучающих пар $\{(p_j^{(m)}; D_j^{(m)}) | m = \overline{1, M}\}$ ($j = \overline{1, J}$), что позволяет определить возможные интервалы изменения значений лингвистических пе-

значений; U – универсальное множество; G – синтаксическое правило, порождающее термы множества $T(X)$; M – семантическое правило, которое каждому лингвистическому значению X ставит в соответствие его смысл $M(X)$, причем $M(X)$ обозначает нечеткое подмножество множества U .

² Функцией принадлежности $\mu_A(u): U \rightarrow [0; 1]$ нечеткого множества A называется функция $\mu_A(u)$, определенная на универсальном множестве U , которая каждому элементу u ставит в соответствие число $\mu_A(u)$ из отрезка $[0; 1]$, характеризующее степень принадлежности элемента $u \in U$ нечеткому множеству A .

³ Предполагается, что рыночная цена на продукцию является характеристикой, устанавливаемой ЛПР в рамках выбираемого сценария \mathcal{C} , а величина рыночного спроса, напротив, – определяемой в зависимости от предварительно назначенной цены.

ременных «Цена_{*j*}» ($j = \overline{1, J}$) и «Спрос_{*j*}» ($j = \overline{1, J}$): $[p_j^{\min}; p_j^{\max}] (j = \overline{1, J})$ и $[D_j^{\min}; D_j^{\max}] (j = \overline{1, J})$ ⁴. Последние интерпретируются как универсальные множества, т.е. $U_j^{(p)} = [p_j^{\min}; p_j^{\max}]$ и $U_j^{(D)} = [D_j^{\min}; D_j^{\max}] (j = \overline{1, J})$.

Согласно определению лингвистической переменной $T(\text{«Цена»}) = \{A_{j_1}^{(p)}, \dots, A_{j_n}^{(p)}, \dots, A_{j_N}^{(p)}\}$ и $T(\text{«Спрос»}) = \{A_{j_1}^{(D)}, \dots, A_{j_n}^{(D)}, \dots, A_{j_N}^{(D)}\} (j = \overline{1, J})$ – множества смысловых единиц (названий) лингвистических значений переменных «Цена_{*j*}» ($j = \overline{1, J}$) и «Спрос_{*j*}» ($j = \overline{1, J}$). Лингвистическая переменная «Цена_{*j*}» принимает значения $A_{j_1}^{(p)}, \dots, A_{j_n}^{(p)}, \dots, A_{j_N}^{(p)}$ описываемые словами и словосочетаниями принятого языка, как-то: «малая» $\left(A_{j_1}^{(p)} \right), \dots$, «средняя» $\left(A_{j_n}^{(p)} \right), \dots$, «большая» $\left(A_{j_N}^{(p)} \right)$.

Исходя из статистических данных и собственного опыта ЛПР, каждое универсальное множество $U_j^{(p)}$ и $U_j^{(D)} (j = \overline{1, J})$ предлагается разбить на конечное число отрезков (соседние отрезки могут пересекаться), на каждом из которых по значениям выбираемых ЛПР реперных точек⁵ требуется определить желаемую функцию принадлежности μ^6 так, как это показано на рис. 1.

Рассмотрим алгоритм восстановления аналитической зависимости в паре «цена-спрос» для *j*-го продукта.

На первом шагеиспользуется процедурагенерации совокупности нечетких логических правил вида «IF ... THEN», составляющих основу модуля нечеткого управления.

⁴ Нижние границы для всех интервалов можно положить, равными нулю, поскольку цена и спрос – величины неотрицательные. Соответственно верхние границы интервалов изменения значений лингвистических переменных могут быть определены либо из рыночной практики предприятия, либо по максимальным значениям вход-выходных переменных из обучающего множества данных. В крайнем случае, верхние границы интервалов могут быть установлены экспертно.

Например, для одного предприятия множество возможных значений лингвистической переменной «Цена» может быть описано отрезком [0; 100] (усл. д. ед.), а «Спрос» – [0; 3000] (усл. ед.). Для другого предприятия, напротив, множество возможных значений лингвистической переменной «Цена» может, например, описываться отрезком [0; 10] (усл. д. ед.), а «Спрос» – [0; 25 000] (усл. ед.).

⁵ Под реперными понимаются узловые точки, на основе значений которых строится функция принадлежности нечеткого множества. На практике в качестве реперных точек выбирают границы предполагаемого интервала, на котором определяется функция принадлежности.

⁶ На практике форму задания функции принадлежности нечеткого множества, как правило, рекомендуется выбирать из множества ее стандартных классов (например, $\gamma, \iota, \text{I. т. п.}$), что, однако, не является основанием отказа от ее поточечного построения на основе экспертных оценок (например, по результатам опроса).

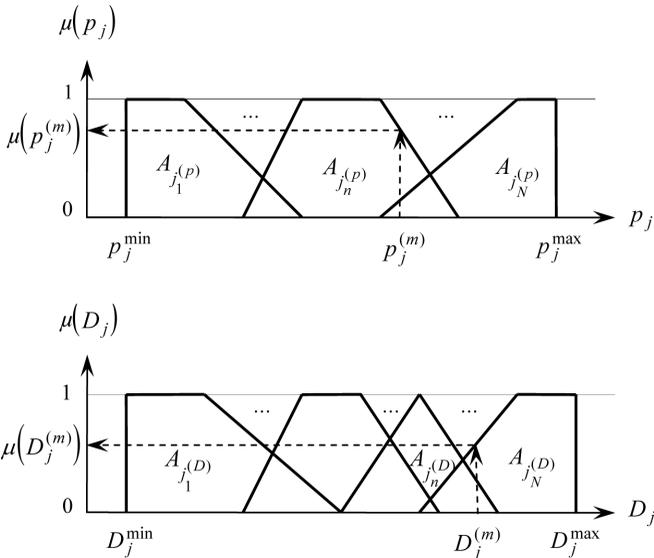


Рис. 1. Пример определения функции принадлежности и формирования нечеткого правила

Для каждой обучающей пары $\left\{ \left(p_j^{(m)} ; D_j^{(m)} \right) \mid m = \overline{1, M} \right\}$ выполняется процедура фаззификации: определяется степень ее принадлежности одному из совокупности нечетких множеств. $\left\{ \left(p_j^{(m)} ; D_j^{(m)} \right) \mid m = \overline{1, M} \right\}$ принадлежат тем нечетким множествам, степень принадлежности к которым у них оказывается наибольшей ⁷. Для пары $\left\{ \left(p_j^{(m)} ; D_j^{(m)} \right) \right\}$ сформируем следующее нечеткое правило $R^{(m)}$:

$$R^{(m)} : IF \left(p_j^{(m)} \in A_{j_n}^{(p)} \right) THEN \left(D_j^{(m)} \in A_{j_n}^{(D)} \right). \quad (1)$$

Продолжая выполнение операции фаззификации для всех M пар обучающих данных, получим M нечетких правил $R^{(m)} (m = \overline{1, M})$, часть

⁷ Например, пара $p_j^{(m)} = 50, D_j^{(m)} = 1000$ принадлежат универсальным множествам $U_j^{(p)} = [0; 75]$ и $U_j^{(D)} = [0; 1300]$. Согласно рис. 1, $p_j^{(m)} \in A_{j_n}^{(p)}$, так как степень принадлежности $\mu(p_j^{(m)})$ цены $p_j^{(m)}$

множеству $A_{j_n}^{(p)}$ больше, чем множеству $A_{j_N}^{(p)}$, и равна 0,8, т.е. $\mu_{A_{j_n}^{(p)}}(p_j^{(m)}) = 0,8$. Аналогично,

$D_j^{(m)} \in A_{j_N}^{(D)}$ и $\mu_{A_{j_N}^{(D)}}(D_j^{(m)}) = 0,6$.

из которых, однако, окажется противоречивыми. Нечеткие правила $R^{(l)}(l = \overline{1, L})$ противоречивы, если при одних и тех же посылках они реализуют разные выводы ⁸.

Из группы противоречивых нечетких правил $R^{(l)}(l = \overline{1, L})$ следует выбрать одно: $\hat{R}^{(l)}$. Выбор правила $\hat{R}^{(l)}$ осуществляется по наибольшему расчетному значению показателя $SP(R^{(l)})$ степени истинности по всем индексам $l = \overline{1, L}$ как произведения значений функций принадлежности для соответствующей пары данных $(p_j^{(l)}; D_j^{(l)})$. Так, например, степень истинности нечеткого правила (1) может быть определена следующим образом:

$$SP(R^{(m)}) = \mu_{A_{j_n(p)}}(p_j^{(m)}) \cdot \mu_{A_{j_n(D)}}(D_j^{(m)})^9. \quad (2)$$

В результате проведения операции редуцирования получим $K \leq M$ непротиворечивых нечетких правил.

После того, как база непротиворечивых нечетких правил $R^{(k)}(k = \overline{1, K})$ построена, следует выполнить операцию дефаззификации – отображения нечетких выходных значений спроса с функциями принадлежности $\mu(D_j^{(k)})$ нечетких множеств $A_{j_1(D)}, \dots, A_{j_n(D)}, \dots, A_{j_N(D)}$ в четкое значение \tilde{D}_j рыночного спроса.

В качестве операции приведения к четкому значению можно использовать метод дефаззификации по среднему центру ¹⁰:

$$\tilde{D}_j = \frac{\sum_{k=1}^K \alpha_j^{(k)} \cdot \text{Спрос}_j^{(k)}}{\sum_{k=1}^K \alpha_j^{(k)}}, \quad (3)$$

где: \tilde{D}_j – искомое значение спроса на продукцию j -го наименования (усл. ед.);

⁸ Например, правила $R^{(1)} : IF (p_j^{(1)} \in A_{j_n(p)}) THEN (D_j^{(1)} \in A_{j_n(D)})$ и $R^{(2)} : IF (p_j^{(2)} \in A_{j_n(p)}) THEN (D_j^{(2)} \in A_{j_n(D)})$ являются противоречивыми, поскольку они имеют одинаковую посылку $p_j \in A_{j_n(p)}$, в то же время реализуют разные выводы: $D_j \in A_{j_n(D)}$ и $D_j \in A_{j_n(D)}$.

⁹ Полагая, что $\mu_{A_{j_n(p)}}(p_j^{(m)}) = 0,8$ и $\mu_{A_{j_n(D)}}(D_j^{(m)}) = 0,6$, $SP(R^{(m)}) = 0,48$.

¹⁰ В качестве альтернативных выбранному методу получения четкого значения выходного сигнала блока нечеткого управления на практике могут быть также использованы алгоритмы нечеткого вывода Мамдани и Ларсена, предполагающие формирование последнего на основе операции агрегирования нечетких выходных сигналов по всему набору логических правил.

$$\alpha_j^{(k)} = \mu_{A_{j(p)}^{(k)}}(\tilde{p}_j)(k = \overline{1, K}) - \quad (4)$$

степень активности нечеткого правила $R^{(k)}(k = \overline{1, K})$ ¹¹; \tilde{p}_j – назначаемое значение цены продукции j -го наименования (усл. д. ед.), подаваемое на вход непротиворечивого правила $R^{(k)}(k = \overline{1, K})$; Спрос $_j^{(k)}(k = \overline{1, K})$ – четкое значение рыночного спроса (усл. ед.) на продукцию j -го наименования, формируемое по правилу $R^{(k)}(k = \overline{1, K})$; $A_{j(p)}^{(k)}$ – лингвистическое значение переменной «Цена», указанное в k -м нечетком правиле $R^{(k)}(k = \overline{1, K})$; $\mu_{A_{j(p)}^{(k)}}(\tilde{p}_j)(k = \overline{1, K})$ – значение функции принадлежности нечеткого множества $A_{j(p)}^{(k)}$ в точке \tilde{p}_j .

Четкие значения рыночного спроса Спрос $_j^{(k)}(k = \overline{1, K})$, формируемые по правилам $R^{(k)}(k = \overline{1, K})$, определяются функциями принадлежности нечетких множеств $A_{j(D)}^{(k)}$ (рис. 2), где $A_{j(D)}^{(k)}$ – лингвистическое значение переменной «Спрос $_j$ », формируемое по правилу $R^{(k)}(k = \overline{1, K})$.

Для монотонных функций принадлежности $\mu(D_j^{(k)})$ классов γ и L:

$$\mu(D_j^{(k)}) = \begin{cases} 0, D_j^{(k)} \leq a_j^{(k)}; \\ \frac{D_j^{(k)} - a_j^{(k)}}{b_j^{(k)} - a_j^{(k)}}, a_j^{(k)} \leq D_j^{(k)} \leq b_j^{(k)}; \\ 1, b_j^{(k)} \leq D_j^{(k)} \leq c_j^{(k)} \end{cases} \quad (5)$$

- для функции принадлежности класса γ (рис. 2(б)),

$$\mu(D_j^{(k)}) = \begin{cases} 0, D_j^{(k)} \geq c_j^{(k)}; \\ \frac{c_j^{(k)} - D_j^{(k)}}{c_j^{(k)} - b_j^{(k)}}, b_j^{(k)} \leq D_j^{(k)} \leq c_j^{(k)}; \\ 1, a_j^{(k)} \leq D_j^{(k)} \leq b_j^{(k)} \end{cases} \quad (6)$$

¹¹ Например, степень активности $\alpha_j^{(k)}$ построенного логического правила $R^{(k)}: IF(p_j^{(k)} \in A_{j(p)}^{(k)}) THEN(D_j^{(k)} \in A_{j(D)}^{(k)})$ при условии, что планируемая ЛПР в рамках сценария ϖ рыночная цена \tilde{p}_j должна составить 10 (усл. д. ед.), равна 0, поскольку $\mu_{A_{j(p)}^{(k)}}(10) = 0$.

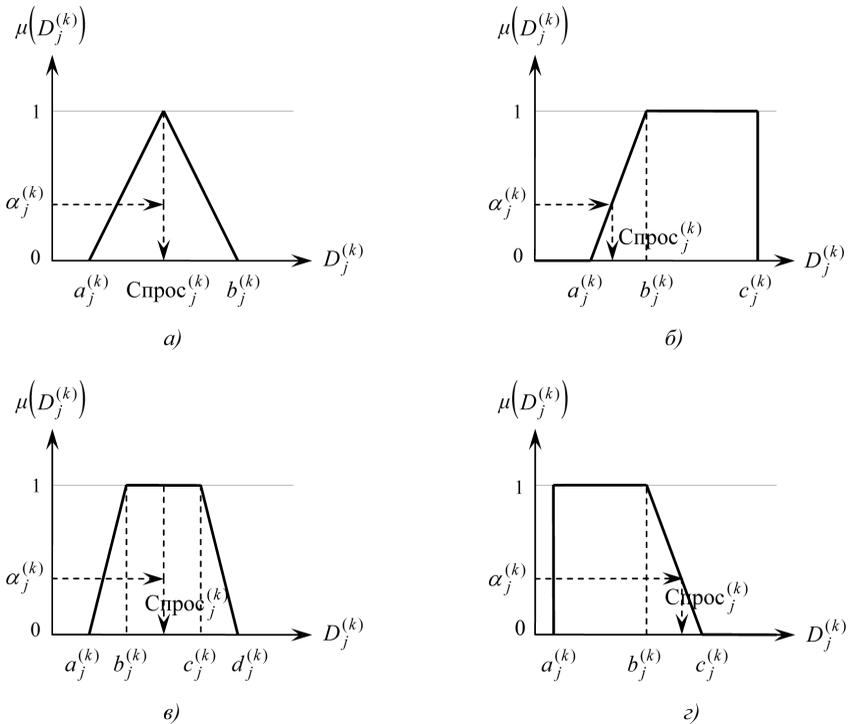


Рис. 2. Классы функций принадлежности и операция дефаззификации по методу средних центров

Четкое значение выходного сигнала $\text{Спрос}_j^{(k)}$ по правилу $R^{(k)} (k = \overline{1, K})$ находится как решение уравнения:

$$\alpha_j^{(k)} = \mu(\text{Спрос}_j^{(k)}), \quad (7)$$

$$\text{Спрос}_j^{(k)} = \mu^{-1}(\alpha_j^{(k)}). \quad (8)$$

В случае, если $\alpha_j^{(k)} = 1$ для нечеткого правила $R^{(k)}$, то для функции принадлежности класса γ следует положить

$$\text{Спрос}_j^{(k)} = \frac{b_j^{(k)} + c_j^{(k)}}{2}, \quad (9)$$

где $b_j^{(k)}$ и $c_j^{(k)}$ – реперные точки рыночного спроса D_j .

Для функции принадлежности класса L:

$$\text{Спрос}_j^{(k)} = \frac{a_j^{(k)} + b_j^{(k)}}{2}, \quad (10)$$

где $b_j^{(k)}$ и $c_j^{(k)}$ – реперные точки рыночного спроса D_j .

Для треугольной и трапециевидной функций принадлежности (рис. 2(а) и (в)) четкое значение переменной $\text{Спрос}_j^{(k)}$ определяется проекцией соответственно вершины треугольника и середины верхнего основания трапеции на ось абсцисс.

Если $\alpha_j^{(k)} = 0$, то для случаев треугольной, класса γ и трапециевидной функций принадлежности (рис. 2(а) – (в)) рекомендуется полагать:

$$\text{Спрос}_j^{(k)} = \alpha_j^{(k)}, \quad (11)$$

а для функции принадлежности класса L (рис. 2(г)) –

$$\text{Спрос}_j^{(k)} = c_j^{(k)}. \quad (12)$$

Согласно правилу (3), взвешенная с помощью значений степеней $\alpha_j^{(k)}$ активности нечетких правил $R^{(k)} (k = \overline{1, K})$ сумма переменных $\text{Спрос}_j^{(k)}$ генерирует результирующее четкое значение \tilde{D}_j рыночного спроса на продукцию j -го наименования, соответствующее планируемому значению \tilde{p}_j цены реализации.

Таким образом, в соответствии с процедурой нечеткого моделирования зависимости пары «цена-спрос» ЛПП решает задачи: формирование обучающего набора данных, определение универсальных и терм-множеств с заданными функциями принадлежности, формирование базы непротиворечивых нечетких правил, определение четкого значения рыночного спроса, соответствующего планируемому значению цены.

Понятие «производственная стратегия предприятия» включает описание упорядоченного по этапам принятия управленческих решений набора параметров, содержащего целостную характеристику планируемой производственной программы и условий ее реализации¹².

Формирование производственной стратегии осуществляется на двух уровнях. На первом определяется группа параметров нерелятивной (директивно задаваемой ЛПП) составляющей, на основе которых в процессе решения задачи математического моделирования деятельности предприятия с учетом выбранного сценария определяется релятивная составляющая.

¹² Содержание стратегии в полной мере раскрывает парадигму принятого ЛПП решения: «Что производить?», «Какими ресурсами обеспечить производство?».

Нерелятивная составляющая включает набор значений управляемых переменных, характеризующих элементный состав и структуру основного и оборотного капитала, состояние производственно-технологического и финансово-ресурсного потенциала предприятия: объем и структура имущественного капитала, включенного в основную производственную деятельность; номенклатура производимой продукции; объемы оборотного (OC) и собственного оборотного (COK) капиталов, авансированные в покрытие затрат производственной деятельности; пороговые значения коэффициентов автономии (K_A) и возврата на собственный капитал (ROE).

Параметры нерелятивной составляющей стратегии формируются на основанном рассматриваемом сценарии, опыте и склонности ЛПП к риску.

Особого внимания заслуживает процедура установления ЛПП скорректированных с учетом сценария и известных значений процентной ставки ω и объема K заемных средств барьерных оценок показателей \hat{K}_A и \hat{ROE}_A ¹³:

$$\hat{K}_A = \left[\theta_{K_A}^{(-)} \cdot K_A^*; K_A^* \right]; \quad (13)$$

$$\hat{ROE}_A = \left[ROE^*; \theta_{ROE}^{(+)} \cdot ROE^* \right], \quad (14)$$

где: \hat{K}_A – пороговое значение коэффициента автономии; \hat{ROE}_A – пороговое значение коэффициента рентабельности собственного капитала; $\theta_{K_A}^{(-)}$ – понижающий коэффициент барьерной оценки K_A^* ; $\theta_{ROE}^{(+)}$ – повышающий коэффициент барьерной оценки ROE^* .

Для уточнения барьерных оценок рассматриваемых показателей предлагается использовать двухшаговую процедуру экспертного оценивания, в основу которой положены методы Дельфи и определения приоритетов исследуемых альтернатив Т. Саати.

На первом шаге на основе метода Дельфи определяются множества предварительных значений расширяющих коэффициентов $\theta_{K_A}^{(-)}$ и $\theta_{ROE}^{(+)}$, в отношении которых по результатам проведенных двух-трех туров согласований эксперты пришли к единому мнению относительно их возможных значений¹⁴.

¹³ Определение уточняющих диапазонов для барьерных значений коэффициентов K_A и ROE позволяет расширить поле альтернатив формируемой производственной стратегии с учетом рисков рыночной деятельности.

¹⁴ В качестве экспертов могут выступать либо лица, ответственные за принимаемые управленческие решения.

Для дальнейшего анализа число предварительно установленных значений расширяющих коэффициентов не должно быть меньше трех и превышать семи ¹⁵.

Описание второго шага процедуры приведем на примере одного из расширяющих коэффициентов.

Пусть θ_i ($i = \overline{1, I}$) (I – целое и принадлежит отрезку $[3; 7]$) – предварительные значения расширяющего коэффициента, полученные на первом шаге. Рассматривая этот набор как возможные альтернативы, изложим концепцию выбора одной альтернативы на основе предложенного Саати Т. метода определения приоритетов исследуемых альтернатив.

Идея метода состоит в построении квадратной матрицы A попарных сравнений исследуемых коэффициентов-альтернатив θ_i ($i = \overline{1, I}$), являющейся положительной и обратно симметричной порядка I , элементами $a_{ij} > 0$ которой являются назначаемые экспертами оценки ¹⁶, связанные соотношениями $a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}}$, $a_{ii} = 1$ ($i, j = \overline{1, I}$).

Для матрицы A решается задача поиска собственного значения:

$$(A - \lambda E)\bar{w} = 0, \quad (15)$$

¹⁵ Ограничивая минимальное число анализируемых значений коэффициентов тремя, исследователь исключает из рассмотрения экономически несодержательные решения, а именно: если число анализируемых значений коэффициентов положить равным двум, то построенная для них матрица попарных сравнений всегда будет согласованной, т.е. любой соответствующий ей вектор приоритетов сравниваемых коэффициентов является допустимым. Последнее непосредственно указывает на бессмысленность полученных приоритетов, по значениям которых осуществляется выбор расширяющего коэффициента.

Таким образом, случаи одного и двух согласованных экспертами в рамках метода Дельфи предварительных значений расширяющих коэффициентов ввиду их неоднозначности рекомендуется не рассматривать.

Верхний предел числа рассматриваемых значений коэффициентов, принятый равным семи, устанавливается исходя из соображений согласованности матрицы попарных сравнений.

¹⁶ Экспертными оценками a_{ij} являются целые числа от 1 до 9, которые показывают степень предпочтения i -го значения расширяющего коэффициента по отношению к j -му.

Например, запись $a_{ij} = 9$ означает абсолютную предпочтительность i -го коэффициента по отношению к j -му. Тогда запись $a_{ji} = \frac{1}{a_{ij}} = \frac{1}{9}$ выражает обратную зависимость предпочтительности j -го значения коэффициента по отношению к i -му. Наконец, запись $a_{ij} = 1$ свидетельствует об одинаковой значимости сравниваемых коэффициентов. Последняя всегда справедлива для всех диагональных элементов a_{ii} матрицы A , соответствующих паре одинаковых коэффициентов i .

где: E – квадратная единичная матрица порядка I ; λ – собственное значение матрицы A ; $\bar{\omega}$ – собственный вектор (вектор приоритетов) матрицы A .

Определяем максимальное собственное значение λ_{\max} матрицы A и соответствующий ему собственный вектор $\bar{\omega}$, который затем подвергается операции нормирования:

$$\omega'_i = \frac{\omega_i}{\sum_{i=1}^I \omega_i} \quad (i = \overline{1, I}), \quad (16)$$

где: ω'_i ($i = \overline{1, I}$) – нормированное значение i -й компоненты собственного вектора матрицы A .

В случае, если матрица A в соответствии с собственным значением λ_{\max} является согласованной¹⁷, то соответствующая ему максимальная компонента нормированного собственного вектора $\bar{\omega}'$ определяет значение расширяющего коэффициента θ :

$$\hat{\omega}'_i = \max_{1 \leq i \leq I} \{\omega'_i\}, \quad \theta = \hat{\omega}'_i. \quad (17)$$

Полученные по правилу (17) значения понижающего $\theta_{KA}^{(-)}$ и повышающего $\theta_{ROE}^{(+)}$ коэффициентов позволяют по формулам (13) и (14) определить допустимые диапазоны значений показателей KA и ROE .

Сформированная ЛПР группа параметров нерелятивной составляющей производственной стратегии является информационной базой модели формирования оптимальных вариантов производственной программы и производственного капитала предприятия.

Рассматриваемый выше подход к формированию производственной стратегии основан на параметрическом учете в модели предприятия факторов неопределенности внешней среды и инициируемых ими рисков производственной и финансовой сфер.

Используемые источники

1. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений: Пер. с англ. Н.И. Ринго / Под ред. Н.Н. Моисеева, С.А. Орловского. – М.: Издательство «Мир», 1976.
2. Замков О.О., Толстопятенко А.В., Черемных Ю.Н. Математические методы в экономике: Учебник. 2-е изд. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, Издательство «Дело и Сервис», 1999.

¹⁷ Если матрица A не является согласованной, то от экспертов потребуется пересмотреть их суждения a_{ij} , после чего процедура поиска нормированного собственного вектора $\bar{\omega}'$ повторится.

3. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий // Пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе. – М.: Радио и связь, 1993.
4. Ступаков В.С., Токаренко Г.С. Риск-менеджмент: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005.
5. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Под ред. проф. Е.И. Шохина. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002.
6. Халиков М.А. Моделирование производственной и инвестиционной стратегий машиностроительного предприятия. – М.: Изд-во ООО «Фарма Благовест–В», 2003.
7. Яхьяева Г.Э. Нечеткие множества и нейронные сети: Учеб. пособие. – М.: Интернет-Университет Информационных Технологий; БИНОМ. Лаборатория знаний, 2006.

Большакова Л. Г.

*кандидат педагогических наук, старший преподаватель,
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Казань
e-mail: lyudmila.bolshak@mail.ru*

Ханнанов М. М.

*кандидат экономических наук, старший преподаватель,
КГАУ, г. Казань
e-mail: marchan1@mail.ru*

Основные аспекты будущего коммерческого начинания

В статье исследуется планирование — одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством и инструмент стратегического планирования — бизнес-план. Возможность управлять бизнесом, осуществлять руководство для исполнения и контроля с помощью бизнес плана. Чаще всего, целью человека, составляющего бизнес-план, является привлечение инвесторов, кредиторов, финансистов. Если все составлено правильно, точно, подробно и, разумеется, имеется хорошая идея для бизнеса, то есть все шансы заполучить желаемые денежные средства. Исследуются характеристики инвестиционного проекта, проблемы написания инвестиционного плана. Раскрывается вопрос — что такое инвестиционный бизнес-план или проект, показывающий инвестиционную инициативу хозяйствующего субъекта. Исследуется вопрос рисков проекта, основных причины возникновения рисков, и предлагаются способы минимизации рисков. Путем к успеху в бизнесе является способность воспользоваться благоприятной ситуацией. Бизнес-план предоставляет такую возможность.

Ключевые слова: *планирование — одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством; инструмент стратегического планирования — бизнес-план; управление бизнесом; руководство, исполнения и контроль с помощью бизнес плана; привлечение инвесторов, кредиторов, финансистов; хорошие идеи для бизнеса; характеристики инвестиционного проекта; проблемы написания инвестиционного плана; инвестиционный бизнес-план; риски проекта; основных причины возникновения рисков; способы минимизации рисков; успех в бизнесе.*

Bolshakova L. G.

PhD, Senior Lecturer, REU named Plekhanov, Kazan

Khannanov M. M.

PhD, Senior Lecturer, KGAU, Kazan

The main aspects of the future commercial undertakings

This article explores planning — one of the most important prerequisites for optimum production management and strategic planning tool — business plan. Ability to manage a business, provide guidance for the execution and monitoring by the business plan. Most often, the goal of man, constituting a business plan is to attract investors, lenders, financiers. If all are correct, accurate, detailed and, of course, there is a good idea for a business, then there is every chance to get your money. We study the characteristics of the investment project,

the problem of writing an investment plan. Discloses a question — what is the investment business plan or project, showing the investment initiative business entity. We investigate the problem of project risks, the main causes of risks and suggests ways to minimize the risks. Way to business success is the ability to take advantage of the favorable situation. The business plan provides such an opportunity.

Keywords: *planning — one of the most important prerequisites for optimal production control; strategic planning tool — a business plan; business management; management, execution and control through a business plan; attracting investors, creditors, financiers; good ideas for business; characteristics of the investment project; problems writing the investment plan; investment business plan; project risks; major causes of risks; ways to minimize risks; success in business.*

Бизнес-план — краткое, срочное, ясное описание деятельности фирмы, инструмент планирования, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. С помощью этого документа мы можем управлять бизнесом, осуществлять руководство для исполнения и контроля. Бизнес-план можно отнести к инструментам стратегического планирования ¹.

Планирование — это одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством. Эта функция управления необходима организации для правильного выбора направления, предвидения ситуаций будущего и развития. Разрабатываются программы и действия, которые могут претерпевать изменения в процессе реализации. В этом нет ничего странного и удивительного, ведь окружающая среда и среда организации по своей природе динамичны. Здесь главную роль играют гибкость организации и возможность быстро реагировать на меняющиеся условия ².

Успех бизнеса складывается из множества составляющих. Но одним из наиболее важных моментов является финансирование. Чаще всего, целью человека, составляющего бизнес-план, является привлечение инвесторов, кредиторов, финансистов. Если все составлено правильно, точно, подробно и, разумеется, имеется хорошая идея для бизнеса, то есть все шансы заполучить желаемые денежные средства ³.

На данный момент существуют проблемы написания инвестиционного плана: многие пишут бизнес-план от предпринимателя предпринимателю. И это не плохо, но если есть цель получения дополнительных

¹ Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2013. — 296 с.

² Попов В.Н. Бизнес-планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов. — М.: Финансы и статистика, 2009. — 246 с.

³ Баринев, В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. — 3-е изд. — М.: ФОРУМ, 2009. — 256 с.

денежных средств, то стоит задуматься над разделами и содержанием документа. Нужно писать бизнес-план с точки зрения инвестора и для инвестора. Возможно, инвестор просидит над вашей нелегкой, трудоемкой работой минут пять. Несправедливо? Возможно. Но опытный инвестор, знающий свое дело, бегло прочтет план и если его что-либо заинтересует, он ознакомится с документом подробнее.

Инвестиционный бизнес-план или проект показывают инвестиционную инициативу хозяйствующего субъекта, предусматривающее вложение капитала для реализации поставленных целей и получения желаемого результата ⁴.

Существуют определенные характеристики инвестиционного проекта:

1. Форма проявления инвестиционной инициативы. Как уже указывалось выше, проект это документально оформленное проявление инвестиционной инициативы хозяйствующего субъекта.

2. Вложенный капитал. Любой план может быть реализован только при вложении в него определенных средств. Могут привлекаться различные формы капитала — материальные, нематериальные, финансовые и т.п.

3. Направленность на реализацию целей. Все достигнутые результаты выражаются в определенных показателях, что дает реальную оценку эффективности действия и плана.

4. Направленность на достижение инвестиционных целей. Достижение целей, полагаясь на инвестиционную политику предприятия.

5. Определение временных рамок реализации. Устанавливаются сроки (проектный период) реализации планов ⁵.

Инвестиционный бизнес-план определяет количество требуемых инвестиций, показывает сильные и слабые стороны предприятия. Учитываются все аспекты: конкуренты, рынок, товар (услуга), производимый фирмой и т.д. Все это сводится к тому, что мы имеем ясное и четкое представление будущего положения организации, можем прогнозировать дальнейшие действия.

Если же это бизнес-план несуществующего предприятия, то с помощью плана можно определить стратегию, исходя из маркетинговой ситуации на рынке ⁶.

⁴ Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 488 с.

⁵ Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации. — М.: Книга сервис, 2012. — 346 с.

⁶ Бизнес-планирование: Учебник для вузов / Под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 816 с.

Грамотно составленный инвестиционный бизнес-план — это прекрасная «наживка» для будущего инвестора. Важно помнить одно правило, что информация — это главное оружие разработчика инвестиционного проекта бизнес-плана и руководителя-заказчика.

При составлении бизнес-плана так же нужно учитывать риски реализации проекта. Риск проекта — это совокупность возможных обстоятельств, которые могут стать помехой либо причиной неосуществимости планов.

Основные причины возникновения риска:

- составитель плана может владеть не всем перечнем необходимой информации;
- многие события происходят независимо от нас, по случайности, чего невозможно предвидеть;
- противодействие внутренней и внешней среды могут негативно повлиять на процесс реализации плана.

Можно так же идентифицировать риски с помощью:

- провести проверку по типовым рискам;
- воспользоваться SWOT-анализом;
- осуществить анализ неопределенностей и предположений по проекту.

Существуют способы минимизации рисков:

- перенос существующих отношений в другую судебную систему;
- применение современных систем отчетности, аудита;
- включение в котировальный лист, сотрудничество с независимым регистратором;
- соблюдение кодекса корпоративного управления.

Бизнес-план составляется для того, чтобы выразить свое видение будущего состояния организации, а регулярная оценка реализации проекта приведет к растущей прибыли и сокращению рисков ⁷.

Для успешного осуществления проекта необходимо не только «заполучить» деньги инвестора, но и набрать себе команду специалистов, которые пойдут за лидером в светлое будущее, описанное в бизнес-плане. Поэтому руководителю необходимо ознакомиться с некоторыми системами, с которыми ему придется столкнуться, это:

- бухгалтерская система — методы учета, программное обеспечение и др.;
- система планирования бюджета — позволяет составить полную картину сегодняшнего дня и спрогнозировать будущее;

⁷ Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. — 2-е изд., испр. и доп. — Омега-Л, 2012. — 152 с.

- кадровая система. Человеческие ресурсы – один из наиболее ценных ресурсов организации;
- информационная система. «Кто владеет информацией – правит миром!»

Результаты действий по реализации плана можно оценить по: приобретению новых и сохранению старых клиентов, доходам и расходам. Нужно оценить фактические результаты работы по отношению к прогнозируемым, обращая внимание на достижения и проблемы в делах, дать объективную оценку полученным результатам. Провести финансовый анализ, используя финансовые коэффициенты: ликвидность, рентабельность, валовая и чистая прибыль, и другие ⁸.

Нужно знать насколько результаты оправдывают изменение или сохранение текущих действий компании. Регулярно новые прогнозы в соответствии с результатами оценки предыдущих будут полезны. Бизнес-план требует постоянных обновлений, чтобы иметь возможность выходить на новый уровень ⁹.

Путем к успеху в бизнесе является способность воспользоваться благоприятной ситуацией. Бизнес-план предоставляет такую возможность.

Еще при плановой экономике государством разрабатывались планы-пятилетки, которые не привели к развитию различных отраслей и экономики в целом. Причинами тому были другие цели государства. На данный же момент бизнес-план это не определенный поэтапный перечень действий, необходимых для выполнения, а это более творческое направление, где можно осуществлять свои грандиозные цели, такие как получение максимальной прибыли, развитие организации, завоевание рынка и т.д.

В первую очередь надо помнить, что бизнес-план – это не просто модное слово, так же не достаточно его просто иметь на своей полке, его нужно использовать во благо своего бизнеса.

Бизнес-план – это ключ к успеху!

Используемые источники

1. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2013. – 296 с.
2. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2009. – 256 с.

⁸ Уткин Э.А. Бизнес-план компании / Э.А. Уткин. – М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.

⁹ Сборник бизнес-планов: практическое пособие / Ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 310 с.

3. Иван Откин. Советы постороннего // Бизнес-журнал. – 2011. – № 12. – 15 с.
4. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.
5. Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
6. Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
7. Попов В.Н. Бизнес-планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 246 с.
8. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 488 с.
9. Сборник бизнес-планов: практическое пособие / Ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 310 с.
10. Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации. – М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.
11. Уткин Э.А. Бизнес-план компании. – М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.

Бусыгин К. Д.
*кандидат экономических наук,
соискатель Российской академии предпринимательства
e-mail: kafedra@rusacad.ru*

Алгоритм совершенствования межфирменной кооперации промышленных предприятий в целях обеспечения их устойчивого развития

Статья посвящена организации межфирменной кооперации на основе выработанного алгоритма развития.

Ключевые слова: межфирменная кооперация, промышленные предприятия, алгоритм, эффективность, инновация.

Busygin K. D.
PhD (Economics), applicant, Russian Academy of Entrepreneurship

Algorithm of improvement of interfirm cooperation of the industrial enterprises for maintenance of their sustainable development

Article is devoted the organization of interfirm cooperation on the basis of the worked out algorithm of development.

Keywords: *interfirm cooperation, the industrial enterprises, algorithm, efficiency, innovation.*

Формирование межфирменных связей и развитие качественной, а значит эффективной и результативной межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий, есть не только актуальная управленческая задача. Качественная межфирменная кооперация — есть основной фактор и одно из главнейших условий устойчивого развития рассматриваемых промышленных предприятий. Необходимо понимать, что межфирменная кооперация инновационных промышленных предприятий сама по себе, как объективное явление в экономике и следствие разделения труда, не означает прогресса или успеха в конкурентной борьбе или в обеспечении устойчивого развития этих хозяйствующих субъектов.

Стратегия экономического развития на основе межфирменной кооперации для всех субъектов рынка выступает как потенциальная возможность преодоления проблем становления и роста при ограниченных внутренних возможностях и способом структурирования неопределенности (риска) путем установления контроля над внешней средой, поэтому необходимо постоянно изыскивать новые подходы,

поскольку окружающая действительность и бизнес-пространство постоянно изменяются¹. Реализация данной стратегии чаще всего осуществляется посредством формирования различных типов, видов и форм межфирменной интеграции или создания бизнес-альянсов. Следует подчеркнуть, что характер, способы и методы решения задач формирования межфирменных связей специфичны и зависят от требований, предъявляемых к организации структур управления, на уровне которых они решаются.

Но важно не только наличие межфирменных связей и отношений между самими инновационными промышленными предприятиями и их контрагентами, важно умение рационально осваивать тот потенциал развития, который формируется за счет межфирменной кооперации, создавая выгоды для всех взаимодействующих сторон. Но необходимо понимать, что потенциал устойчивого развития инновационных промышленных предприятий, который формируется за счет межфирменной кооперации, образуется лишь при правильном с логической точки зрения концептуальном подходе к организации межфирменного взаимодействия. Весьма часто на практике также имеют место быть и завышенные ожидания высокой отдачи от использования кооперационных отношений как между самими инновационными промышленными предприятиями, так и между их контрагентами.

Можно назвать множество причин, объективным следствием которых является некачественная межфирменная кооперация, неэффективные и нерезультативные связи между определённой совокупностью хозяйствующих субъектов, и, как отмечал Ансофф И., — это слабая реакция (или отсутствие таковой) на внешнесредовые изменения².

При проведении исследования, были изучены мнения менеджеров по проблемам качества межфирменной кооперации, которые позволили структурировать перечень основных ошибок, допускаемых при выстраивании межфирменного взаимодействия и формировании связей в рамках межфирменной кооперации (см. рисунок 1).

Итак, можно выделить шесть ключевых ошибок, которые имеют место быть при организации межфирменной кооперации между инновационными промышленными предприятиями и их контрагентами.

Ошибка первая — неявная причинно-следственная связь. Как правило, при формировании межфирменных отношений, хозяйствующих

¹ См., например: Ansoff I. Strategic Management. — NY: Peters, 1989; Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб: Питер, 2008.

² Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб: Питер, 2008. — С. 189.



Рис. 1. Логические ошибки, допускаемые при выстраивании межфирменного взаимодействия и формировании связей в рамках межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий ³

субъекты, что между спецификой формируемых отношений и получаемым результатами (эффектами) существует определённая взаимосвязь. Это действительно так, но ошибка состоит том, что единожды организованные межфирменные отношения не могут и не должны оставаться постоянными, а простое наличие межфирменных отношений рассматривается как самодостаточное явление. Напротив, межфирменные отношения должны постоянно развиваться и трансформироваться, эволюционировать от простых видов и форм к более сложным. Именно развивающиеся и эволюционирующие межфирменные связи есть источник устойчивого развития каждого кооперирующегося субъекта, в том числе и инновационного промышленного предприятия.

Ошибка вторая – сомнительность аргументационных оснований. Аргументация при формировании межфирменных отношений, как

³ Разработано автором.

правило, основывается на объективных данных и субъективных представлениях индивидов, участвующих от имени хозяйствующих субъектов в межфирменном взаимодействии. Выбор конкретного контрагента для взаимодействия должен основываться преимущественно на объективных показателях взаимных экономических и неэкономических выгод.

Но с другой стороны, весьма часто в практике управления аргументация основывается на очевидных факторах и исходя из текущих условий деятельности. По нашему мнению, аргументация необходимости взаимодействия с конкретным хозяйствующим субъектом должна быть основана на объективной потребности предприятия в этом взаимодействии в текущем и последующих периодах, а также на учёте альтернативных возможностей (межфирменной кооперации с иными субъектами данного и смежных рынков).

Ошибка третья – использование в качестве ключевого аргумента субъективного мнения опосредованного эксперта. Рост и развитие инновационного промышленного предприятия сопровождается не только увеличением получаемых экономических выгод, но и увеличением рисков деятельности. Межфирменная кооперация – это дополнительный источник рисков, характеризующихся синергией негативных эффектов для всех хозяйствующих субъектов, входящих в кооперационный агломерат. Для оценки рисков межфирменной кооперации, как правило, принято использовать экспертное мнение, но ошибка в том, что весьма часто экспертами выступают управленцы, которые не имеют глубоких познаний в области кооперационного риск-менеджмента. В данном случае, для исключения такой ошибки необходимо в качестве экспертов привлекать менеджеров, профессионально занимающихся кооперационными рисками и их управлением.

Ошибка четвертая – необъективность статистических отраслевых и рыночных обобщений. Как уже было показано выше, аргументация необходимости использования и развития межфирменной кооперации между кооперирующимися субъектами должна основываться на использовании объективных данных и такими данными, как правило, являются рыночные отраслевые показатели. Но ошибка может состоять в том, что используемые показатели, которые весьма часто бывают агрегированными и достаточно усредненными, не обладают должной информативностью и релевантностью. Поэтому для обоснования необходимости формирования и развития межфирменных отношений между конкретными кооперирующимися субъектами необходимо использовать репрезентативную выборку используемых показателей.

Ошибка пятая – игнорирование начальной мотивационной идеи взаимодействия. При формировании межфирменных связей хозяйствующие субъекты, в том числе и инновационные промышленные предприятия, исходят из вполне обоснованной посылки – получение взаимных выгод. Но в дальнейшем объективизация оснований необходимости взаимодействия с конкретным кооперирующимся субъектом может базироваться на субъективных посылках, которые можно выразить как корпоративную коррупцию. На практике используется ряд взаимных денежных вознаграждений представителям взаимодействующих субъектов, которые и являются истинной мотивационной идеей. При этом весьма часто собственно сам хозяйствующий субъект в лучшем случае не получает никаких выгод, а в худшем случае получает экономический убыток. Поэтому для устранения таковой ошибки межфирменных связи должны подвергаться регулярной ревизии и переоценке с точки зрения необходимости сохранив и развития взаимоотношений.

Ошибка шестая – аргументация через лоббирование и давление (силовое или административное). Инновационные промышленные предприятия, как сложные и открытые социально-экономические системы, с одной стороны потребляют значительный объем различного рода ресурсов. Но с другой стороны, предприятия производят большие объёмы готовой (конечной) продукции, которая требует реализации.

С учётом того, что собственно само предприятие не может обеспечить всех своих потребностей в организации экономического оборота за счёт исключительно собственных потребностей, объективно обоснованным является участие таких предприятий в межфирменной кооперации. Стоит при этом учитывать, что инновационные промышленные предприятия являются потенциально привлекательными агентами взаимодействия, соответственно для иных хозяйствующих субъектов становится важным вхождение в круг контрагентов такого предприятия. Для вхождения в круг контрагентов инновационных промышленных предприятий иные хозяйствующие субъекты могут использовать как методы добросовестной конкуренции с иными уже действующими контрагентами, либо использовать методы лоббирования и давления. В данном случае устранение ошибки является наиболее сложным, поскольку задействуются значительные ресурсы, но с другой стороны недобросовестные контракторы могут быть устранены за счет использования транспарентных конкурентных процедур (электронные торговые площадки, корпоративные тендеры и т.д.).

Нужно подчеркнуть, что наличие ключевых логических ошибок, допускаемых при выстраивании межфирменного взаимодействия и

формировании связей в рамках межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий означает, что качество, эффективность и результативность такой кооперации неуклонно снижается. На практике это означает неконтролируемый рост транзакционных издержек и системно-синергетическим рисков.

Инновационные промышленные предприятия, чье участие в межфирменной кооперации не характеризуется наличием положительных эффектов и достижением целевых результатов, несут сначала скрытые косвенные, а в последствие — явные прямые экономические потери. Естественным образом это отражается на устойчивости развития и сбалансированности экономического роста таких предприятий.

Вышесказанное обуславливает необходимость решения задачи совершенствования межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий в целях их устойчивого развития. Для решения этой задачи нами предлагается использовать специальный алгоритм, который показан на рисунке 2.

Межфирменная кооперация представляет собой значимый резерв устойчивого развития и потенциал качественного экономического роста, и должна выстраиваться в первую очередь исходя из потребностей инновационных промышленных предприятий, которые должны быть ориентированы на стратегическую перспективу, учитывая все необходимые факторы стратегической устойчивости⁵. При этом потребности функционирования и развития этих хозяйствующих субъектов определяют структурные и качественные параметры межфирменной кооперации.

Соотношение уровня удовлетворённости потребностей функционирования и развития инновационных промышленных предприятий за счет использования межфирменной кооперации служит информационной базой для формализации оценки сложившихся межфирменных связей их направленности и выгод, которые они потенцируют. По нашему мнению может быть получено два основных вида оценки межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий: оптимальная оценка и удовлетворительная/неудовлетворительная оценка.

Разнесение полученных оценок межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий в две ключевые категории обусловлено тем, что наличие связей и отношений между хозяйствующими субъектами служит основной стратегической цели — максими-

⁵ Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. — М.: Центрполиграф, РАП, 2004. — С. 79.



Рис. 2. Алгоритм совершенствования межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий в целях их устойчивого развития ⁴

зация выгод (экономических и неэкономических), обеспечивающих устойчивое развитие и качественный экономический рост.

⁴ Разработано автором.

Соответственно качественному экономическому росту и устойчивому развитию инновационных промышленных предприятий соответствует только оптимальная оценка межфирменной кооперации.

Всем остальным характеристикам устойчивости развития и качества экономического роста будет соответствовать либо удовлетворительная оценка, которая означает, что за прошедший период инновационное промышленное предприятие смогло получить определенные выгоды от межфирменной кооперации, но эти выгоды не могут быть признаны долгосрочными и потенциально сохраняемыми в перспективе. Либо межфирменная кооперация инновационных промышленных предприятий может быть оценена как неудовлетворительная. Это означает, что промышленное предприятие не получает выгод от взаимодействия со своими контрагентами, эти выгоды постоянно сокращаются, а следовательно, промышленное предприятие в перспективе будет получать убыток от участия в кооперационном агломерате.

На основании формализованной оценки структуры и качества межфирменной кооперации определяются дальнейшие действия инновационного промышленного предприятия, которые могут быть направлены на сохранение и развитие ранее сформированных взаимосвязей между хозяйствующими субъектами. Это означает обеспечение дальнейшего устойчивого развития межфирменной кооперации и промышленного предприятия в рамках данной кооперации с использованием инструментов диверсификации. Также дальнейшие действия могут быть направлены на совершенствование межфирменной кооперации в виде создания соответствующей программы. Эта программа совершенствования межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий должна включать:

- 1) согласование целей кооперирующихся субъектов;
- 2) формализацию и регламентацию взаимодействия кооперирующихся субъектов;
- 3) определение условий вхождения в кооперационный агломерат новых субъектов.

После того, как принято и реализовано направление дальнейших решений по межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий между собой и своими контрагентами необходимо установить контролируемые параметры оптимальности или совершенствования отношений. В качестве основных параметров межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий необходимо выделять два главнейших параметра:

- во-первых, это качество экономического роста (детерминированный, достижимый, сбалансированный и т.д.), которое способен обеспечить отдельно взятый хозяйствующий субъект с учетом его способностей и возможностей, открытых во внешней среде;
- во-вторых, это качество устойчивости социально-экономического развития (оптимальная, предельная, волатильная и т.д.), которое также является выражением способностей хозяйствующего субъекта осваивать возможности внешней среды.

Отметим, что идеальным представлением эволюционирования инновационных промышленных предприятий в рамках кооперационного агломерата является оптимальная устойчивость развития и сбалансированный экономический рост. Но стоит отметить, что современные предприятия используют различные генеральные и функциональные стратегии своего развития и продвижения на рынке деятельности. В частности, весьма часто используются стратегии агрессивного продвижения, стратегии критического ценового демпинга, стратегии достижения полного равновесия и проч. Соответственно использование таких стратегий может означать в краткосрочной перспективе утрату устойчивости или наоборот, приобретение предельной устойчивости.

В зависимости от используемой стратегии развития и продвижения предприятия на рынке деятельности видоизменяется и качество экономического роста (он может быть детерминированным, достижимым, сбалансированным). Таким образом, мы можем говорить о том, что совершенствование межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий должно быть с одной стороны ориентировано на достижение текущих поставленных целей, а с другой стороны способствовать возврату предприятия в относительно устойчивое положение и сбалансированное состояние в долгосрочной перспективе.

Представленный на рисунке 2 алгоритм совершенствования межфирменной кооперации инновационных промышленных предприятий в целях их устойчивого развития представляет собой совокупность управленческих действий и инструментов, направленных на выявление причин изменения качества эволюционирования хозяйствующего субъекта и формулировку дальнейших действий. Эти действия являют перечень управленческих задач, требующих решения, в свою очередь, таковые решения можно рассматривать как паттерн дальнейшего устойчивого развития межфирменной кооперации и промышленного предприятия в рамках данной кооперации с использованием диверсифицированных подходов.

Необходимо отметить, что межфирменная кооперация является одним из наиболее важных факторов, обеспечивающих устойчивое развитие инновационных промышленных предприятий. Но при этом не каждый хозяйствующий субъект способен выявить и использовать данные факторы с получением дополнительных выгод, что в большинстве случаев зависит от внутренних причин.

Используемые источники

1. Ansoff I. Strategic Management. – NY: Peters, 1989
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб: Питер, 2008.
3. Балабанова А.В. Управление качеством роста российской экономики. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / НГОУ «Высшая школа приватизации и предпринимательства – Институт», Москва, 2008.
4. Балабанова А.В., Старицын А.Г. Конкурентный механизм и его ключевая роль в механизме стимулирования перехода к инновационной модели управления современными корпорациями // Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. научных трудов. Вып. XXXI. – М.: Российская Академия предпринимательства. Агентство печати «Наука и образование», 2012. – С. 7–19.
5. Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. – М.: Центрполиграф, РАП, 2004.

Ванькович И. М.
*аспирант кафедры «Корпоративные финансы»,
Финансовый университет при Правительстве РФ
e-mail: inna_yankovich@yahoo.com*

Анализ влияния финансовых рисков на эффективность инвестиционной деятельности

В данной статье рассматриваются результаты анализа корреляции между уровнем инвестиционной активности предприятий и факторами финансовых рисков. Среди финансовых рисков автор выделяет: инфляционный, валютный и процентный риски. Практический аспект основан на исследовании, проведенном автором.

Ключевые слова: *финансовые риски, корреляционный анализ, инвестиционная деятельность, валютный риск, процентный риск, инфляционный риск.*

Vankovitch I. M.
*postgraduate student of the department «Corporate finances»,
Financial University under the President of the Russian Federation*

The analysis of influence of financial risks on efficiency of investment activity

The author considers the results of correlation analysis between the investment activity level of companies and factors of financial risks. The financial risks are classified as inflation, interest rate and exchange rate risks. The practical aspect is based on the author's research.

Keywords: *financial risks, correlation analysis, investment activity, inflation risk, interest rate risk and exchange rate risk.*

*Прибыль возникает в результате неопределенности.
В условиях отсутствия неопределенности любые расхождения
между совокупной выручкой и совокупными издержками
будут устранены в процессе конкуренции, и прибыль станет равной нулю.*

П. Хейне

Финансовые риски являются неотъемлемой частью как финансовой, так и инвестиционной деятельности предприятия. Однако, в зависимости от сферы деятельности компании и структур финансирования, влияние, оказываемое финансовыми рисками на инвестиционную деятельность, может различаться.

Для целей определения степени взаимосвязи между уровнем инвестиционной активности предприятий и факторами, вызывающими финансовые риски, был проведен корреляционный анализ соответствующих финансовых показателей на основе исторических данных. Ос-

новые параметры, использованные в рамках корреляционного анализа, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Основные параметры, использованные в рамках корреляционного анализа

Параметр	Значение	Ед. изм.	Источник
Кол-во компаний	59	шт.	База данных Capital IQ
Кол-во секторов экономики	9	шт.	База данных Capital IQ
Кол-во наблюдений	11	лет	
Уровень инвестиционной активности	Капиталовложения/Выручка	%	Расчет на основе данных Capital IQ
Факторы финансовых рисков:			
- уровень процентных ставок	Рублевые процентные ставки для компаний нефинансового сектора	%	Бюллетень банковской статистики
- уровень инфляции	Индекс потребительских цен РФ	%	МЭР РФ
- волатильность обменного курса	Средн. кв. отклонений	ед.	Расчет на основе данных ЦБ РФ

Корреляционный анализ был проведен на основе выборки компаний, отобранных, в соответствии со следующими требованиями: российские компании, занятые в нефинансовом секторе экономики, акции которых котируются на фондовом рынке не менее 10 лет (анализируемый период 2003–2013 гг.). Отбор компаний осуществлялся на основе данных программы Capital IQ¹. Таким образом, в выборку вошли 59 компаний.

В качестве основного параметра корреляционного анализа был выбран уровень инвестиционной активности, рассчитываемый как отношение размера капиталовложений компании к ее выручке за отдельный временной период (год). Формула расчета данного показателя приведена ниже.

$$\text{Уровень инвестиционной активности} = \frac{\text{Кап. вложения за год}}{\text{Выручка за год}}$$

¹ База данных Capital IQ [Электрон. Ресурс]/Электрон. текст. данные – База данных – режим доступа: <https://www.capitaliq.com/home.aspx>.

Использование данного показателя в качестве индикатора уровня инвестиционной активности для целей корреляционного анализа обусловлено следующими преимуществами:

- представлен в относительном выражении, что позволяет сопоставить объем инвестиционной деятельности компаний различных отраслей экономики в отдельные периоды времени без необходимости корректировки на инфляцию;
- учитывает влияние финансовых рисков на принятие решений об осуществлении инвестиций предприятиями.

Для целей корреляционного анализа в качестве факторов финансовых рисков были использованы следующие показатели:

Процентная ставка: В качестве основного индикатора процентного риска была принята средневзвешенная процентная ставка по кредитам, выданным в рублях нефинансовым организациям, доступная в ежемесячном Бюллетене банковской статистики на сайте ЦБ РФ. На основе ежемесячных данных о размере рублевых процентных ставок рассчитаны соответствующие среднегодовые ставки.

Инфляция: В качестве основного индикатора инфляционного риска был использован индекс потребительских цен в РФ в годовом исчислении, доступный на сайтах МЭР РФ.

Волатильность обменного курса: В качестве основного индикатора валютного риска была принята волатильность обменного курса рубля к доллару США, рассчитанная на основе ежедневных обменных курсов, доступных на сайте ЦБ РФ.

В рамках корреляционного анализа был проведен анализ взаимосвязи между уровнем инвестиционной активности компаний выборки и изменениями приведенных выше факторов финансовых рисков. С целью наглядной интерпретации результатов корреляционного анализа была использована шкала Чеддока, позволяющая ранжировать коэффициенты корреляции и дать им качественную характеристику силы связи.

Описание результатов корреляционного анализа приведено ниже в разрезе факторов финансовых рисков.

Корреляция уровня инвестиционной активности и изменения процентных ставок

Ниже приведены данные о динамике средневзвешенного уровня инвестиционной активности по компаниям выборки, а также об уровне процентных ставок за период 2003–2013 гг.² (рисунок 1).

² Бюллетень банковской статистики: Издания Банка России. Выпуски с 2003 по 2013 гг. [Электрон. Ресурс]/Электрон. текст. данные – Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/?PrId=bbs>.



Рис. 1. Динамика средневзвешенного уровня инвестиционной активности и процентной ставки

Из приведенного выше графика видно, что постепенное снижение уровня процентных ставок сопровождалось ростом инвестиционной активности по компаниям выборки. Исключение составляет динамика данных показателей в период 2008–2009 гг., возможные причины которого будут рассмотрены ниже.

С целью количественного измерения степени взаимосвязи между уровнем инвестиционной активности и процентных ставок был проведен расчет и анализ коэффициентов корреляции в разрезе каждой компании выборки, а также средневзвешенных показателей в разрезе соответствующих секторов экономики и в целом по выборке. Результаты данного расчета приведены в таблице 2.

Исходя из результатов проведенного анализа возможно увидеть, что наибольшая часть компаний выборки (33 из 59, или 56%) характеризуется слабой корреляцией по шкале Чеддока (<30%). Данные расположены в диапазоне между показателями инвестиционной активности и уровнем процентных ставок за период 2003–2013 гг. Существенная доля компаний со слабой корреляцией в отношении процентных ставок объясняется следующими причинами:

Корреляционный анализ инвестиционной активности и процентных ставок в разрезе компаний выборки

Сектор экономики	Количество компаний	Шкала Чеддока					
		Отсутствие корреляции, слабая корреляция (<30%)		Умеренная, заметная, высокая корреляция (30-90%)		Весьма высокая корреляция (>90%)	
I. Потребительские товары длительного пользования	11	4	2	3	2	-	-
II. Товары массового потребления	3	-	2	-	1	-	-
III. Энергетика	14	6	3	3	2	-	-
IV. Фармацевтика и медицинские технологии	-	-	-	-	-	-	-
V. Промышленные предприятия	7	2	1	2	2	-	-
VI. Информационные технологии	1	-	-	-	1	-	-
VII. Сырье и материалы	16	4	3	4	5	-	-
VIII. Производство и распределение электроэнергии	2	1	1	-	-	-	-
IX. Телекоммуникации	5	3	1	-	1	-	-
ИТОГО	59	20	13	12	14	-	-

- подверженностью иным, более существенным для данных видов бизнеса факторам риска;
- низкая доля заемного капитала и, соответственно, низкая подверженностью процентному риску.

Остальная часть компаний, представленных в выборке (26 из 59, или 44%) характеризуется умеренной, заметной или высокой корреляцией (30–90%), в то время как с более высокой корреляцией (>90%) компании отсутствуют.

Среди компаний с умеренной, заметной и высокой корреляцией (30–90%) к процентным ставкам наибольшая часть (14 из 26, или 54%) характеризовалась отрицательными значениями коэффициентов корреляции, что соответствует экономической логике: снижение процентных ставок сопровождается увеличением инвестиционной активности компаний.

В то же время, стоит отметить высокую долю компаний с положительной корреляцией (12 из 26, или 46%), что приводит также к следу-

ющему выводу: для многих компаний выборки снижение рублевых процентных ставок сопровождалось снижением инвестиционной активности и, наоборот, рост ставок сопровождался ростом инвестиционной активности. Данный вывод объясняется тем, что многие компании осуществляют заимствования в иностранной валюте, динамика процентных ставок в этом случае может быть противоположной динамике рублевых ставок. Сравнение уровня процентных ставок, а также их динамики по рублевым и долларovým кредитам для российских компаний приводится на основании данных Бюллетеня банковской статистики и отражено на рисунках 2 и 3.

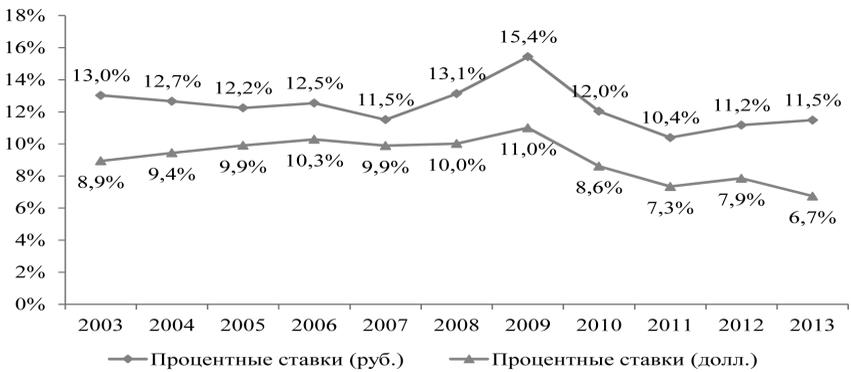


Рис. 2. Уровень процентных ставок по рублевым и долларovým кредитам

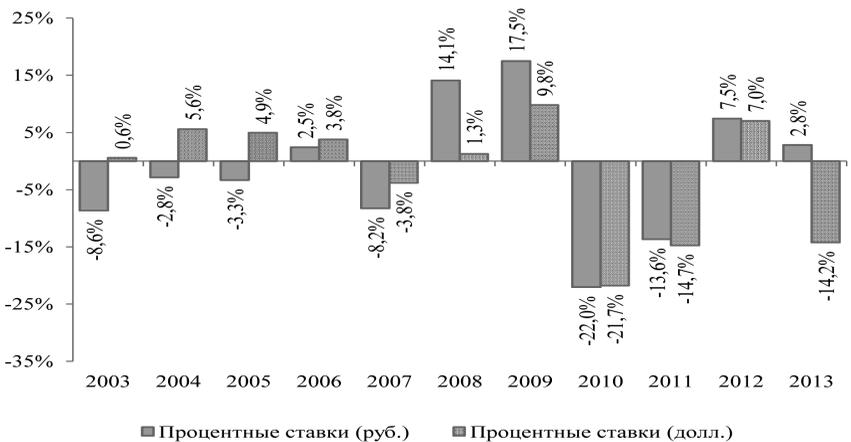


Рис. 3. Изменение процентных ставок по рублевым и долларovým кредитам

Из приведенных выше данных видно, что примерно в половине случаев (см. на графике: в 2003 г., 2004 г., 2005 г., 2008 г. и в 2013 г.) наблюдалась противоположная динамика рублевых и долларовых ставок или существенно отличалась. Данное наблюдение позволяет предположить, что компании с положительной корреляцией 30–90% к рублевым процентным ставкам осуществляют заимствования в рамках инвестиционной деятельности преимущественно в иностранной валюте.

Очевидно, что расчет коэффициента корреляции для данных компаний между уровнем инвестиционной активности и динамикой долларовых процентных ставок характеризовался бы отрицательными значениями – противоположными полученным положительным значениям при расчете коэффициентов корреляции к рублевым процентным ставкам.

Описанные выше результаты корреляционного анализа, отражающего зависимость между уровнем инвестиционной активности и процентными ставками позволяют сделать выводы в отношении каждой компании, представленной в выборке.

Корреляция уровня инвестиционной активности и изменения инфляции

На рисунке 4 приведены данные о динамике средневзвешенного уровня инвестиционной активности по компаниям выборки, а также об уровне инфляции за период 2003–2013 гг.³

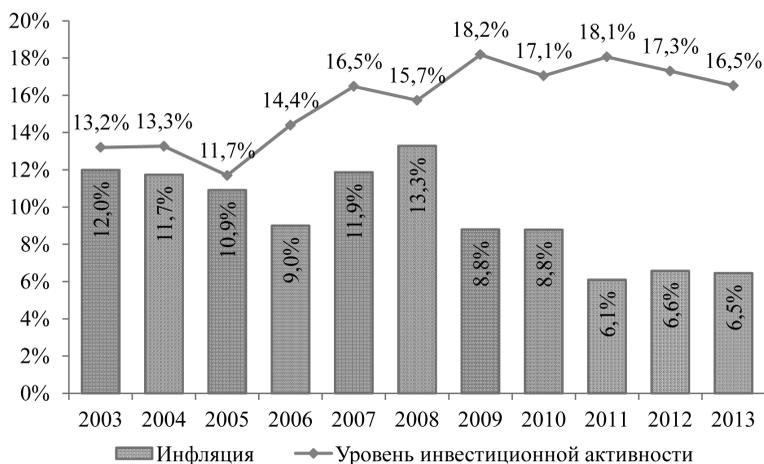


Рис. 4. Динамика средневзвешенного уровня инвестиционной активности и инфляции

³ Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электрон. Ресурс]/Электрон. текст. данные – Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/macro/prognoz/doc20131108_5.

На основании приведенных выше данных видно, что постепенное снижение уровня инфляции сопровождалось ростом инвестиционной активности компаний, представленных в выборке. Исключение составляет динамика данных показателей в период 2008–2009 гг., возможные причины в отношении которых были рассмотрены выше.

С целью количественного измерения степени взаимосвязи между уровнем инвестиционной активности и уровнем инфляции был выполнен расчет и затем проведен анализ коэффициентов корреляции в разрезе каждой компании выборки, а также средневзвешенных показателей в разрезе соответствующих секторов экономики и в целом по выборке. Результаты данного расчета приведены в таблице 3.

Таблица 3

Корреляционный анализ инвестиционной активности и инфляции в разрезе компаний выборки

Сектор экономики	Количество компаний	Шкала Чеддока					
		Отсутствие корреляции, слабая корреляция (<30%)		Умеренная, заметная, высокая корреляция (30-90%)		Весьма высокая корреляция (>90%)	
I. Потребительские товары длительного пользования	11	2	1	5	3	-	-
II. Товары массового потребления	3	-	2	1	-	-	-
III. Энергетика	14	5	1	4	4	-	-
IV. Фармацевтика и медицинские технологии	-	-	-	-	-	-	-
V. Промышленные предприятия	7	-	2	4	1	-	-
VI. Информационные технологии	1	-	-	-	1	-	-
VII. Сырье и материалы	16	7	1	4	4	-	-
VIII. Производство и распределение электроэнергии	2	1	1	-	-	-	-
IX. Телекоммуникации	5	1	1	2	1	-	-
ИТОГО	59	16	9	20	14	-	-

Исходя из результатов проведенного анализа, данные по которому представлены в таблице видно, что наибольшая часть компаний выборки (34 из 59, или 58%) характеризуется умеренной, заметной или высокой корреляцией по шкале Чеддока (30–90%), отражаемой данными, находящимися между показателями инвестиционной активности и уровнем инфляции за период 2003–2013 гг.

Остальная часть компаний выборки (25 из 59, или 42%) характеризуется слабой корреляцией (<30%), в то время как весьма высокой корреляцией (>90%) не отмечена ни одна компания. Существенная доля компаний со слабой корреляцией к инфляции (42%) может объясняться подверженностью иным, более существенным для данных видов бизнеса факторам риска.

Стоит также отметить, что наибольшая часть компаний, представленных в выборке (36 из 59, или 61%) характеризовалась положительными значениями коэффициентов корреляции, что противоречит экономической логике: снижение инфляции сопровождалось снижением инвестиционной активности компаний. Одной из причин такого явления может являться то, что уровень инвестиционной активности отдельной взятой компании может быть обусловлен в первую очередь графиком реализации конкретной инвестиционной программы, корректировать которую, даже в силу улучшения макроэкономической ситуации, довольно сложно. Такая причина наиболее актуальна для менее крупных компаний выборки, где количество инвестиционных проектов невелико.

Корреляция уровня инвестиционной активности и волатильности обменного курса

На рисунке 5 приведены данные по динамике средневзвешенного уровня инвестиционной активности компаний, представленных в выборке, а также по уровню волатильности обменного курса рубля за период 2003–2013 гг.⁴

Из приведенных на графике значений видно, что высокий уровень волатильности обменного курса в 2008–2009 гг. и в 2011–2013 гг. не помешал росту инвестиционной активности компаний, представленных в выборке.

С целью количественного измерения степени взаимосвязи между уровнем инвестиционной активности и волатильности обменного курса был выполнен расчет и затем проведен анализ коэффициентов корреляции в разрезе каждой компании выборки, а также средневзвешенных показателей в разрезе соответствующих секторов экономики, а также в целом по выборке. Результаты данного расчета приведены в таблице 4.

⁴ Динамика официального курса заданной валюты: База данных Центрального банка Российской Федерации [Электрон. Ресурс]/Электрон. текст. данные – режим доступа: http://www.cbr.ru/currency_base/dynamics.aspx?VAL_NM_RQ=R01235&date_req1=25.06.2014&date_req2=02.07.2014&rt=1&mode=1.

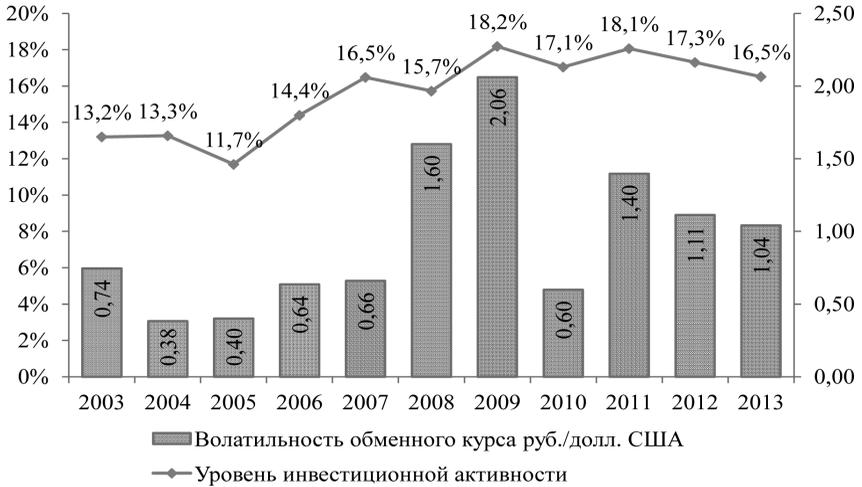


Рис. 5. Динамика средневзвешенного уровня инвестиционной активности и волатильности обменного курса

Таблица 4

Корреляционный анализ инвестиционной активности и волатильности обменного курса в разрезе компаний выборки

Сектор экономики	Количество компаний	Шкала Чеддока					
		Отсутствие корреляции, слабая корреляция (<30%)		Умеренная, заметная, высокая корреляция (30-90%)		Весьма высокая корреляция (>90%)	
I. Потребительские товары длительного пользования	11	4	4	2	1	-	-
II. Товары массового потребления	3	1	-	-	2	-	-
III. Энергетика	14	5	3	6	-	-	-
IV. Фармацевтика и медицинские технологии	-	-	-	-	-	-	-
V. Промышленные предприятия	7	-	1	4	2	-	-
VI. Информационные технологии	1	1	-	-	-	-	-
VII. Сырье и материалы	16	4	-	10	2	-	-
VIII. Производство и распределение электроэнергии	2	-	-	2	-	-	-
IX. Телекоммуникации	5	1	1	1	2	-	-
ИТОГО	59	16	9	25	9	-	-

На основании данных по результатам проведенного анализа, представленных выше видно, что наибольшая часть компаний из выборки (34 из 59, или 58%) характеризуется умеренной, заметной или высокой корреляцией по шкале Чеддока (30–90%), т.е. между показателями инвестиционной активности и волатильности обменного курса за период 2003–2013 гг.

Остальная часть компаний выборки (25 из 59, или 42%) характеризуется слабой корреляцией (<30%), в то время как компании с наиболее высокой корреляцией (>90%) отсутствуют. Существенная доля компаний со слабой корреляцией по отношению к инфляции (42%) может объясняться подверженностью иным, более существенным для данных видов бизнеса факторам риска. Данные по результатам проведенного анализа представлены в таблице 4.

Стоит также отметить, что наибольшая часть компаний выборки (41 из 59, или 69%) характеризовалась положительными значениями коэффициентов корреляции, что, на первый взгляд, противоречит экономической логике: увеличение волатильности обменного курса сопровождалось увеличением инвестиционной активности компаний.

В то же время стоит отметить, что основная часть выборки представлена компаниями секторов «Энергетика», «Сырье и материалы» и «Промышленные предприятия» (90% от общей выборки), которые являются экспортно-ориентированными секторами экономики. В условиях снижения обменного курса национальной валюты конкурентоспособность данных компаний увеличивается наряду с улучшением финансовых показателей, что стимулирует к увеличению инвестиционной активности данных компаний.

Сравнение динамики обменного курса рубля к доллару США и его волатильности в годовом исчислении представлено на рисунке 6.

На основании данных приведенного выше графика видно, что низкая волатильность обменного курса рубля в 2003–2007 гг. и в 2010 г. сопровождалась укреплением обменного курса, в то время как высокая волатильность в 2008–2009 гг. и 2011–2013 гг. сопровождалась существенным ослаблением обменного курса.

Данное наблюдение позволяет обосновать наличие высокой положительной корреляции инвестиционной активности с волатильностью обменного курса в период 2003–2013 гг. В то же время, становится очевидным, что основным фактором увеличения инвестиционной активности являлась не волатильность обменного курса, а его динамика: в периоды ослабления курса национальной валюты инвестицион-

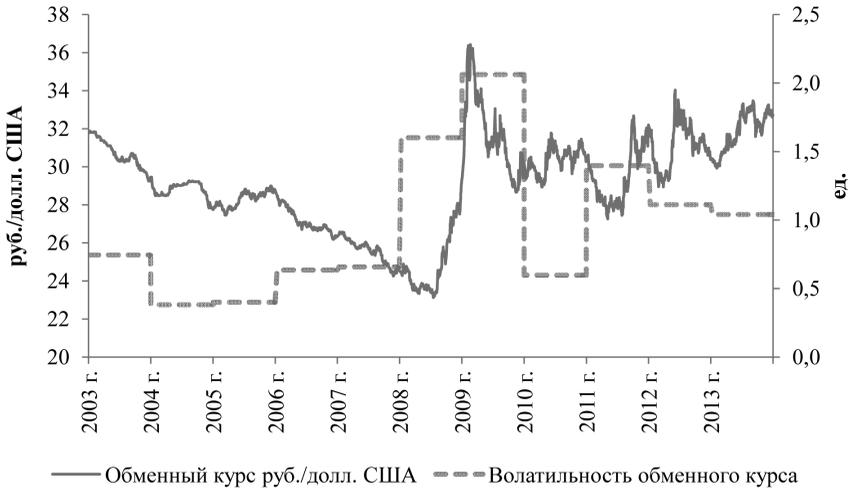


Рис. 6. Динамика и волатильность обменного курса рубля

ная активность увеличивалась в виду преобладания экспортно-ориентированного характера в деятельности большинства компаний, представленных в выборке

Используемые источники

1. Бюллетень банковской статистики: Издания Банка России. Выпуски с 2003 по 2013 гг. [Электрон. Ресурс]/Электрон. текст. данные – Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/?PrId=bbs>.
2. Динамика официального курса заданной валюты: База данных Центрального банка Российской Федерации [Электрон. Ресурс]/Электронные текстовые данные – режим доступа: http://www.cbr.ru/currency_base_dynamics.aspx?VAL_NM_RQ=R01235&date_req1=25.06.2014&date_req2=02.07.2014&rt=1&mode=1.
3. База данных Capital IQ [Электрон. Ресурс]/Электронные текстовые данные – База данных – режим доступа: <https://www.capitaliq.com/home.aspx>.
4. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электрон. Ресурс]/Электронные текстовые данные – Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/macro/prognoz/doc20131108_5.

Власов А. В.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Гражданское право и процесс»,
Российская академия предпринимательства
e-mail. a.vlasov@volny.cz*

Диденко О. В.

*аспирант,
Российская таможенная академия
seasley@yandex.ru*

Проблемы развития таможенных услуг и транспортно-логистических систем в условиях глобализации мировой экономики (на примере стран Таможенного союза)

В данной статье рассмотрены основные вопросы развития таможенных услуг и транспортно-логистических систем. Изучены вопросы создания единого экономического пространства, а также выявлены наиболее актуальные проблемы современной транспортной логистики и пути её развития.

Ключевые слова: *логистика, таможенная инфраструктура, транспортная система, таможенный союз, электронный документооборот, таможенные операции.*

Vlasov A. V.

*PhD (Economics),
Associate professor of the civil law and procedure department,
Russian Academy of entrepreneurship*

Didenko O. V.

postgraduate student of the Russian Customs Academy

Problems of development of customs services and transport and logistics systems in a globalizing world economy (on the example of the Customs Union)

This article discusses the main issues of customs services and transport and logistics systems. Questions of creating a single economic space, as well as identify the most urgent problems of modern transport logistics and the way of its development.

Keywords: *logistics, customs infrastructure, transport system, the customs union, electronic document management, customs operations.*

Идея единого экономического пространства была предложена в начале 1990-х годов после того, как бывшие республики Советского

союза объявили о своей независимости, и был образован Союз независимых государств (СНГ). Интеграционный проект был направлен на формирование согласованной экономической политики и создание единой регулирующей комиссии по торговле и тарифам.

В феврале 1999 года Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Россия и Таджикистан заключили договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве, обозначив три этапа интеграции:

- Евразийское экономическое Сообщество (ЕврАзЭС) и Зона свободной торговли;
- Таможенный союз
- Единое экономическое пространство
- Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС) – международная экономическая организация, созданная для эффективного продвижения Сторонами процесса формирования Таможенного союза и Единого экономического пространства, а также реализации других целей и задач, связанных с углублением интеграции в экономической и гуманитарной областях.

ЕврАзЭС – открытая организация. Ее членом может стать любое государство, которое примет на себя обязательства, вытекающие из Договора об учреждении ЕврАзЭС и других договоров Сообщества по списку, определяемому решением Межгоссовета ЕврАзЭС.

В соответствии с уставными целями и задачами Сообщества и руководствуясь принципом разносторонней интеграции, Беларусь, Казахстан и Россия в 2007–2010 годах создали Таможенный союз и как следующий интеграционный этап – Единое экономическое сообщество ЕврАзЭС, к которым другие государства Сообщества будут присоединяться по мере готовности.

С 1 января 2012 года начинает действовать Суд ЕврАзЭС в качестве самостоятельного судебного органа Сообщества. В него включены по два судьи от каждого государства Сообщества.

Решение о формировании Таможенного союза ЕврАзЭС принято главами шести государств Сообщества на заседании Межгоссовета ЕврАзЭС 6 октября 2007 года. Согласно Договору на начальном этапе Таможенный союз формируется тремя странами Сообщества – Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией. Присоединение к нему других членов ЕврАзЭС будет осуществляться по мере готовности их экономик и законодательства.

Таможенный союз – это форма торгово-экономической интеграции сторон, предусматривающая единую таможенную территорию, в

пределах которой по взаимной торговле товарами, происходящими из третьих стран и выпущенными в свободное обращение на этой таможенной территории, не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер.

В Таможенном союзе стороны применяют единый таможенный тариф и другие меры регулирования торговли с третьими странами.

В отличие от предшествующей стадии интеграции – Зоны свободной торговли – Таможенный союз предполагает свободное движение на единой таможенной территории товаров не только собственного производства, но и товаров из третьих стран, выпущенных в свободное обращение.

Таможенный союз представляет собой межгосударственное образование, предполагающее объединение территорий государств-участников, в пределах которых ликвидируются таможенные границы и таможенные барьеры, не применяются таможенные пошлины и административные ограничения во взаимной торговле, что обеспечивает свободное движение товаров, услуг, капитала и рабочей силы, унификацию внутреннего законодательства стран-участниц и создание наднационального правового регулирования, способствует стабильности и росту национальных экономик.

Основными задачами государств в таможенном союзе являются:

- создание единой таможенной территории в границах объединившихся стран;
- введение режима, не допускающего тарифных и нетарифных ограничений во взаимной торговле, за исключением случаев, оговоренных специальными нормативными актами;
- полная отмена таможенного контроля на внутренних границах стран-участниц;
- использование однотипных механизмов регулирования экономики и торговли, базирующихся на универсальных рыночных принципах хозяйствования и гармонизированном экономическом законодательстве;
- функционирование единых органов управления таможенного союза.

По внешней границе в торговых отношениях со странами, не входящими в таможенный союз, предполагается:

- применение общего таможенного тарифа;
- использование единых мер нетарифного регулирования;

- проведение единой таможенной политики и применение единых таможенных режимов.

Интеграционные экономические объединения, в основе которых лежит отмена тарифных и нетарифных ограничений во взаимной торговле, практически всегда выгодны для стран, участвующих в них. Подобные объединения хорошо известны в мире: в настоящее время успешно функционирует Североамериканская зона свободной торговли (НАФТА), с 1994 года включающая США, Канаду и Мексику; Южноамериканский общий рынок (МЕРКОСУР, 1991 год), участниками которого являются Аргентина, Бразилия, Парагвай и Уругвай; Центральноамериканский общий рынок (ЦАОР), образованный в 1961 году, в который в разное время входили Гватемала, Никарагуа, Сальвадор, Гондурас, Коста-Рика.

Самое известное экономическое и политическое региональное объединение – Европейский союз – в основе своей также имеет таможенный союз, формирование которого началось с 1 января 1958 г. и завершилось к 1993 году, заняв более 30 лет.

Создание таможенного союза по сравнению с зоной свободной торговли предоставляет субъектам хозяйствования, происходящим из государств-участников, следующие преимущества:

- снижение расходов на создание, переработку, перемещение, транспортировку товаров в пределах территории таможенного союза;
- уменьшение временных и финансовых затрат, связанных с административными ограничениями и барьерами;
- сокращение количества таможенных процедур, которые необходимо проходить для ввоза товаров из третьих стран;
- открытие новых рынков сбыта;
- упрощение таможенного законодательства в силу его унификации;
- снижение расходов на производство и перевозку товаров в пределах его территории;
- уменьшение временных и финансовых затрат, связанных с административными ограничениями и барьерами;
- ликвидация таможенных процедур при перемещении товаров происхождением третьих стран и т.д.

Но перевозка любого груза за границу всегда связана с взаимодействиями с представителями таможенных органов.

Стремление обеспечить безопасный и максимально упрощенный порядок проведения процедур присуще, наверное, всем таможенным

службам. Таможенные органы стран Таможенного союза не являются в данном процессе исключением.

Логистические услуги — это широкий спектр операций, связанных с приобретением, хранением и перемещением товаров. Складская логистика — обработка, хранение и дистрибуция грузов. Транспортная логистика удовлетворяет потребности фирм, не имеющих собственного парка машин, в перемещении товаров. Таможенная логистика — это помощь в таможенной очистке и сертификации грузов¹.

Современные компании давно переросли уровень 2PL (second party logistic), когда небольшие провайдеры транспортных и складских услуг предлагали клиентам простейшие операции — хранение и/или перевозку грузов. Нынешний уровень логистики — 3PL, схема, в которой логистическая компания выступает третьей стороной в сделке между поставщиком и покупателем и предоставляет полный комплекс сервисов по обработке грузов.

Логистический подход к деятельности таможенных органов требует системной реализации следующих мероприятий:

1. Создание современных таможенно-логистических центров. Логистическая инфраструктура непосредственно влияет на увеличение ВВП стран Таможенного союза. Это происходит благодаря обеспечению более высокого качества обслуживания товарных потоков в международных логистических центрах и, привлечению дополнительного объема товаров, проходящих через страну транзитом.

2. Совершенствование таможенного законодательства.

3. Внедрение новейших информационно-технических средств обеспечения деятельности таможенных органов. Программа «Электронная таможня» предполагает внедрение проектов по автоматизации основных направлений деятельности таможенных органов, предусматривающих централизованную обработку данных и организацию удаленного доступа уполномоченными лицами к информационным ресурсам таможенных органов: новой транзитной системы, новой системы анализа и управления рисками, витрин данных для взаимодействия с системой ЕРИП (Единого расчетно-информационного пространства).

В настоящее время ряд таможенных операций осуществляется в автоматическом режиме, что позволяет более эффективно использовать трудовые ресурсы таможни при одновременном повышении качества и скорости обработки информации.

¹ См.: Русавская А.В., Власов А.В. Коммерческое ипотечное кредитование как способ долгосрочного финансирования логистических проектов, реализуемых в формате «Built-to-suite» // Путеводитель предпринимателя. — 2013. — № 18. — С. 248–254.

4. Создание единой межведомственной автоматизированной системы сбора, хранения и обработки информации при осуществлении всех видов государственного контроля за перемещением товаров через таможенную границу.

С целью выявления потенциально опасных грузов в таможенных органах внедряется система анализа и управления рисками, осуществляется последовательная работа по созданию правовых и организационных условий для ее функционирования и развития. Благодаря использованию современных информационных технологий, вмешательство таможенных органов в импортно-экспортные операции минимизируется, а скорость перемещения товаров и транспорта через границу увеличивается.

5. Реформирование организационно-управленческой структуры таможенных органов, построенной по функциональному принципу.

Современная таможенная логистика основана на системе таможенного тарифного и нетарифного регулирования, принципом функционирования которой является оптимизация временных и финансовых затрат на осуществление процедур, связанных с перемещением товаров через таможенную границу и их последующим вовлечением в экономический оборот в интересах всех участников внешнеэкономической сделки.

Также выделяют такое определение как транспортная логистика — наука о системной интеграции транспортных и логистических активностей (действий хозяйствующих субъектов) в форме транспортно-логистических услуг для оптимизации грузопотоков на основе действующего законодательства².

Ряд ведущих российских ученых сформулировали краткое определение. В соответствии с этим определением «логистика — зависящее от времени местоположение ресурсов, или стратегическое управление всей цепью поставок»³.

Одна из крупнейших логистических компаний (Major) определяет логистику, как науку, предмет которой заключается в организации рационального процесса продвижения товаров и услуг от поставщиков сырья к потребителям.

² См.: Харламова Ю.А. Высокоскоростные магистрали в современной России: инновационный и стратегический императивы // Бюллетень транспортной информации. — 2011. — № 10. — С. 13–16.

³ См.: Текущее состояние и основные тенденции развития логистики и управления цепями поставок в России / Миротин Л.Б., Бульба А.В., Демин В.А. // Интегрированная логистика. — 2010. — № 2. С. — 2–3.

По мнению специалистов компании современный этап развития отрасли (2000-е годы) определяют два основных фактора: глобализация мировой экономики и глобальная научно-техническая революция, которые порождают новые потребности клиентов в логистических услугах.

Совет логистического менеджмента США (Council of Logistics Management) в 1976 г. внес изменения в определение, что такое логистика – Логистика – это процесс планирования и обеспечения (включая контроль) эффективного и непрерывного поступления товаров, услуг и сопутствующей информации оттуда, где они создаются, к потребителям, направленный на всемерное удовлетворение потребительских запросов.

Данное определение не охватывает абсолютно все специальные понятия, которые входят в функциональную область, оно отражает необходимость в едином управлении товарно-материальными потоками от источника сырья и материалов до пункта распределения готового продукта.

Логистика компании есть интегрированный процесс, призванный содействовать созданию потребительной стоимости с наименьшими общими издержками. Она существует для того, чтобы удовлетворять запросы потребителей, в частности опосредованно – облегчая производственную и маркетинговую деятельность.

На стратегическом уровне менеджеры по логистике, да и не только по логистике, а в любой сфере предпринимательства стремятся достичь заранее согласованного качества обслуживания клиентов на базе накопленной компетентности, доведенной до уровня высокого искусства.

Проблема заключается в том, чтобы уравновесить ожидания, связанные с качеством сервиса, и требуемые затраты согласно намеченным хозяйственным целям ⁴.

Современная логистическая инфраструктура стран таможенного союза способствует притоку иностранных инвестиций, значительному росту объемов перевозок, формирование дополнительных конкурентных преимуществ перед западными логистическими компаниями.

В тоже время в целях развития таможенных услуг и транспортно-логистических систем необходимо решить следующие проблемы:

⁴ См.: Балабанов В.С., Репкина О.Б. Предпринимательство в условиях модернизации национальной экономики по инновационному типу // Путеводитель предпринимателя. – 2012. – № 15. – С. 44–52.

1. Создать единую транспортно-логистическую систему стран Таможенного союза, в которой будут эффективно взаимодействовать между собой как государственные так и частные компании.

2. Создать механизм государственной поддержки транспортной отрасли путем привлечения иностранных инвестиций или через механизм государственно-частного партнерства.

3. Расширить комплекс транспортно-логистических услуг (включая планирование, контроль, менеджмент и доставку) при активном использовании аутсорсинга логистических услуг (технологии 3PL) на международном рынке.

4. Принять соответствующую нормативно-правовую базу, в частности по межгосударственным интермодальным перевозкам, по унификации документооборота.

5. Необходимость обеспечения высокой пропускной способности на пунктах пропуска, упрощения процедур торговли, а также создания максимально благоприятных условий для осуществления внешнеэкономической деятельности, которая неразрывно связана с внедрением передовых информационных технологий и автоматизацией таможенных органов.

Таким образом, необходимы координация государственной политики в области развития отечественной логистики, которое предполагает формирование централизованного института управления системой логистики на государственном и наднациональном уровне.

Решение вышесказанных проблем с учетом тенденций развития мирового рынка логистических услуг позволит транспортно-логистическим компаниям из стран Таможенного союза завоевать устойчивые позиции в международной логистике.

Используемые источники

1. Конституция Российской Федерации (с изм. от 05.02.2014) (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.).
2. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17) (ред. от 16.04.2010).
3. Балабанов В.С., Репкина О.Б. Предпринимательство в условиях модернизации национальной экономики по инновационному типу // Путеводитель предпринимателя. – 2012. – № 15. – С. 44–52.
4. Русавская А.В., Власов А.В. Коммерческое ипотечное кредитование как способ долгосрочного финансирования логистических проектов, реализуемых в

- формате «Built-to-suite» // Путеводитель предпринимателя. – 2013. – № 18. – С. 248–254.
5. Миротин Л.Б., Бульба А.В., Демин В.А. Текущее состояние и основные тенденции развития логистики и управления цепями поставок в России // Интегрированная логистика. – 2010. – № 2. – С. 2–3.
 6. Харламова Ю.А. Высокоскоростные магистрали в современной России: инновационный и стратегический императивы // Бюллетень транспортной информации. – 2011. – № 10. – С. 13–16.
 7. Официальный электронный ресурс Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru/>.
 8. Официальный электронный ресурс Федеральной таможенной службы Российской Федерации (ФТС) <http://www.customs.ru>.
 9. Официальный электронный ресурс Федеральной службы по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) <http://www.fedsfm.ru/>.
 10. Справочная правовая система «Гарант».

Гамоненко С. С.

*адъюнкт кафедры «Финансы и экономический анализ»,
Московский университет МВД России
e-mail: gss.oper@mail.ru*

Финансовый мониторинг в системе обеспечения экономической безопасности

В статье раскрыто значение механизма финансового мониторинга в системе обеспечения экономической безопасности государства, описаны теоретические подходы к понятию «финансовый мониторинг» в российской науке.

Ключевые слова: *финансовый мониторинг, обеспечение, экономическая безопасность, государство.*

Gamonenko S. S.

*adjunct of the Department of finance and economic analysis,
Moscow University of the Ministry of internal Affairs of the Russian Federation*

Financial monitoring in the system of economic security

In the article the article reveals the importance of the mechanism of financial monitoring in the system of economic security of the state, described theoretical approaches to the concept of «financial monitoring» in the Russian science.

Keywords: *financial monitoring, ensure, economic security, the state.*

В Российской Федерации на государственном уровне значительное внимание уделяется проблемам развития обеспечения приемлемого уровня экономической безопасности. Основные ориентиры экономического развития определены в Стратегии обеспечения национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года, Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года и др.

Вместе с тем в современных условиях развития актуальной задачей является совершенствование механизма государственного управления в финансово-экономической сфере, повышение эффективности деятельности институтов обеспечения экономической безопасности.

Государство, которое является основным субъектом обеспечения экономической безопасности, формирует систему ее обеспечения, в которую входит совокупность государственных органов, находящихся в определенном порядке (организации), связях и отношениях, с имеющи-

мися у них силами и средствами и которая предназначена для выявления внутренних и внешних вызовов, рисков и угроз экономике России, а также выработке эффективного механизма их нейтрализации¹.

Система обеспечения экономической безопасности Российской Федерации как единое целое существует именно благодаря наличию связей между государственными органами, которые объединяют различные уровни элементов внутри системы и благодаря которым осуществляется управление самой системой обеспечения экономической безопасности.

При усилении глобализационных процессов государственные органы, обеспечивающие экономическую безопасность, столкнулись с повышением уровня и ускорением информационных потоков в мировой экономической системе. Поэтому появилась необходимость анализа, своевременной оценки информации о состоянии экономики, прогнозирования динамики экономических процессов и явлений. Без этого невозможно принимать правильные решения в экономической сфере, в том числе и в целях обеспечения экономической безопасности².

Для принятия решений в целях обеспечения экономической безопасности государство может использовать механизм финансового мониторинга.

Рассмотрим теоретические подходы к понятию финансовый мониторинг в российской науке (таблица 1).

Таблица 1

Теоретические подходы к понятию финансовый мониторинг

Теоретические подходы	Представители	Характеристика (признаки)	Элементы
Правоохранительный	Городецкий А.Е., Каюмова Е.Ф.	Обнаружение действий, являющихся предпосылкой преступных деяний	Экономический анализ, проводимый в целях выявления преступлений
Экономический	Сенчагов В.К., Подкуйко М.С.	Диагностика и выявление негативных (кризисных) явлений в какой-либо сфере экономики	Индикаторы экономической безопасности

¹ Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства: Монография. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

² Кузнецова Е.И. Национальная экономическая безопасность как предмет экономической стратегии государства // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2008. – № 7(28). – С. 30–34.

Продолжение таблицы 1

Теоретические подходы	Представители	Характеристика (признаки)	Элементы
Институциональный	Зубков В.А., Фитуни Л.Л., Прошунин М.М., Морозов Е.С., Тарасов А.Ю., Нагорных И.А.	Противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, или финансированию терроризма	Финансовые учреждения, Росфинмониторинг, надзорные органы

В основу сгруппированных нами подходов, представленных выше, было положено основное условие, предъявляемое каждым автором к понятию финансовый мониторинг.

По мнению российских ученых Городецкого А.Е., Каюмовой Е.Ф. финансовый мониторинг входит в содержание финансово-экономического расследования, наряду с финансовым контролем и оперативно-служебной деятельностью.

Они предложили определить финансовый мониторинг как систематическое наблюдение и анализ за «движением» денежных потоков, направленный на предупреждение и выявление правонарушений в финансово-экономической сфере в целях определения сфер, где возникают благоприятные условия для совершения правонарушений и сами правонарушения³, что позволило нам определить такой подход как *правоохранительный*.

Представители *экономического* подхода Сенчагов В.К., Подкуйко М.С. считают, что финансовый мониторинг является составной и неотъемлемой частью механизма финансовой безопасности страны и представляет собой информационно-аналитическую систему наблюдений за динамикой ее индикаторов, позволяющих оценить уровень финансовой безопасности государства.

Сторонники *институционального* подхода Зубков В.А., Фитуни Л.Л., Прошунин М.М., Морозов Е.С., Тарасов А.Ю., Нагорных И.А. рассматривают финансовый мониторинг как комплекс мер, принимаемых компетентными государственными органами и финансовыми учреждениями, в целях борьбы с операциями, связанными с легализацией (отмыванием) преступных доходов, или финансированием терроризма. Основной орган – Росфинмониторинг. Кроме того, по мнению Прошу-

³ Городецкий А.Е., Каюмова Е.Ф. Финансово-экономические расследования в обеспечении экономической безопасности // Аудит и финансовый анализ. – 2007. – № 1. – С. 5.

нина М.М. к мерам, которые осуществляют указанные органы (субъекты финансового мониторинга), можно отнести и недопущение доходов, полученных незаконным путем, в национальную экономику⁴.

Подводя итог можно сказать, что финансовый мониторинг это совокупность методов, приемов и средств сбора, обработки и анализа информации, прогнозирования динамики всех экономических процессов и явлений, который может использоваться в разных направлениях обеспечения экономической безопасности, как для оценки состояния экономики государства, региона, так и для выявления условий, способствующих совершению правонарушений в экономической сфере, а также борьбы с этими правонарушениями.

Объектами финансового мониторинга являются бюджетно-налоговая, валютно-денежная, кредитно-банковская, внебюджетная сферы и правонарушения в этих сферах.

Субъектами финансового мониторинга выступают общеэкономические, контрольные и правоохранительные институты, обеспечивающие экономическую безопасность страны.

Одними из основных инструментов финансового мониторинга являются наблюдение и экономический анализ. Особенностью финансового мониторинга является то, что наблюдение за объектом мониторинга может осуществляться не только время от времени, но и непрерывно.

Можно выделить следующий комплекс задач, которые решает механизм финансового мониторинга в системе обеспечения экономической безопасности:

- сбор, обработка и анализ информации, а на основе их прогнозирование макроэкономической ситуации, состояние экономики на региональном и местном уровне для осуществления своевременного, оперативного государственного вмешательства в соответствующие отрасли экономики для недопущения негативных рыночных процессов и явлений, обеспечения стабильности российского хозяйственного механизма, устойчивости развития экономики России;
- выявление взаимосвязей процессов и явлений, протекающих во всех отраслях экономики России: с результатами государственной управленческой, регулирующей деятельностью органов государственной власти, связанной с переводом российской эко-

⁴Прошунин М.М. Финансовый мониторинг: субъекты, объекты и значение // Вестник РУДН, серия Юридические науки. – 2008. – № 2. – С. 47.

номики на инновационный путь развития и модернизацию; с негативными экономическими явлениями (преступлениями и иными правонарушениями) в экономической сфере, решением задач по их выявлению и противодействию;

- сбор, обработка и анализ информации для изучения и прогнозирования наиболее криминогенной составляющей отраслей (например, промышленности, транспорта, сельского хозяйства и др.), финансового, кредитно-банковского сегментов российской экономики, хозяйствующих субъектов; принятия решения о применяемых формах, методах и средствах противодействия экономическим преступлениям и административным правонарушениям.

Финансовый мониторинг дает возможность своевременно оценить информацию о состоянии российской экономики, региональных и мировой экономики, спрогнозировать важнейшие параметры социально-экономического развития и выбрать средства обеспечения экономической безопасности, под которыми понимаются технологии, а также технические, программные, лингвистические, правовые, организационные средства, включая телекоммуникационные каналы, используемые в системе обеспечения экономической безопасности для сбора, формирования, обработки, передачи или приема информации о состоянии экономической безопасности и мерах по ее укреплению.

Таким образом, финансовый мониторинг как механизм имеет важное значение в системе обеспечения экономической безопасности.

Используемые источники

1. Городецкий А.Е., Каюмова Е.Ф. Финансово-экономические расследования в обеспечении экономической безопасности // Аудит и финансовый анализ. — 2007. — № 1. — С. 1–8.
2. Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства: Монография. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
3. Кузнецова Е.И. Национальная экономическая безопасность как предмет экономической стратегии государства // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2008. — № 7(28). — С. 30–34.
4. Подкуйко М.С. Особенности проведения мониторинга финансовой безопасности России в условиях глобализации // Финансовые исследования. — 2008. — № 2. — С. 5–12.
5. Прошунин М.М. Финансовый мониторинг: субъекты, объекты и значение // Вестник РУДН, серия Юридические науки. — 2008. — № 2. — С. 43–50.
6. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность России. Общий курс. Учебник. — М.: Издательство Дело, 2005. — 895 с.

Глухова М. И.

*кандидат экономических наук, доцент,
Первый московский государственный университет им. И. М. Сеченова
e-mail: miss4@yandex.ru*

Ермасова Н. Б.

*доктор экономических наук, профессор,
Говернорс Университет штата Иллинойс
e-mail: bermasov@mail.ru*

Госкорпорации и ТНК: единство и борьба противоположностей

В статье представлен анализ общих элементов и тенденций дальнейшего развития государственных и транснациональных корпораций, вызовов, ими обусловленных и проблем, с ними связанных. Дан прогноз функционирования госкорпораций в России.

Ключевые слова: *транснациональная корпорация, государственная корпорация, реорганизация.*

Glukhova M. I.

*PhD (Economics), associate professor,
the first Moscow State University of Sechenov*

Ermасova N. B.

*Doctor of Science (Economics), professor,
Governors University of the State of Illinois*

State corporations and multinational corporation: unity and conflict of opposites

The analysis of the general elements and tendencies of further development of the state and multinational corporations, calls is presented in article, by them caused and problems, with them connected. The forecast of functioning of state corporations in Russia is submitted.

Keywords: *multinational corporation, state corporation, reorganization.*

В представлении большинства людей, приступающих к изучению экономики, государственные и транснациональные корпорации являются противоположностями, находящимися на разных полюсах, воплощением плана и рынка, государства и конкуренции, а для предвзятых сторонников – отсталости и динамичного развития. Однако, если присмотреться внимательнее, то можно обнаружить не только различия, но и сходство. Не случайно в международных документах ООН эти субъекты представлены вместе. Например, в Декларации ООН «О

борьбе с коррупцией и взяточничеством в международных коммерческих операциях», утвержденной Резолюцией 51/191 Генеральной Ассамблеи ООН 16 декабря 1996 г. неоднократно встречается выражение «частные и государственные корпорации, в том числе транснациональные корпорации»¹.

Это означает, что данные, характеризующие их хозяйственную деятельность, группируются и исследуются в едином контексте.

И те, и другие по сути своей являются корпорациями, крупными игроками экономического пространства, чья роль наиболее заметна. В адрес российских корпораций, собственником которых является государство, в последнее время имеется множество нареканий. Начиная с 2009 года, публикации экономической направленности и обсуждения в СМИ наполнены критикой в их адрес, с этим и связано отсутствие новых корпораций, хотя еще в 2007 году их создание было объявлено магистральной линией экономического развития России.

Семь лет для экономической истории – срок небольшой, госкорпорации – явление новое, что проявляется в неустоявшейся еще терминологии. С одной стороны, под госкорпорациями принято понимать некоторые юридические лица, которые были созданы с помощью специальных законов, внесенных Президентом РФ, управляются данными законами и «имеют своё собственное правовое поле». С другой стороны есть предприятия, имеющие в своем названии словосочетание «государственная корпорация», но не имеющие своего поля, «своего закона» (например, ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения (ОрВД) в Российской Федерации»).

Такое положение вещей не является катастрофичным, а лишь свидетельствует о том, что данная форма находится на стадии зарождения, это своего рода «детская болезнь неустоявшейся терминологии».

Главным вопросом, на который необходимо найти ответ, является вопрос о том, в силу чего госкорпорации в России функционируют очень проблемно. Неэффективна сама организационно-правовая форма или она неумело используется в силу ряда субъективных причин.

Если имеет место первый вариант, то такая организационно-правовая структура должна исчезнуть, уйти в прошлое как неудачный экономический эксперимент. Если же сказывается недостаток опыта, консерватизм, некоторая правительственная нединамичность, то эти факторы вполне преодолимы, а, значит, у госкорпораций есть будущее.

¹ Официальный отчет Генеральной Ассамблеи, 51 сессия. – Дополнение № 49 (А/51/49). – С. 173.

Интернет-ресурсы свидетельствуют о популярности существующего проекта полного преобразования государственных корпораций. Так, «Росатом», например, имеет определенные властные полномочия, принадлежащие федеральным органам государственной власти, имеет право самостоятельно принимать нормативные правовые акты, распоряжаться бюджетными средствами и иметь собственные военизированные охранные подразделения. Поэтому его предполагается преобразовать в федеральный орган исполнительной власти, что сузит его возможности. ВЭБ, АСБ, Ростехно могут быть отнесены к коммерческим организациям. Их предлагается преобразовать в хозяйственные общества (акционерные, например) со 100-процентным государственным участием. Роснано уже является ОАО с 2010 года. Но так как право собственности всех акций принадлежит государству, то эту организацию продолжают рассматривать как госкорпорацию, хотя в строгом смысле, она таковой уже не является.

АСВ по своему содержанию – крупная страховая компания, которая также вполне может стать акционерным обществом открытого типа.

Преобразование госкорпораций, по мнению сторонников их полной реорганизации, должно быть планомерным, постепенным, но происходить постоянно и закончиться «полной победой»².

Для того, что бы разобраться, стоит ли так решительно расправляться с правительственными корпорациями, или все же дать им исторический шанс, следует обратиться к истории создания таких предприятий. Они – не специфически российское изобретение. Англоязычные аналоги термина «государственная корпорация» – «government-owned corporation», «state-owned enterprise», «federal government chartered corporation» и «federal government acquired corporation» (США), «government business enterprise» (Австралия), «crown corporation» (Канада) так многообразны не случайно. Существуют и холдинговые правительственные корпорации, если государство владеет предприятием через холдинговую структуру, имеет множество дочерних фирм, используют термин «government-linked company».

Такие предприятия создавались в условиях кризиса. Так, в Соединенных Штатах Федеральная корпорация по страхованию вкладов была создана в 1933 году. Первая российская госкорпорация была создана в 1999 году после мощнейшего кризиса 1998 года, который угрожал разрушением всей финансовой системы. Она также преследовала цель защитить банковские вклады населения (АРКО). Даже в Вели-

² По материалам сайта. Режим доступа: <http://ria.ru/economy/20090319/165336386.html#ixzz33Z7K7Agg>.

кобритании, где на присутствие государства в экономике всегда смотрели с осторожностью, в 1946 году для вывода энергетической отрасли из кризиса был создан Национальный совет по углю. Достаточно много пишется о сингапурской компании «Temasek», созданной в 1974 году.

Большинство госкорпораций создавались на временной основе, а затем подвергались реорганизации или приватизации, однако функционировали довольно долго и эффективно. Некоторые существуют до сих пор.

Примером может служить «Tennessee Valley Authority». Корпорация, созданная 18 мая 1933 года Франклином Рузвельтом всего через 4 месяца после избрания его Президентом США. Это была полностью контролируемая государством компания, возглавляемая Советом директоров из 9 человек, которые назначались лично Президентом по согласованию с членами Конгресса. Объявленная цель — реструктуризация экономики долины реки Теннесси на основе инновационных инфраструктурных проектов, а именно — создания новых каналов, дорог, электростанций.

В то время этот регион в силу целого ряда исторических причин был крайне отсталым.

В рамках проекта было построено несколько гидроэлектростанций, навигационный канал длиной в 650 миль, расширено железнодорожное сообщение. Были построены новые школы и системы контроля над уровнем воды, что было крайне актуально в условиях постоянных наводнений.

Строительство электростанций помогло сельскохозяйственному региону с высочайшим уровнем безработицы фактически создать промышленное производство. Промышленные компании благодаря дешевой электроэнергии вышли на рынок региона.

С 1934 по 2000 годы на проекты TVA было направлено \$20 млрд. 73% этих средств было потрачено с 1940 по 1958 год. Именно в этот период была создана большая часть инфраструктуры. По окончании Второй Мировой войны TVA стала главным поставщиком электричества в США.

С 1950—1955 годах трансферты федерального правительства в расчете на одного жителя составили \$150 в год. Типичное домохозяйство состояло из пяти членов, средний трансферт составлял около \$750 в год — это 10% среднего дохода домохозяйства³.

³ По материалам сайтов: www.newsland.com.
www.finmarket.ru.
www.mlg.ru.
www.interfax.ru.

В результате – оживление в самом депрессивном на тот момент регионе, программа запустила быструю индустриализацию. Именно это предоставило повод исследователям и критикам говорить о том, что Рузвельт использовал в долине Теннесси опыт СССР.

Критики проекта полагали, что индустриализация региона была достигнута за счет других регионов, которые пришли в упадок.

Однако, более поздние исследования показали, что вся страна в целом получила определённый выигрыш. Эта корпорация работает и сегодня, хотя её лучшие дни остались в прошлом. Такая «живучесть», безусловно, свидетельствует в пользу государственных корпораций. Опыт функционирования подобных структур еще недостаточно изучен и ждёт своего часа.

При этом транснациональные корпорации (ТНК) исследуются давно и достаточно серьёзно. Внимательный анализ позволяет увидеть, что многие их преимущества в то же время являются и преимуществами корпораций государственных, так как последние схожи с транснациональными организацией взаимоотношений с поставщиками, потребителями и некоторыми иными экономическими агентами.

Им присущи такие общие черты как:

- своеобразное построение активов
- высокая точность и выстроенная система оценки качества выпускаемой продукции
- высокая степень межфирменной кооперации
- функционирование в конкурентной среде, где потребители всегда имеют альтернативу⁴.

Удивляет и некоторое совпадение в динамике их функционирования. Если в 20-м веке и государственные и транснациональные компании демонстрировали значительные успехи, то 21-й век заставил столкнуться как тех, так и других, с некоторыми вызовами.

Причем характер вызовов тоже идентичен.

Наиболее значимыми угрозами (с точки зрения долгосрочного экономического развития) являются:

1. Снижение эффективности деятельности госкорпораций, нерациональное распределение финансовых и имущественных обязательств государства по обеспечению их деятельности вследствие нечеткости определения собственного стратегического.

⁴ Общие черты выделены на основе: Гурков И. Стратегия и структура корпорации. – М.: Дело, 2006.

2. Повышение рисков «теневое» лоббирование интересов сторон, разрастания «теневой» экономики.
3. Усиление ситуативности в принятии решений, разрушение стратегической линии поведения фирмы.
4. Нечеткое определение зон ответственности как между Правительством и корпорациями, прежде своего государственным.
5. Распространение «перекрестного» взаимодействия госкорпораций и транснациональных корпораций, риск усиления их противоречий.
6. Ухудшение условий внешней среды ввиду недостаточной предсказуемости деятельности самих корпораций, рисков нарушения условий для иных игроков, справедливой конкуренции между ними.
7. Открытые злоупотребления широкими полномочиями и связями.
8. Обеспечение приоритетов прямого государственного вмешательства в экономику и снижение её рациональности.
9. Понижение активности государственных органов в совершенствовании косвенных инструментов регулирования национального хозяйства.

Действительно, несмотря на то, что доли американских транснациональных корпораций в исследованиях и разработках, а также в выплатах сотрудникам в частном секторе, в общем и целом почти не изменились в период между 1999 и 2009 гг., их доли добавленной стоимости, капиталовложений и занятости уменьшились. Негативом является и то, что их экспорт увеличивался медленней общего объема экспорта по стране. Импорт же возрастал быстрее общего объема импорта, а весь транснациональный сектор, в целом, скатился с чистого положительного торгового баланса в 1999 г. до чистого дефицита торгового баланса в 2009 г. В 2000-е гг. американские транснациональные корпорации расширились за рубежом быстрее, чем внутри страны. В результате, с 1999 по 2009 гг. американская доля их глобальной деятельности снизилась примерно на 7–8% в добавленной стоимости, капиталовложениях и занятости, и примерно на 3–4% в исследованиях и разработках и в выплатах сотрудникам. Сокращающаяся внутренняя доля их общей занятости (которая также упала на 4% в 1990-х гг.) вызвала опасения того, что они перемещают рабочие места в свои зарубежные дочерние компании.

ТНК становятся катализаторами безработицы. Так, с 1999 по 2009 гг. американские производственные транснациональные корпорации сократили свою занятость в США на 2,1 млн. человек, или на 23,5%.

Они повысили занятость в своих зарубежных дочерних компаниях, но всего лишь на 230 000 человек (5,3%): этого вовсе не достаточно для того, чтобы объяснить гораздо более сильное снижение их занятости внутри Соединенных Штатов.

Кроме того, американские производственные компании, не являющиеся транснациональными корпорациями, за тот же период сократили свою занятость на 3,3 млн. человек, или на 52%. Во всё большем количестве исследований делается вывод о том, что трудосберегающие технологические изменения и привлечение иностранных производителей были важными причинами значительного циклического снижения занятости в производственном секторе США в 2000-х гг.⁵

Таким образом, и государственные, и транснациональные корпорации являются неотъемлемой частью современной глобальной экономики.

Они имеют много общего: длительную историю, появление в момент обострения кризисов, мощнейший потенциал, заметную роль в хозяйственной жизни. Они имеют схожие проблемы, и сами несут в себе схожие угрозы, они нуждаются сегодня в преобразованиях, которые в корпорациях государственных уже происходят. Но они не являются «вчерашним днём» экономического развития, а, значит, они должны оставаться в поле зрения ученых.

Используемые источники

1. Балабанова А.В., Старицын А.Г. Конкурентный механизм и его ключевая роль в механизме стимулирования перехода к инновационной модели управления современными корпорациями // Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. научных трудов. Вып. XXXI. — М.: Российская Академия предпринимательства. Агентство печати «Наука и образование», 2012. — С. 7–19.
2. Балабанова А.В., Старицын А.Г. Современные подходы к управлению диверсифицированными корпорациями // Путеводитель предпринимателя. — 2012. — № 15. — С. 53–67.
3. Гурков И. Стратегия и структура корпорации. — М.: Дело, 2006.
4. <http://www.newsland.com>.
5. <http://www.finmarket.ru>.
6. <http://www.interfax.ru>.
7. <http://www.project-syndicate.org/commentary/are-us-multinationals-abandoning-america-/russian>.

⁵ Режим доступа: <http://www.project-syndicate.org/commentary/are-us-multinationals-abandoning-america-/russian#9Rt8M5ByPsKfrCc.99>.

Дудин М. Н.

*кандидат экономических наук, доцент,
профессор кафедры «Менеджмент организации»,
Российская академия предпринимательства
e-mail: dudinmn@mail.ru*

Макашова Н. А.

*аспирант Российской академии предпринимательства
e-mail: nadya-svh@mail.ru*

Гудвилл как важный внутренний контролируемый ресурс развития предпринимательской структуры

В статье представлено исследование понятия «гудвилл», определены ключевые факторы его возникновения и показано, что гудвилл представляет собой важный внутренний контролируемый ресурс, определяющий развитие предпринимательской структуры.

Ключевые слова: экономика знаний, нематериальные активы, гудвилл, капитализация гудвилла, стратегический актив, предпринимательская структура.

Dudin M.N.

*PhD(Economics), associate professor,
professor of «Management organization» department,
Russian academy of entrepreneurship*

Makashova N.A.

*postgraduate student,
Russian academy of entrepreneurship*

Goodwill as an important internal resource controlled development of business structure

In article the study of the concept of «goodwill» is presented, the key factors of its appearance are determined and it is shown, that goodwill represents an important internal controlled resource determining the development of business structure.

Keywords: knowledge economy, intangible assets, goodwill, goodwill capitalization, strategic asset, the enterprise, business structure.

Переход от индустриальной экономики к «экономике знаний» закономерно изменяет экономические и социальные отношения в обществе. Данная тенденция проявляется в том, что положение компании на рынке определяется эффективностью использования не только производственных активов и денежных ресурсов, но и нематериальных активов, качеством управления нефинансовыми рисками, то есть

возрастает роль интеллектуального капитала. В результате наблюдается тенденция к увеличению разрыва между рыночной и балансовой стоимостью капитала предпринимательских структур, что приводит к повышению значимости и актуальности исследования такой особой экономической и бухгалтерской категории как гудвилл.

Исследуемая категория вошла в учет в 1891 г., когда английский бухгалтер Ф. Мор впервые предложил оценивать гудвилл исходя из размера генерируемых им дополнительных доходов, однако настоящую актуальность изучение данной категории приобрело лишь в конце XX – начале XXI вв.

При внимательном рассмотрении гудвилла как экономической категории, можно увидеть, что в настоящее время не существует единого мнения трактовки этого термина.

В частности, Ковалев В.В. полагает, что экономическая сущность гудвилла заключается в стоимостной оценке, наработанной фирмой к моменту анализа нематериальной ее ценности (торговая марка, патенты компании, которые разработаны и в балансе не отражены, слаженный коллектив и т. д.), то есть, по его мнению, гудвилл – это «разница между рыночной оценкой пассивов и рыночной оценкой активов»¹.

В то же время Бланк И.А. определяет гудвилл как один из видов нематериальных активов, стоимость которого определяется разницей между рыночной (продажной) стоимостью предприятия как целостного имущественного комплекса и его балансовой стоимостью (суммой чистых активов). Он считает, что такое повышение стоимости предприятия связано с возможностью получения более высокого уровня прибыли (по сравнению с среднерыночным уровнем эффективности инвестирования) за счет использования более эффективной системы управления, доминирующей позиции на товарном рынке, применения новых технологий и др.²

Как справедливо отмечают Баркаускас В., Ясинскас Е., Баркаускене К. (Barkauskas V., Jasinskaskas E, Barkauskiene K.), гудвилл как актив часто включается в «лоскутное одеяло» («пэтчворк») из всевозможных параметров и, в отличие от других строк балансового отчета компании, которые четко прописываются с помощью конкретных цифр, данное понятие определяет в некотором роде абстрактную ценность³.

¹ Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 768 с.

² Бланк И. А. Энциклопедия финансового менеджмента: в 4-х т. Т. 1: Концептуальные основы финансового менеджмента. – М., К.: Эльга: Ника-Центр, 2008. – 448 с.

³ Barkauskas V., Jasinskaskas E, Barkauskiene K. Goodwill as element of intellectual capital // <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/5039/%D1%81.%202027.pdf?sequence=1>.

Общий обзор научных источников, посвященных проблематике, связанной с понятием «гудвилл», показал, что четкое понимание данной категории на сегодняшний день не выработано. Однако, базируясь на тех же источниках, выделены несколько ключевых подходов к определению гудвилла (см. табл. 1).

Таблица 1

Критическая оценка подходов к определению гудвилла⁴

Подход	Критическая оценка
Гудвилл – это стоимость неосязаемых активов, рассчитанная как разность между стоимостью действующего предприятия и суммой чистых осязаемых активов плюс идентифицируемые неосязаемые активы.	Учитывая многокомпонентность гудвилла, признаваемую большинством авторов, данное определение является не полным, так как отражает всего лишь одну из характеристик этого понятия.
Гудвилл – это все нематериальные активы или часть нематериальных активов, способных приносить предприятию дополнительную прибыль.	Данное определение представляется неприменимым в условиях российской действительности, так как вступает в противоречие с официальным определением нематериальных активов и их признаками, зафиксированными в положении по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007).
Гудвилл – это неотделимые нематериальные активы, используемые в финансово-хозяйственной деятельности предприятия, способные приносить ему дополнительную прибыль.	Не полностью учитывает характеристики нематериальных активов, указанных в ПБУ 14/2007, а также еще некоторые особенности компонентов, относимых к гудвиллу другими исследователями.

На основании проведенного анализа определений, представляется целесообразным ввести такую трактовку понятия «гудвилл» – это неотделимые от потенциала предприятия, используемые вне балансовые нематериальные активы, отражающие его отличительные особенности (уровень и состояние деловой репутации, корпоративной культуры, применяемых управленческих технологий и т.п.) и способные приносить ему дополнительные выгоды.

Этот, более сложный подход учитывает ключевую роль отношений между компанией и заинтересованными сторонами. Данный подход подчеркивает значение ожиданий заинтересованных сторон и позволяет нам связать деловую репутацию предпринимательской

⁴ Дудин М.Н., Лясников Н.В., Диденко Э.Н. Экономические особенности категории «гудвилл» как фактора совершенствования управления предпринимательскими структурами // Европейский исследователь. – 2013. – Т 1 (58). – № 9–1. – С. 2212–2217.

структуры с ее экономической выгодой. В ряде исследований объясняется корреляция между корпоративной репутацией и компенсацией управляющих, в то время как К. Баллен (K. Ballen)⁵ утверждает, что качество менеджмента является основным определяющим фактором деловой репутации, то есть «гудвилла».

Роберт Ф. Рейли и Роберт П. Швайс⁶ выделяют три компонента гудвилла, которые могут рассматриваться в качестве факторов возникновения гудвилла:

Первый компонент – существование имеющихся на месте и готовых для использования операционных активов бизнеса. Эти элементы предпринимательской структуры включают капитал (например, оборудование), рабочую силу (например, работников) и координацию (например, менеджмент). Благодаря тому, что эти компоненты собраны в одном месте и функционируют как единое целое, формируется дополнительная ценность компании;

Второй компонент гудвилла – это существование избыточной экономической прибыли. Избыточная экономическая прибыль представляет собой прибыль компании свыше средней величины прибыли в этой отрасли. Этот компонент гудвилла не может быть конкретно отнесен на любые материальные или идентифицированные нематериальные активы рассматриваемой предпринимательской структуры;

Третий компонент гудвилла – это ожидание будущих событий, которые не имеют прямой связи с текущими операциями рассматриваемой предпринимательской структуры (будущие капиталовложения, будущие слияния и поглощения, будущие товары или услуги и будущие заказчики, или клиенты).

Возникновение гудвилла в процессе предпринимательской деятельности вызвано влиянием внутренних и внешних факторов. Внутренние факторы складываются в пределах самого предприятия и не зависят от внешних обстоятельств, например, наличие лицензий и патентов, постоянного числа клиентов, торговых марок. Внешние факторы складываются при участии предприятия, но под влиянием внешних обстоятельств, например, получение сверхприбыли, ожидание капиталовложений и др.

⁵ Ballen K. America's Most Admired Corporations // Fortune. – 1992. – Vol. 125, – No. 3. – P. 30–34.

⁶ Внутренний гудвилл предприятия [Электронный ресурс] / Роберт Ф. Рейли, Роберт П. Швайс // Willamette Management Associates BUSINESS VALUATIONS GUIDE. – 2007. – № 1. – Режим доступа к журн.: http://www.cfin.ru/appraisal/intel/purchased_goodwill.shtml.

На основе данных умозаключений, можно сказать, что гудвилл является показателем, характеризующим деятельность любой компании в любое время, независимо от того, является он положительным или отрицательным.

Поэтому для предприятия чрезвычайно важно управлять стоимостью гудвилла, так как он уже является активом компании и позволяет приобрести дополнительные конкурентные преимущества и занять лучшую позицию в рынке.

Отсюда можно сделать вывод о том, что гудвилл, как и деловая репутация, является нематериальным активом современной предпринимательской структуры (компании, фирмы, предприятия), который имеет для нее стратегическую значимость, а, следовательно, относится к стратегическим активам. Понятие стратегических активов пришло в современную экономическую науку из ресурсной теории, получившей распространение в стратегическом менеджменте благодаря работам Б. Вернерфельга, Р. Румельта, Дж. Барни и других.

Принадлежность активов компании к группе стратегических, то есть таких, которые обеспечивают получение устойчивых конкурентных преимуществ, целесообразно определять по четырем критериям, предложенным Дж. Барни ⁷, а именно:

- ценность для организации;
- отсутствие заменителей;
- сложность или невозможность копирования, или воспроизведения;
- редкость среди активов конкурентов.

Соответствует ли этим критериям гудвилл? Как показано выше, данный актив является ценным для компании. Сегодня ни для кого не новость, что репутация важнее составляющей рыночной стоимости компании. У некоторых компаний, например, Microsoft и Yahoo, эта доля превышает более 80% стоимости.

Гудвилл нельзя скопировать или заменить — это уникальная характеристика каждой компании, которая возникает в результате ее сложно повторяющейся деятельности по созданию продукта и ценностей при определенных условиях функционирования.

Гудвилл для компании является редким и уникальным активом, который невозможно купить или получить без приложения определенных усилий. Он приобретается в процессе развития и неотделим от самой компании.

⁷ Barney, J.B. Firm resources and sustainable competitive advantage // Journal of Management. — 1991. — № 17.

Итак, гудвилл является стратегическим активом и компании необходимо формировать этот актив в соответствии не только с внешними, но и с внутренними условиями хозяйствования.

Важное значение нематериальных активов в обеспечении стратегической успешности предприятия обуславливает необходимость обоснования методологической основы стратегического управления гудвиллом.

Организационно-экономический механизм формирования и повышения капитализации гудвилла, создания так называемого «репутационного капитала» можно определить, рассмотрев возможные способы решения данного вопроса. Существует два варианта решения проблемы повышения доли нематериальных активов, в частности, гудвилла, в капитализации компании:

1) традиционный метод использования нематериальных активов на основе повышения их стоимости в управленческом и бухгалтерском учете;

2) инновационный метод на основе создания системы стратегического управления такими активами.

Особое внимание стоит уделить именно инновационному подходу, который предусматривает осуществления следующих мер:

а) формирование системы стратегических целей и задач в сфере формирования, использования и развития деловой репутации и гудвилла (например, в формате стратегических карт с применением аналитических методов и стратегических сессий);

б) исследование рынков, на которых действует предпринимательская структура, через призму выявления стратегически важных направлений;

в) формирование перечня и требований к нематериальным активам, определяющих ключевые рыночные преимущества, и устойчивость предпринимательской структуры в его развитии;

г) инвентаризация нестандартных нематериальных активов, в т.ч. фонда знаний, накопленных предприятием и др.

Если рассматривать гудвилл с позиций сильного бизнеса, суммы средств, инвестированные в этот актив, способны обеспечить в десять или даже в двадцать раз более высокую доходность. Обладая высоким гудвиллом, можно получить более благоприятный кредит под низкие процентные ставки. Кроме того, авторитет компании позволяет ей установить более высокую цену на свою продукцию. С другой стороны, гудвилл требует постоянных денежных вливаний в: качество продукта, услуги, имидж и рекламу брендов.

Соответственно, гудвилл представляет собой не только и не столько внешнюю характеристику предприятия, сформированную в результате финансово-экономической деятельности, но и важный внутренний контролируемый ресурс, определяющий развитие предпринимательской структуры.

Используемые источники

1. Балабанов В.С., Гордеев В.В., Осокина И.Е. Глоссарий современных экономических терминов (русско-английский) / Российская академия предпринимателей — М.: АП «Наука и образование», 2005.
2. Балабанов В.С., Бараненко С.П. Причины и методы противодействия утрате устойчивости предприятия // Путеводитель предпринимателя. — 2008. — № 1. — С. 7–21.
3. Бланк И. А. Энциклопедия финансового менеджмента: в 4-х т. Т. 1: Концептуальные основы финансового менеджмента. — М., К.: Эльга: Ника-Центр, 2008. — 448 с.
4. Внутренний гудвилл предприятия [Электронный ресурс]/ Роберт Ф. Рейли, Роберт П. Швайц // Willamette Management Associates BUSINESS VALUATIONS GUIDE. — 2007. — № 1. — Режим доступа к журн.: http://www.cfifn.ru/appraisal/intel/purchased_goodwill.shtml
5. Дудин М.Н., Лясников Н.В., Диденко Э.Н. Экономические особенности категории «гудвилл» как фактора совершенствования управления предпринимательскими структурами // Европейский исследователь. — 2013. — Т. 1(58). — № 9–1. — С. 2212–2217.
6. Дудин М.Н., Диденко Э.Н. Гудвилл (деловая репутация) как источник конкурентного преимущества предпринимательской структуры // Ученые записки: роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России. Сборник научных трудов. Выпуск XXXVII. — М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2013. С. 396–401.
7. Дудин М.Н., Лясников Н.В., Макашова Н.А. Управление инновационной активностью промышленных предприятий в условиях когнитивной экономики // Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание. Сборник научных трудов. Выпуск XXII. М.: Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2014. — С. 43–50.
8. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 768 с.
9. Ballen K. America's Most Admired Corporations // Fortune. — 1992. — Vol. 125, — No. 3. — P. 30–34.
10. Barkauskas V., Jasinskas E, Barkauskiene K. Goodwill as element of intellectual capital//<http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/5039/%D1%81.%20207.pdf?sequence=1>.
11. Barney, J.B. Firm resources and sustainable competitive advantage // Journal of Management. — 1991. — №17.

12. Dudin M.N., Innovative Development Path as a Form of Business Enterprises' Activity Boost // *European Researcher*. – 2014. – Vol.74, No. 5–1. – PP. 831–836.
13. Baranenko S.P., Dudin M.N., Ljasnikov N.V., Busygin K.D. Using environmental approach to innovation-oriented development of industrial enterprises// *American Journal of Applied Sciences*. – 2013. – Vol. 11, No. 2. – P. 189–194.
14. Dudin M.N., Ljasnikov N.V., Sekerin V.D., Veselovsky M.Y., Aleksakhina V.G. The problem of forecasting and modelling of the innovative development of social economic systems and structures // *Life Science Journal*. – 2014. – Vol. 11, № 6. – P. 535–538.

Макшишко Д. Р.

*аспирант Московского городского университета управления
Правительства Москвы, главный специалист Департамента науки,
промышленной политики и предпринимательства города Москвы
e-mail: maksishko@gmail.com*

Потребности предпринимательских структур как фактор развития региональной инновационной инфраструктуры

В статье рассмотрен российский опыт применения кластерного подхода к развитию региональной инновационной инфраструктуры и предложено использовать его для совершенствования оказания инфраструктурной поддержки инновационно активно-му предпринимательству на основе определения его актуальных потребностей.

Ключевые слова: *инновации, инновационная инфраструктура, территориальные технологические кластеры, эмпатическое проектирование.*

Maksishko D. R.

*postgraduate student of Moscow City Government University of Management,
chief specialist of the Department of Science,
Industrial Policy and Entrepreneurship of Moscow*

Needs of business structures as the determining factor of the development of the innovative infrastructure

In the article it is considered the Russian experience of application of cluster approach to development of the regional innovative infrastructure and offered to use it for improvement of the infrastructural supporting of innovative business based on identification of its current needs.

Keywords: *innovation, innovative infrastructure, territorial technological clusters, empathic design.*

Применение инноваций в предпринимательской деятельности привлекательно для бизнес-структур: в случае успешного внедрения нововведения позволяют получить конкурентные преимущества на рынке. В то же время велик и риск потерять вложенные в новые разработки средства в случае неудачи. Практика показывает, что 15% венчурных фирм терпят неудачу, 25% теряют больше, чем приобретают, 30% едва в состоянии вести хозяйственную деятельность, и только 30% успешно действуют на рынке ¹. Все это говорит о существовании проблемы формирования определенной среды – условий, индуцирующих и обес-

¹ Романенко Е. В. Малое предпринимательство и инновационный характер развития экономики России / Е. В. Романенко. – М.: Креативная экономика, 2010. – 251 с.

печивающих существование и развитие инновационного предпринимательства. Одной из составляющих формирования таких условий может рассматриваться инновационная инфраструктура, представляющая собой совокупность всевозможных организационных структур – объектов инновационной инфраструктуры, деятельность которых нацелена на поддержку инновационной деятельности.

В России к середине 2014 года сформировалась большое число объектов инновационной инфраструктуры, во многом повторяющих успешный опыт зарубежных аналогов: технопарки (около 200 единиц), бизнес-инкубаторы (более 180, из них 20% имеют инновационную специализацию), центры коллективного пользования (311 единиц), нано-центры (121 единица) и прочие ². Организационно они могут существенно различаться по степени сложности и масштабу деятельности, однако у них есть одно общее – преобразование входов (инвестиций, основных и оборотных фондов, интеллектуальных ресурсов) в инновационные продукты ³.

В то же время инновационная активность предпринимательских структур продолжает оставаться на низком уровне. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики ⁴, удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные и маркетинговые инновации в общем числе обследованных организаций не превышает 10,4%. Это почти втрое меньше, чем то, что демонстрируют страны, замыкающие ранжировку инновационной активности Европейского союза, составленный Евростатом ⁵: Болгария – 27,1%, Польша – 28,1%, Латвия – 29,9%. Страны-лидеры в этом списке – Германия (79,3%), Люксембург (68,1%), Бельгия (60,9%) и Португалия (60,3%).

Из сказанного следует очевидная необходимость выявления новых факторов развития региональной инновационной инфраструктуры, одним из которых могут служить актуальные потребности самих ее

² Инновационная инфраструктура, стройся и окупайся! / РВК [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rusventure.ru/ru/press-service/massmedia/detail.php?ID=17349> (Дата обращения: 11.05.2014).

³ Кравченко Н. А. Инновационное предпринимательство: теория и практика / Кравченко Н. А. и др. ; под. ред. В. В. Титова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2012. – 323 с.

⁴ Наука и инновации / Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/# (Дата обращения: 11.05.2014).

⁵ Innovation statistics / Eurostat [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://err.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Innovation_statistics (Дата обращения: 11.05.2014).

пользователей – инновационно активных предприятий. Как представляется, трансформация инновационной инфраструктуры с ориентацией на потребности инновационного бизнеса возможна в рамках функционирования территориальных технологических кластеров.

Кластер, согласно определению автора этого понятия М. Портера, есть группа соседствующих, географически взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) вместе со связанными с ними организациями (вузы, органы государственной власти, инфраструктурные компании и др.)⁶. В своих работах Портер обращает внимание на свойство наиболее конкурентоспособных фирм одной отрасли концентрироваться на ограниченной территории⁷.

Кластеризация как механизм экономического развития регионов в России частично имел место уже в советский период и выражался в применении территориально-производственного подхода в размещении производительных сил в СССР. Пробразом современных кластерных инициатив стали создаваемые в условиях административно-командной экономики территориально-производственные комплексы. Однако если для таких комплексов внутренним интегратором служили прежде всего объекты производственной инфраструктуры, то для кластеров важное значение приобретают интегрирующие факторы нового знания, инноваций, информационно-коммуникационных сетей, обеспечивающих конкурентоспособность кластера⁸.

Зарождение кластерных инициатив в России произошло с явным отставанием от стран с более развитой экономикой, в частности европейских. До конца 2000-х годов в России едва ли можно было наблюдать примеры территориально-отраслевого партнерства предприятий и организаций, характеризующего кластеры. Предпринятое в 2009 году Институтом анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ исследование⁹ свидетельствует о слабой распространенности сознательного сотрудничества с покупателями и поставщиками. Согласно результатам опроса 957 предприятий обрабатывающей промышленности, 48% из них приобрели

⁶ Мильнер Б. З. Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление / Б. З. Мильнер, Т. М. Орлова. – М.: ИНФРА-М, 2013 – 288 с.

⁷ Там же.

⁸ Бердичевская В. О. Инновационные кластеры в России: особенности финансирования. – Иваново: Научная мысль, 2011. – 191 с.

⁹ Голованова С. В., Авдашева С. Б., Кадочников С. М. Межфирменная кооперация: анализ развития кластеров в России // Российский журнал менеджмента. – 2010. – Том 8. – № 1. – С. 41–66.

новых стратегических партнеров в России или за рубежом за последние годы, в том числе у 63% предмет сотрудничества заключался в продвижении продукции; на совместную со стратегическими партнерами разработку и производство приходилось по 35% респондентов. Выявленные примеры взаимодействия с новыми партнерами выражались в простых формах сотрудничества, не создававших существенной отношения ренты. Европейские же страны на тот момент уже демонстрировали развитую, ориентированную на информационный обмен и совместную инновационную деятельность межфирменную кооперацию. Предпринятое по инициативе Еврокомиссии в 2006 году исследование 3,5 тыс. компаний из 25 стран-членов ЕС и ряда стран-кандидатов на вступление в Европейский союз¹⁰ показало следующие результаты: 25% компаний с числом занятых не менее 20 человек работали в тесной кооперации с местными предприятиями и обладали тесными связями с местной бизнес-инфраструктурой; 57% топ-менеджеров отмечался обмен опытом внутри кластера; 55% респондентов сообщили об обмене информацией о технологиях; 43% — о том, что их кластеры обеспечивают доступ к исследовательской инфраструктуре.

К настоящему времени в России начато закрепление практики применения кластерного подхода в государственном управлении, что находит свое отражение в стратегических документах, определяющих социально-экономическую и, в частности, инновационную политику государства.

Так, согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, принятой распоряжением Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р, в качестве составляющих одного из направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития указано создание сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал регионов.

Утвержденной распоряжением Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-р Стратегией инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года выделены следующие направления содействия развитию кластеров со стороны органов государственной власти и местного самоуправления: 1) содействие институциональному развитию кластеров; 2) развитие механизмов поддержки проектов, направленных

¹⁰ Голованова С. В., Авдашева С. Б., Кадочников С. М. Межфирменная кооперация: анализ развития кластеров в России // Российский журнал менеджмента. — 2010. — Том 8, № 1. — С. 41–66.

на повышение конкурентоспособности предприятий и содействие эффективности их взаимодействия; 3) обеспечение формирования благоприятных условий для развития кластеров.

В конце 2011 года Министерство экономического развития Российской Федерации объявило конкурсный отбор пилотных программ развития инновационных территориальных кластеров в целях оказания поддержки со стороны государства. На рассмотрение поступило 94 заявки из 50 регионов, экспертная оценка которых (всего к работе было привлечено около 100 экспертов, включая представителей федеральных органов исполнительной власти, ведущих научных и образовательных организаций, бизнес-сообщества) осуществлялась по следующим критериям ¹¹: 1) научно-технический и образовательный потенциал кластера; 2) производственный потенциал кластера; 3) качество жизни и уровень развития транспортной, энергетической, инженерной и жилищной инфраструктуры на территории базирования кластера; 4) уровень организационного развития кластера.

В результате в 2012 году были отобраны 25 наиболее сформировавшихся кластеров, из которых в соответствии с постановлением Правительства РФ от 06.03.2013 № 188 14 пилотных инновационных территориальных кластеров получили право на финансовую поддержку в форме субсидии из федерального бюджета на реализацию мероприятий своих программ развития. Местами локализации выделенных таким образом кластеров являются наиболее успешные с точки зрения инновационного развития регионы России: 19 из указанных 25 кластеров располагаются в субъектах федерации, занимающих верхние строчки в рейтинге инновационного развития, составляемого Высшей школой экономики ¹².

С точки зрения организации оказания инфраструктурной поддержки инновационно активным предпринимательским структурам важно, чтобы в составе территориальных технологических кластеров были специализированные организации, деятельность которых была бы нацелена на создание условий для эффективного взаимодействия организаций-участников, учреждений образования и науки, некоммерчес-

¹¹ Доклад Минэкономразвития РФ Правительству РФ «О проекте перечня пилотных программ развития инновационных территориальных кластеров» (письмо от 05.07.2012 № 13575-АК/Д19и).

¹² В декабре кластеры получают деньги // Российская кластерная обсерватория [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://cluster.hse.ru/news/1298/> (Дата обращения: 11.05.2014).

ких и общественных организаций, органов государственной власти и органов местного самоуправления, инвесторов в интересах развития территориального кластера, обеспечение реализации проектов развития территориального кластера, выполняемых совместно двумя и более организациями-участниками.

В то же время проблемным является то обстоятельство, что указанные специализированные структуры не обладают методикой выстраивания своей деятельности, принципиальной моделью функционирования, что вынуждает каждую из них самостоятельно искать пути достижения поставленной перед ними цели. С учетом непродолжительного времени существования пилотных инновационных территориальных кластеров пока невозможно с уверенностью утверждать, что существующий подход обречен на провал, однако накопленный опыт развития инновационной инфраструктуры в России в целом свидетельствует об ее отдаленности от действительных потребностей инновационно активного бизнеса, что создает риск недостаточной эффективности результатов деятельности инфраструктурных организаций — координаторов развития территориальных инновационных кластеров, предоставленных самим себе.

Необходимость выявления потребностей пользователей инновационной инфраструктуры для последующего воплощения их в качестве новых или усовершенствованных существующих функций инновационной инфраструктуры реализуема с применением принципов эмпатического проектирования — технологии, позволяющей создавать и развивать услуги и продукты на основе наблюдения за клиентами (пользователями) в их естественной обстановке.

Эмпатия определяется психологической наукой как способность проникнуться чувствами другого человека. В отличие от сочувствия, которое подразумевает необходимость во всем соглашаться, она означает взгляд на вещи глазами собеседника для его понимания. Эмпатически слушать значит выходить за рамки своей системы взглядов и ценностей, сложившейся привычки к суждениям и стараться глубоко вникнуть в обсуждаемый предмет или встать на точку зрения другого человека¹³.

Отправной точкой в применении эмпатического проектирования являются невыраженные потребности клиентов, чуткое понимание которых способно создавать новшества.

¹³ Кови Стивен Р. Восьмой навык. От эффективности к величию. — М.: Альпина Паблшерз, 2013 — 404 с.

Реализация эмпатического подхода на практике заключается в - выполнении следующих этапов ¹⁴: 1) наблюдение; 2) сбор данных; 3) рассмотрение и анализ; 4) коллективный поиск свежих решений; 5) разработка модели возможного решения. Все эти этапы выполнимы специализированными организациями, координирующими развитие территориальных инновационных кластеров, благодаря возможности находиться в постоянном контакте со своими «клиентами» – предпринимательскими структурами – участниками кластеров.

Таким образом, принятие и использование объектами инновационной инфраструктуры в своей деятельности методики эмпатического проектирования гарантированно сформирует все бизнес-процессы региональной инновационной инфраструктуры реально клиентоориентированными – с соблюдением интересов и учетом потребностей инновационно активного предпринимательства.

Используемые источники

1. Бердичевская В. О. Инновационные кластеры в России: особенности финансирования. – Иваново: Научная мысль, 2011 – 191 с.
2. Кови Стивен Р. Восьмой навык. От эффективности к величию. – М.: Альпина Паблишерз, 2013 – 404 с.
3. Кравченко Н. А. Инновационное предпринимательство: теория и практика / Кравченко Н. А. и др.; под. ред. В. В. Титова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2012 – 323 с.
4. Мильнер Б. З. Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление: монография / Б. З. Мильнер, Т. М. Орлова. – М.: ИНФРА-М, 2013 – 288 с.
5. Романенко Е. В. Малое предпринимательство и инновационный характер развития экономики России. – М.: Креативная экономика, 2010. – 251 с.
6. Голованова С. В., Авдашева С. Б., Кадочников С. М. Межфирменная кооперация: анализ развития кластеров в России // Российский журнал менеджмента. – 2010. – Том 8. – № 1. – С. 41–66.
7. Д. Леонард, Дж. Ф. Рейпорт. К инновациям – через эмпатическое проектирование / Н. Скворцовой; ред. Р. Пискотина // Креативное мышление в бизнесе. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 36–64.
8. В декабре кластеры получают деньги // Российская кластерная обсерватория [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://cluster.hse.ru/news/1298/> (Дата обращения: 11.05.2014).
9. Инновационная инфраструктура, стройся и окупайся! / РВК [Электрон-

¹⁴ Д. Леонард, Дж. Ф. Рейпорт. К инновациям – через эмпатическое проектирование / Н. Скворцовой; ред. Р. Пискотина // Креативное мышление в бизнесе. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 36–64.

- ный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rusventure.ru/ru/press-service/massmedia/detail.php?ID=17349> (Дата обращения: 11.05.2014).
10. Наука и инновации / Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/# (Дата обращения: 11.05.2014).
11. Innovation statistics / Eurostat [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Innovation_statistics (Дата обращения: 11.05.2014).

Меркулова И. В.

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Финансы»,
Северо-Кавказский федеральный университет
e-mail. merkulova-inna@yandex.ru*

Деникаева Р. Н.

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Финансы»,
Северо-Кавказский федеральный университет
e-mail. razela_denikaeva@mail.ru*

Факторы стабилизации финансовых ресурсов предприятий

В статье рассматриваются проблемы поиска путей укрепления финансового состояния организации и оптимизации управления ее финансовым и в целом совокупным конкурентоспособным потенциалом. Изучение данного вопроса продолжает сохранять свою актуальность на протяжении всего периода перехода и развития рыночных отношений в российской экономике, причем решение этой проблемы носит как теоретический, так и практический характер, а сама проблемность обусловлена специфичностью рыночных отношений и несовершенством методологического подхода к ее решению.

Ключевые слова: *предприятие, финансовые ресурсы, система управления ликвидностью, эффективное использование, структура, методы.*

Merkulova I.V.

*PhD (Economics), Associate Professor,
Department of Finance North Caucasus Federal University*

Denikaeva R.N.

*PhD (Economics), Associate Professor,
Department of Finance North Caucasus Federal University*

Factors stabilizing financial resources of enterprises

The article deals with the problem of finding ways to strengthen the financial condition of the organization and optimize the management of its financial and overall cumulative competitive potential. Study of this issue continues to apply throughout the period of transition and development of market relations in the Russian economy, the solution to this problem is both theoretical and practical, and very problematical due to the specificity of market relations and the imperfection of the methodological approach to its solution.

Keywords: *company, financial resources, liquidity management system, efficient use of the structure, methods.*

В нынешних условиях функционирования предприятий проблема ресурсоэффективности является центральной в экономике страны.

Повышение эффективности производства и применения ресурсов является одним из основных условий, определяющих обоснованность управленческих решений на предприятии.

Для благополучного функционирования любого хозяйствующего субъекта имеет большое значение результативное управление финансовыми ресурсами, с помощью которых осуществляется наращивание производственного потенциала предприятия, а также финансирование текущей хозяйственной деятельности. От того, каким капиталом обладает хозяйствующий субъект, насколько оптимальна его структура, насколько целесообразно он трансформируется в основные и оборотные фонды зависит финансовое благополучие предприятия и результаты его деятельности.

Понятие эффективность использования финансовых ресурсов, как и любых других видов ресурсов, включает в себя соизмерение количества и качества израсходованных ресурсов с количественным и качественным выражением достигнутых за соответствующий период результатов.

Система повышения эффективности использования денежных ресурсов подразумевает не только управление денежными средствами, такими как наличность на счетах в банках, но и источниками этих средств. Эффективность управления или использования финансовых ресурсов, в общем виде, заключается в компетентном и, самое основное, в своевременном обороте средств, что находит отражение в результатах хозяйственной деятельности предприятия.

Для того чтобы принимать решение о повышении эффективности использования финансовых ресурсов предприятия, вначале необходимо провести оценку динамики, состава, структуры этих ресурсов на основе финансовой или управленческой отчетности предприятия с целью выявления «узких» мест в управлении ими.

Для повышения эффективности использования финансовых ресурсов организации, необходимо формирование системы управления ликвидностью (см. рис. 1), включающей в себя несколько составляющих:

- 1) Планирование денежных потоков, осуществляемое с помощью платежного календаря. Основная цель составления такого календаря заключается в формировании графика денежных потоков на ближайший период (от нескольких рабочих дней до одного месяца) таким образом, чтобы гарантировать выполнение всех необходимых платежей, минимизировать излишки денежных средств на счетах и избежать кассовых разрывов.

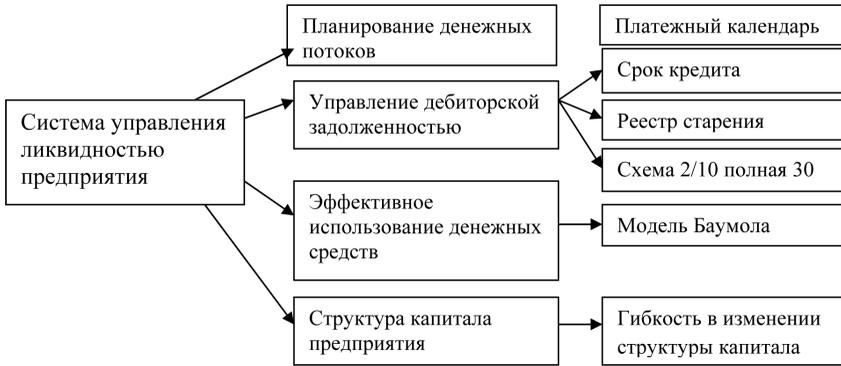


Рис. 1. Система управления ликвидностью предприятия

При формировании платежного календаря на месяц требуется смоделировать распределение запланированных денежных потоков по неделям и дням. Современная практика показывает, что если в компании более 5% платежей являются внеплановыми или производится в нарушение внутреннего распорядка их осуществления то, скорее всего, внутренние бизнес-процессы управления не отлажены, регламенты исполнения платежей некорректны, либо на предприятии существуют проблемы с финансовой дисциплиной.

2) При формировании кредитной политики нужно установить максимально допустимый размер дебиторской задолженности как в целом для компании, так и по каждому контрагенту (кредитный лимит). Рассчитывая эти показатели, организация в первую очередь ориентируется на свою стратегию, т.к. увеличение доли рынка требует большого кредитного лимита, чем удержание своей рыночной доли и аккумуляция свободных денежных средств. При этом нужно поддерживать достаточную ликвидность компании и учитывать кредитный риск.

Необходимо также следить за тем, чтобы средняя оборачиваемость дебиторской задолженности была выше подобного показателя по дебиторской задолженности.

Ключевым инструментом контроля дебиторской задолженности служит так называемый реестр старения, представляющий собой таблицу, содержащую неоплаченные суммы счетов, которые группируются по периодам просрочки платежа, и составляется исходя из политики фирмы в области кредитования контрагентов. К примеру, менеджмент компании может считать, что просрочка платежа в течение семи дней возможна, при

повышении этого срока следует активно работать с контрагентом по возврату дебиторской задолженности, а в случае просрочки более 30 дней — обращаться в суд. Исходя из этого, будет осуществляться группировка в реестре старения дебиторской задолженности 0–7 дней, 8–15 дней, 16–30 дней, свыше 30 дней.

В экономически развитых странах широко распространенной является схема «2/10 полная 30», обозначающая, что:

- покупатель получает двухпроцентную скидку в случае оплаты полученного товара в течение 10 дней с начала периода кредитования;
- покупатель оплачивает полную стоимость товара, если оплата совершается в период с 11 по 30 день кредитного периода;
- в случае неуплаты в течение месяца покупатель будет вынужден дополнительно оплатить штраф, величина которого может варьироваться в зависимости от момента оплаты.

3) Эффективное использование денежных средств, с позиции теории инвестирования денежные средства, представляет собой один из частных случаев инвестирования в товарно-материальные ценности. Поэтому к ним применимы общие требования: во-первых, нужен базовый резерв денежных средств для выполнения текущих расчетов; во-вторых, необходимы установленные денежные средства для компенсации непредвиденных расходов; в-третьих, целесообразно иметь определенную величину незамещенных денежных средств для обеспечения вероятного прогнозируемого расширения деятельности.

В западной практике наибольшее распространение приобрела модель эффективного использования финансовых ресурсов Баумоля. Предполагается, что предприятие начинает работать, имея максимальный и целесообразный для него уровень денежных средств, и затем стабильно расходует их в течение некоторого периода времени. Все поступающие средства от реализации товаров и услуг предприятие вкладывает в краткосрочные ценные бумаги. Как только запас денежных средств исчерпывается, т.е. становится равным нулю или достигает некоторого заданного уровня безопасности, предприятие продает часть ценных бумаг и тем самым пополняет запас денежных средств до первоначальной величины.

Модель Баумоля проста и в достаточной степени приемлема для предприятий, денежные расходы которых устойчивы и предсказываемы. Непосредственное применение этой модели в отечественную практику затруднено ввиду инфляции, аномальных учетных ставок, мало-развитости рынка ценных бумаг и т.п.

4) Структура капитала может содействовать или препятствовать усилиям фирмы по увеличению ее активов. Она также прямо воздействует на норму прибыли, поскольку элементы прибыли с фиксированным процентом, выплачиваемые по долговым обязательствам, не зависят от прогнозируемого уровня активности компании. Если предприятие имеет высокую долю долговых выплат, вероятны затруднения с поиском дополнительных капиталов.

Считается аксиомой, что структура капитала должна соответствовать виду деятельности и запросам предприятия. Соотношение заемных средств и рискованного капитала должно быть таким, чтобы обеспечить акционерам удовлетворительную отдачу от инвестиций. Эластичность в изменении структуры капитала может быть необходимым компонентом успеха [1].

Следовательно, эффективное использование финансовых ресурсов – стержневой фактор благосостояния платежеспособности, кредитоспособности и финансовой устойчивости хозяйственных организаций, поддержания их конкурентоспособности, создания достаточных ресурсов для развития и получения достаточной прибыли в целях привлечения всевозможных инвесторов.

В этой связи, все более злободневно встает проблема эффективного использования ресурсов. По мере развития конкуренции на рынке норма прибыли снижается до 10–15%. В этих условиях все большую роль играет совершенствование управления затратами предприятия.

Процесс создания продукции на предприятии связан с вовлечением в него различных экономических ресурсов. Ресурсы представляют собой обусловленные экономические возможности: средства производства, которые могут быть задействованы для создания благ; условия производства продукции; предметы труда. Все они существуют до начала экономической деятельности и обуславливают возможность создавать продукцию в определенных масштабах.

Для формирования продукции задействуются не все, а лишь некоторые финансовые ресурсы в определенных объемах. Этот объем, как правило, выражают через категорию «затраты». Следовательно, повышение эффективности использования ресурсов предприятия происходит в последствии модернизации процесса управления затратами [2].

Управление в области затрат должно охватывать совокупность методов, которые с опережением воздействуют на структуру и динамику затрат в сторону их снижения.



Рис. 2. Методы управления затратами

В современной мировой практике используются следующие новые методы определения и регулирования затрат предприятия (см. рис 2).

Метод запланированных затрат – при определении целевых затрат совершается упор на ранние фазы разработки продукта.

Плановые затраты формируются в три этапа:

- 1) устанавливаются реалистичные плановые цены на товары и услуги;
- 2) предполагается размер прибыли;
- 3) рассчитывают максимально допустимые затраты на продукт.

Этот метод позволяет формировать долгосрочную конкурентную стратегию в области затрат на новую продукцию.

Для уже выпускаемой продукции в фокусе внимания оказываются общие затраты – выявляются факторы их роста и возможности снижения.

При разработке новых продуктов маркетологи задают целевые установки по величине затрат, ориентируясь на основных конкурентов.

Следовательно, данный метод можно рассматривать как стратегическое средство управления затратами.

Сущность метода формирования затрат на базе отдельных процессов заключается в разбивке общих затрат на отдельные величины, которые обуславливаются по отдельным процессам или видам деятельности и оказывают существенное влияние на уровень совокупных затрат предприятия, что позволяет увеличить «прозрачность» косвенных расходов, четко понять обстоятельства их возникновения, получить более точную калькуляцию. В данном случае, процессами понимаются отдельные виды деятельности с взаимно переплетающимися затратами, которые распространяются на все предприятие (например, сбыт продукции).

Названный метод является средством более точной калькуляции совокупных затрат предприятия.

Метод, учитывающий жизненный цикл продукции, рассчитан на регулярное сжатие затрат по всему жизненному циклу, включая до- и послепроизводственные услуги. Прежде всего надлежит оказывать влияние на предшествующие производству стадии, где закладывается до 95 % всех затрат по созданию новой продукции.

Самый большой потенциал влияния существует на этапе конструирования и разработки, причем на конечной стадии разработки заново может быть пересчитано лишь 5% общей величины затрат, а 80–90 % затрат практически уже зафиксированы. Поэтому инженерным службам надо ставить задачи не только технические, но и намеренно связанные с будущими затратами, так называемое «конструирование по издержкам». Необходимо учитывать затраты не только на материалы и рабочую силу, но и затраты во всех подразделениях, обеспечивающих производство. Метод помогает создать у инженерного персонала полное представление о затратах предприятия и позволяет снизить затраты производства и логистики.

В настоящее время вышеназванный метод на предприятиях тяжело реализуется. Перспективы его использования связывают с предстоящими крупными технологическими трансформациями, которые требуют ранней информации о предполагаемых затратах.

Метод сравнения с лучшими показателями конкурентов, основывается на стабильном сопоставлении показателей предприятия по продукции и процессам с подобными данными других предприятий. Он включает следующие этапы:

- идентификация отставаний в критически важных для предприятия областях по сравнению с лучшими образцами;
- выявление факторов отставания и потенциалов для улучшения положения;
- разработка действий по достижению цели.

В основе метода — оптимизация деятельности предприятия и, в частности, таких параметров, как затраты, качество, сроки.

Предпосылкой анализа должно быть наличие внутри- и внефирменной сравнительной базы, разрешающей провести прямое или косвенное сопоставление. Этот метод применяется в мировой практике, хотя основным препятствием его обширного использования является отсутствие убедительной сопоставительной базы.

Стратегическое управление затратами — это затраты и их анализ, рассматриваемые в более широком контексте, при котором становятся более осязаемыми, четко аргументированными и оформленными

основные факторы стратегии организации. Здесь данные о затратах употребляются для разработки обобщенной стратегии организации и снабжения ее выполнения, направленной на достижение цели работы и устойчивого преимущества организации перед конкурентами.

Управление затратами не является самоцелью, а должно обеспечить разработку и выполнение деловой стратегии организации. Информация о прогнозируемом уровне затрат по видам продукции и видам деятельности предприятия является отправной для оценки стратегических альтернатив. Стратегии, которые не являются обоснованными по затратам в сравнении с предполагаемым доходом, не приведут к необходимой прибыльности и не могут считаться приемлемыми.

Стратегическое управление затратами представляет собой совокупность трех основополагающих инструментов стратегического управления:

1. Цепочки ценностей. Концепция цепочек рассматривает предприятие лишь как одно из звеньев длиной цепи видов деятельности, создающих ценность (от исходного сырья до конечного потребителя).

2. Стратегическое позиционирование. Управление затратами различно, в зависимости от стратегии. Возможны несколько стратегий, которых может придерживаться предприятие, чтобы выиграть в конкурентной борьбе.

3. Анализ затратнообразующих факторов включает:

- горизонтальная интеграция, связанная с масштабом производства;
- объем инвестиций в разработку, производство и продвижение продукта;
- вертикальная интеграция, определяющая диапазон производимой продукции или услуг;
- опыт;
- используемые технологии на каждой стадии цепочки затрат фирмы;
- широта ассортимента изделий или услуг.

Функциональные факторы, связаны с успехом функционирования предприятия:

- концепция вовлеченности работников в постоянные усовершенствования;
- система комплексного управления качеством;
- применение мощностей предприятия;
- использование связей с поставщиками и клиентами в контексте цепочки ценности предприятия [3].

Главным выводом может быть вытекающее положение: предприятие вырабатывает стратегию своего развития, которая, в свою очередь, устанавливает уровень неопределенности внешней среды, а последняя задает требования к глобальной системе управления затратами на предприятии. Детальный анализ обнаружил, что роль финансового сектора критически важна в тех случаях, когда велика зависимость от внешних источников накопления. Этот вывод остается справедливым как на уровне стран в целом, так и на уровне отдельных отраслей [4].

Используемые источники

1. Электронный ресурс. URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2012/C23/V2/142.pdf>.
2. Электронный ресурс. URL: <http://www.lib.csu.ru/vch/108/022.pdf>.
3. Электронный ресурс. URL: <http://www.tstu.ru/education/elib/pdf/2009/harlamova.pdf>.
4. Деникаева Р.Н. Финансовая глобализация и интеграции России в систему мировых финансов // Научно-практический многопредметный журнал. – «НаукаПарк». – 2013 г. – № 6/1(17).

Михайлова И. Н.

*аспирант кафедры «Социально-экономическая статистика»,
Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики
e-mail: zareta888@mail.ru*

Финансовые корпорации в системе макростатистического учета

Научная статья посвящена исследованию особенностей формирования и изменения экономических активов финансовых корпораций как объекта управления и финансового анализа. В статье определены особенности и сформирована классификация институциональных единиц, относящихся к сектору финансовых корпораций, с точки зрения оценки и финансового анализа потоков, отражающих изменение их активов.

Ключевые слова: *финансовые корпорации; секторальная структура СНС; экономические финансовые активы; займы и обязательства.*

Mihailova I. N.

*postgraduate student of the Department of socio-economic statistics,
Moscow state University of Economics, statistics and Informatics*

Financial Corporation in the system of macroeconomic accounting

The research article is devoted to the study of specific features of the formation and change of economic assets financial corporations as the object of management and financial analysis. In the article the features and formed a classification of institutional units belonging to the sector of financial corporations, from the point of view of assessment and financial analysis of the flows, reflecting change of their assets.

Keywords: *finance Corporation; sectoral structure of the SNA; economic, financial assets; and loans and liabilities.*

Существенным фактором затянувшейся экономической нестабильности является незавершенность институциональных преобразований в экономике, в первую очередь в таких секторах, как государственные учреждения, нефинансовые корпорации, финансовые корпорации. Экономическая уязвимость России связана с несовершенством финансовой и банковской системы, ее чрезмерной зависимостью от обязательств перед нерезидентами, низким уровнем эффективности применения ресурсов, сосредоточенных в Центральном Банке России. Следствием этого является отсутствие окрепших механизмов финансирования реального сектора экономики и кредитования населения.

Уточнение состава институционального сектора СНС «финансовые корпорации» как объекта статического исследования продолжает оставаться перспективной и актуальной задачей для отечественной статистики. Именно этому проблемному аспекту посвящена данная статья.

Производство финансовых услуг как особый вид рыночной деятельности

В классическом понимании в структуре финансовой системы в качестве звеньев выделяют государственные и муниципальные финансы, а также финансы организаций и физических лиц. При этом довольно редко в научной литературе можно встретить упоминание о банковской сфере как самостоятельном звене финансовой системы государства, которая в большинстве случаев включается в систему финансов юридических лиц. Методологической и информационной базой комплексного анализа ресурсов и результатов деятельности институциональных единиц, занятых производством финансовых услуг в России должна стать международная методология учета – Система национальных счетов, одной из методик которой является группировка экономики страны по секторам.

В рамках национальной экономики в системе национальных счетов выделены следующие секторы (рис. 1).

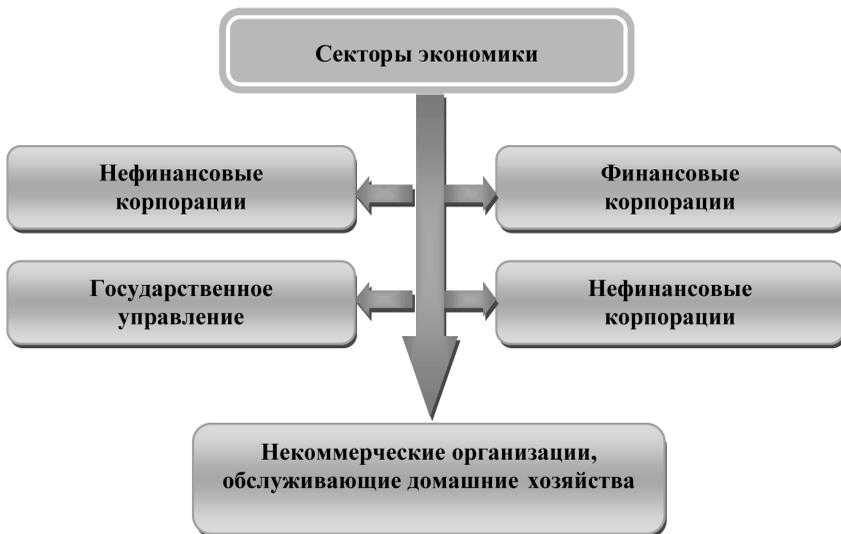


Рис. 1. Секторальная структура экономики

Финансовое посредничество по своей сути значительно отличается от большинства других видов производственной деятельности и ввиду важной роли, которую играет финансовое посредничество в экономи-

ческом процессе, следовательно, финансовые корпорации обособляются от нефинансовых корпораций уже на первом уровне принятой в СНГ 1993 года классификации институциональных единиц по секторам.

Таким образом, представляется целесообразным изучение перераспределительных процессов в экономике именно в секторальном разрезе. При этом сектор финансовых корпораций выступает в качестве самостоятельного звена в структуре финансовой системы, что позволяет изучать особенности финансовых отношений как внутри сектора, так и в межсекторальном разрезе. Это позволяет выделять специфические черты, характеризующие перераспределительные процессы в финансовом секторе, отделив его от нефинансовых учреждений.

К сектору финансовых корпораций относятся непосредственно финансовые корпорации, включая финансовые квазикорпорации (в статистической методологии отличие корпораций от квазикорпораций состоит фактически в организационно-правовой форме коммерческого предприятия; так, с точки зрения российского законодательства, под определение корпораций более всего подходят хозяйственные общества; к квазикорпорациям можно отнести коммерческие организации других организационно-правовых форм), а также некоммерческие организации, финансируемые и контролируемые финансовыми корпорациями.

Как следует из определения финансовых корпораций, в основе их обособления от прочих институциональных секторов, лежит специфика финансово-посреднической деятельности. Именно финансовые посредники являются наиболее типичными представителями данного институционального сектора. При этом СНГ определяет посредническую деятельность следующим образом: «**Финансовое посредничество** — это вид *производственной* деятельности, в процессе которой институциональная единица принимает обязательства за собственный счет с целью приобретения финансовых активов путем участия в финансовых операциях на рынке».

Финансовые посредники привлекают средства кредиторов на условиях срочности, возмездности и возвратности для их аккумуляции и трансформации с целью удовлетворить потребности в финансовых ресурсах.

В широком смысле основная функция финансовых корпораций как участников финансового рынка — это привлечение временно свободных финансовых ресурсов других институциональных единиц, которые имеют сбережения, с целью их передачи на платной и возвратной основе во временное пользование тем институциональным

единицам которым они необходимы для расширения производства или покрытия текущих кассовых разрывов (в основном, нефинансовым корпорациям), покрытия текущего дефицита бюджета (государственные учреждения), осуществления потребительских расходов (домашние хозяйства). На практике такое финансовое посредничество заключается в размещении привлеченных финансовых ресурсов в различные экономические активы. Специфика деятельности финансовых посредников, характеризующая ее, прежде всего, как предпринимательскую деятельность, заключается в том, что привлекая финансовые ресурсы в форме принятия определенных обязательств, чаще всего, на платной основе финансовые корпорации берут на себя определенный риск. Данный риск может быть реализован в форме получения убытков или неполучения нормального уровня прибыли в связи с недостаточной доходностью активов, в которые были вложены привлеченные ресурсы, не позволяющей покрыть плату за их привлечение, а также дополнительные расходы финансовых посредников.

Несмотря на тот факт, что посредническая деятельность является, чаще всего предпринимательской, и преследует своей целью систематическое получение прибыли, финансовые корпорации выполняют ряд значимых функций для всей экономики в целом. В частности, именно благодаря финансовым посредникам сбережения нефинансовых корпораций, домашних хозяйств, государственных учреждений становятся капиталом, обращающимся на финансовом рынке. Таким образом, финансовые посредники — это, с одной стороны, участники финансового рынка, а с другой необходимый элемент его инфраструктуры.

Кроме непосредственно финансовых посредников, к сектору финансовых корпораций относятся институциональные единицы, осуществляющие вспомогательную деятельность в сфере финансового посредничества. Это институциональные единицы, предоставляющие организационную, учетную, консультационную и прочие виды деятельности в данной сфере.

Сектор финансовых корпораций также включает те некоммерческие организации, которые 1) в основном занимаются предоставлением финансовых услуг (таких как страхование) или 2) финансируются за счет взносов финансовых предприятий и призваны содействовать деятельности таких предприятий или служить их интересам иным способом¹.

¹ П. 82 Руководства по денежно-кредитной и финансовой статистике. — Вашингтон: МВФ, 2000.

Основные методологические проблемы определения границ сектора «финансовые корпорации»

За годы становления рыночной экономики происходила адаптация соответствующих определений и классификаций СНС, связанных с вопросами статистического изучения финансово-кредитных отношений и управления ими, к особенностям организации экономики, финансов и статистики России².

Основные вопросы методологии статистики финансовых корпораций в части уточнения границ объекта и предмета статистического изучения, включают³:

- определение содержания и охвата посреднической финансовой деятельности;
- определение содержания показателей выпуска и использования УФПИК и формул их исчисления;
- определение финансовых учреждений, занятых оказанием услуг финансового посредничества;
- определение типов финансовых инструментов, используемых для оказания услуг финансового посредничества;
- определение типов институциональных единиц, потребляющих услуги финансового посредничества;
- трактовку экспорта и импорта услуг финансового посредничества;
- понятие о базисной ставке процента (о «чистом» проценте) как ключевом элементе методологии исчисления косвенно измеряемого выпуска услуг финансового посредничества и показателей его использования;
- трактовку услуг Центрального банка РФ (Банка России), определение его выпуска и использования.

Несмотря на повсеместное распространение рыночных отношений уровень развития национальной экономики, в том числе и финансового сектора, еще отличен от экономики тех государств, которые применяют методологию СНС уже давно. Финансовое посредничество было явлением развивающимся, и однозначно определить границы сектора финансовых корпораций не представлялось возможным. Однако уже в тот период ООН рекомендовало «выделить этот сектор, так

² Дианов Д. В., Радугина Е. А., Степанян Е. Н. Статистика финансов и кредита: Учебник / Под ред. Д. В. Дианова. – М.: Кнорус, 2011. – С. 186.

³ Там же. – С. 187.

как это позволило бы анализировать растущее значение финансовых операций в будущем»⁴.

Стоит отметить, что по своей структуре российская финансовая система стала похожа на финансовые системы европейских государств, основу которых составляет банковская система, то есть депозитные финансовые посредники. Именно ввиду высокой степени важности кредитных организаций для стабильности финансовой и в целом экономической системы, финансовая политика последних лет была направлена на повышение финансовой устойчивости банков и небанковских кредитных организаций, их укрупнение, ужесточение регулирования и надзора в финансово-кредитной сфере.

Схожие процессы происходят и в сфере страхования. В результате развития страхового рынка на нем реализуются продукты не только в классических отраслях личного и имущественного страхования, но и новые, такие как страхование предпринимательских, и в частности, финансовых рисков. Активно идут процессы по развитию системы негосударственного пенсионного страхования в рамках реализации политики по реформированию национальной пенсионной системы в целом.

Развитие экономической системы в совокупности с довольно высокими темпами экономического роста способствовало становлению финансового рынка и образованию всей необходимой инфраструктуры как на денежном рынке, так и на рынке капитала, а также его стабилизации, несмотря на тот факт, что с точки зрения иностранных инвесторов российский финансовый рынок относится к категории так называемых «*emerging markets*», то есть к развивающимся рынкам, вложения на которых характеризуются высокой степенью риска.

В настоящее время наряду с классическими участниками финансового рынка, осуществляющими непосредственно посредническую деятельность и вспомогательную деятельность в сфере финансового посредничества (брокеры, дилеры, организаторы торговли на фондовом и валютном рынках и прочие учреждения), формируются новые организационно-экономические формы осуществления финансового посредничества. Примером может служить относительно недавно урегулированная на законодательном уровне деятельность микрофинансовых организаций.

⁴ Применение системы национальных счетов в странах с переходной экономикой. Организация Объединенных Наций. Нью-Йорк, 1997 год. (п. 242, раздел С). – С. 71.

Поэтому внедрение методологии СНС в российскую практику в полном объеме является крайне необходимым в целях формирования информационной базы для всестороннего анализа показателей запасов и потоков, характеризующих деятельность сектора финансовых корпораций: оценки стоимости экономических активов и пассивов, анализа их структуры и динамики, оценки результатов деятельности институциональных единиц, входящих в данный сектор.

Заключение

Перед Россией стоит задача создания современной финансовой системы, способной обеспечить поступательное финансирование воспроизводственных процессов и пополнение национального имущества.

Решение обозначенных проблем сопряжено с реализацией комплекса управленческих решений, принятие которых невозможно без адекватного информационного обеспечения и всестороннего анализа сектора финансовых корпораций, являющегося основным производителем финансовых услуг в составе ВВП и существенным источником пополнения бюджетного фонда и национального сбережения страны.

Таким образом, очевидна актуальность исследования финансовых корпораций как институционального сектора экономики с использованием категориального аппарата СНС, действующих и нуждающихся в дальнейшем совершенствовании классификаций, системы показателей, а также моделирования применения экономических активов финансовых корпораций.

Используемые источники

1. Башкатов Б.И., Дианов Д.В., Суринов А.Е. и др. Международная статистика: Учебник. — М.: Юрайт, 2012.
2. Дианов Д.В., Радугина Е.А., Степанян Е.Н. Статистика финансов и кредита: Учебник. — М.: Кнорус, 2012.
3. Пушкина М.В. Гармонизация бухгалтерского учета и системы национальных счетов. «Аудиторские ведомости». — 2007 г. (январь). — № 1.

Шакирханов Б. Р.
*кандидат экономических наук,
соискатель Российской академии предпринимательства
e-mail: indd2013@gmail.com*

Механизм управления рисками инновационного предпринимательства

Инновации по своей сути имеют широкий спектр рисков, которые зависят от попытки предсказать неизвестное. Несмотря на то, данной проблеме, посвящено достаточное количество научных работ и исследований, управление этими рисками с учетом неопределенности инноваций продолжает оставаться в поле зрения серьезной научной проблемы. Практически каждый неподготовленный предприниматель сталкивается с необходимостью анализа потенциальных рисков от инноваций, особенно учитывая короткий срок их действия.

Ключевые слова: *риск, инновации, предпринимательство, производственно-ориентированная структура.*

Shakirtkhanov B. R.
*PhD (Economics),
competitor of the Russian academy of entrepreneurship*

Mechanism of risk management of innovative entrepreneurship

Innovations in essence have a wide range of risks which depend on attempt to predict the unknown. Despite the fact that, to this problem, enough of scientific works and researches is devoted, management of these risks taking into account uncertainty of innovations continues to remain in sight of a serious scientific problem. Practically each unprepared businessman faces need of the analysis of potential risks from innovations, especially considering the short term of their action.

Keywords: *risk, innovations, entrepreneurship, the production focused structure.*

Инновации по своей сути имеют широкий спектр рисков, которые зависят от попытки предсказать неизвестное. Несмотря на то, что данной проблеме посвящено достаточное количество научных работ и исследований, управление этими рисками с учетом неопределенности инноваций продолжает оставаться в поле зрения серьезной научной проблемы. Практически каждый неподготовленный предприниматель сталкивается с необходимостью анализа потенциальных рисков от инноваций, особенно учитывая короткий срок их действия.

Во-первых, инновационное предпринимательство связано с высоким риском и неопределенностью, что может исказить финансовый результат от основной деятельности. Во-вторых, предприниматели не

могут прогнозировать характер риска с учетом особенностей инновационных продуктов и услуг, что является сдерживающим фактором для потенциальных инвесторов. В-третьих, инновационная деятельность, как правило, носит нематериальный характер, требуется значительное время пока проект станет коммерчески успешным. Весь этот комплекс проблем и обуславливает проблемы финансирования инновационного предпринимательства, что требует взвешенной оценки рисков и факторов, влияющих на его дальнейшее развитие в стране.

Для того, чтобы успешно управлять риском от инновационной деятельности предприниматели должны принимать достаточное количество времени и сил по развитию и совершенствованию собственной бизнес модели, при которой они оценивают соответствующие инновации.

С учетом указанных особенностей инновационного риска сформируем пять основополагающих правил для управления риском.

1. Признать, что модель управления инновационным риском существует и разработана для оценки риска с учетом возможной прибыли.

Даже те инновации, которые включают только незначительные изменения в существующие продукты или услуги требуя минимальных инвестиций строятся на фундаменте знаний (то есть, модели). При построении любой модели во внимание должно приниматься целый ряд факторов, которые могут повлиять на профиль риска и его оценку. Исторически сложилось так, что большинство предпринимателей осознают необходимость следованию модели управления риском, однако на практике этого не происходит. В связи с чем полагаем, что любая формализованная или интуитивная модель должна являться предметом обсуждения между всеми членами проектной команды для того, чтобы полностью оценить результаты альтернативных действий. Чем больше обсуждений получает инновация, тем больше переменных будут заложены в модели, что снижает вероятность последствий риска. Это предварительный шаг в том, что команда является созданием условий, в которых инновации должны быть рассмотрены.

2. Каждая инновационная модель имеет свой собственный набор ограничений. Существуют два основных и распространенных вида ограничений в модели. Первое ограничение связано с отсутствием аргументов для построения модели, возникающим когда предположение о потенциальном риске оказывается неверным. Второе ограничение связано с тем, что сформированная модель является неполной, т.е. требует совершенствования и существенной доработки.

3. Недостаточность времени и ресурсов на исследование не связанных рисков.

Даже с максимальным количеством времени и ресурсов, инновационная модель управления риском никогда не будет включать в себя все факторы, которые потенциально могут повлиять на успех инновационного бизнеса и полностью свести к минимуму связанный с ним риск. Во многом это связано с тем, что не связанные риски могут являться побочным эффектом, который в конечном счете приведет к неудаче всего проекта. В принципе, полагаем, что взаимосвязь и взаимовлияние различных рисков может привести к появлению новых рисков, выходящих за пределы инноваций.

4. Отсутствие или недостаточность знаний о предмете инноваций, последствий их внедрения на практике.

Даже наряду с исследованием природы инноваций и рисков сопутствующих им, возникает необходимость рассмотрения вопросов, связанных с наличием знаний о предмете инноваций, как:

- Какова квалификация предполагаемого пользователя инноваций?
- Каково реальное применение инноваций на практике?
- Имеет ли пользователь представление об ограничении инноваций?
- Как эти ограничения могут влиять на ценность продукта или услуги, полученных в результате инноваций?

5. Сопутствующая инфраструктура инноваций.

Темпы инноваций и технологических достижений требуют наличия соответствующей инфраструктуры. Наличие или отсутствие инфраструктуры влияет на возможность повышения спроса на инновационный продукт или услугу. Кроме того, если компания определяет необходимость изменения существующей инфраструктуры, менеджеры должны посвятить значительное количество времени для анализа того, как долго это изменение будет оставаться жизнеспособными.

Напомним, что инновации по своей природе являются рискованным видом бизнеса, развитие и управление рисками которого требует не только соответствующих знаний, но и их формализации на практике. С нашей точки зрения, использование этих пяти принципов модели управления инновационным риском можно снизить или предотвратить его влияние на успех проекта, оптимизировать качество инновационной продукции или услуг в рамках существующей или требующей совершенствования инфраструктуры. Вместе с тем, соблюдение данных принципов предполагает использование структурированного подхода к управлению риском инновационного предпринимательства для цели оценки, приоритезации рисков с последующим планированием ресурсов, а так-

же для цели снижения вероятности возникновения нежелательных явлений (НЖЯ).

В научной литературе проблема выявления риска инноваций как на уровне отдельных проектов, так и способах их выявления, оценки и определения приоритетности рисков рассматривалась многими зарубежными учеными и специалистами, в число которых вошли Смит¹, Браунинг², Кейзер³, Раз⁴, Саари⁵ и многие другие.

Основная проблема с которой сталкиваются многие исследователи заключается в том, что риски инноваций могут быть выявлены несвоевременно, не в полном объеме, либо неверно определен приоритет по их устранению с учетом временных и стоимостных затрат. В связи с чем, существует необходимость связать воедино индивидуальное управление рисками проекта с корпоративной стратегией и целями инновационного предпринимательства.

Рассматривая риск как событие, имеющее отрицательный результат на проект, можно разработать такую модель, которая бы имела выравнивающий эффект управления рисками с корпоративной стратегией предпринимательства и системы оценки качества инновационной продукции или услуг для достижения цели старт-ап проекта.

На сегодняшний день существует возможность использования структурной модели, которая преследует цель эффективного управления инновационными рисками и может быть применена во взаимосвязи с системой сбалансированных показателей (BSC – Balanced scorecard)⁶ и развертыванием функций качества продукции (QFD – Quality Function Deployment)⁷. Кроме того, модель позволяет понять и сделать выводы относительно процесса управления риском, чтобы

¹ Smith P.G. Managing risk as product development schedules shrink. *Research Technology Management* 42 (5), 25–32. – 1999.

² Browning, T.R., Deyst, J.J., Eppinger, S.D., Whitney, D.E. Adding value in product development by creating information and reducing risk. *IEEE Transactions on Engineering Management* 49 (4), 443–458. – 2002.

³ Keizer, J.A., Vos, J.-P., Halman, J.I.M. Risks in new product development: devising a reference tool. *R&D Management* 35 (3), 297–309. – 2005.

⁴ Raz, T., Shenhar, A.J., Dvir, D. Risk management, project success, and technological uncertainty. *R&D Management* 32 (2), 101–109. – 2002.

⁵ Saari, H.-L. Risk Management in Drug Development Projects, Report 2004/1, Laboratory of Industrial Management. Helsinki University of Technology. – 2004.

⁶ Kaplan, R.S., Norton, D.P. *The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment*. Harvard Business Press. – 2000.

⁷ Hauser, J.R., Clausing, D. The house of quality. *Harvard Business Review* 66 (3), 63–73. – 1988.

могло быть при совершении определенного события. Механизм управления рисками на основе BSC и QFD позволяет связать R & D – научные исследования с корпоративной стратегией предпринимательства.

С точки зрения старта-апа, механизм управления инновационными рисками, направлен на выявление и устранение угроз на ранней стадии проекта. Определение, которое в основном используется в научной литературе по управлению инновационным риском, определяет риск как событие, имеющее отрицательное влияние на результаты проекта.

В современных исследованиях по управлению инновационными рисками, были получены очень важные выводы о том, что сам процесс управления и моделирования риска оказывают существенное влияние на исход страт-ап проекта. Кроме того, сроки реализации проекта могут быть существенно снижены в виду минимизации инновационного риска.

Раз и ряд других зарубежных исследователей в результате проведенных эмпирических измерений пришли к выводу, что практика управления рисками более применима для проектов с высоким риском, и, как представляется, связана с дальнейшим исходом проекта.

Му и другие соавторы⁸ провели эмпирическое исследование и доказали, что используемая стратегия управления инновационными рисками предпринимательства в рамках анализа организационных и маркетинговых факторов, оказывает существенное влияние на возможность разработки новых инновационных продуктов или услуг.

Браунинг в исследовании новых методологий управления инновационными рисками предложил учитывать технические характеристики рисков для выявления, оценки, мониторинга и их контроля на протяжении всего проекта⁹. Кейзер, представил тематическое исследование методологии диагностирования риск (RDM), разработанной специально для Philips Electronics¹⁰. Купер предложил использовать системы управления знаниями для снижения инновационного риска предпринимательства¹¹.

⁸ Mu J., Peng, G., MacLachlan, D.L. Effect of risk management strategy on NPD performance. *Technovation* 29 (3), 170–180. – 2009.

⁹ Browning, T.R., Deyst, J.J., Eppinger, S.D., Whitney, D.E. Adding value in product development by creating information and reducing risk. *IEEE Transactions on Engineering Management* 49 (4), 443–458. – 2002.

¹⁰ Keizer, J.A., Vos, J.-P., Halman, J.I.M. Risks in new product development: devising a reference tool. *R&D Management* 35 (3), 297–309. – 2005

¹¹ Cooper L.P. A research agenda to reduce risk in new product development through knowledge management: a practitioner perspective. *Journal of Engineering and Technology Management* 20 (1–2), 117–140. – 2003.

Огава и Пиллер провели исследование процесса управления инновационным риском предпринимательства с точки зрения «коллективных потребностей клиента», что с позиции авторов позволяло не только проанализировать состояние рынка, но и возможностей для повышения качества продукции соответствующей ожиданиям клиента¹².

Итак, возвращаясь к структурной модели, целью которой является эффективное управление инновационными рисками во взаимосвязи с системой сбалансированных показателей необходимо отметить, что ее практическое применение позволяет рассматривать риски инновационного предпринимательства с четырех точек зрения: клиенты (потребители продукции или услуг), внутренние бизнес-процессы, обучение и рост финансовых показателей. Использование BSC было продиктовано необходимостью измерения производительности в рамках всего инновационного цикла продукта. Поскольку старт-ап представляет собой проект с высокой неопределенностью на рынке, то достижение его целевых ориентиров зачастую может отклоняться на разных стадиях жизненного цикла продукта. Таким образом, система измерения производительности инноваций должна быть интегрирована с системой управления рисками для того, чтобы снизить угрозы и неопределенность от запуска нового продукта.

Исходя из полученных выводов, представляется целесообразным предложить использование производственно-ориентированной структуры управления рисками инновационного предпринимательства в задачи которой входит: идентификация рисков, оценка рисков, планирование реагирования на риски и мониторинг и контроль рисков (рис. 1).

Практическое построение карты инновационного риска предполагает последовательную реализацию следующих восьми шагов.

Шаги 1–4 составляют фазу идентификации рисков. Оценка риска проводится на 5 и 6 шаге. Шаги 7 и 8 представляют собой – реагирование на риски, планирование и контроль рисков.

Предложенная структура управления рисками заключается в следующем:

Шаг 1: Определение критериев качества работы для инновационного предпринимательства в рамках организации процесса на основе BSC.

Шаг 2: Определение относительной важности (приоритетов) показателей эффективности для инноваций.

¹² Ogawa, S., Piller, F.T. Reducing the risks of new product development. MIT Sloan Management Review 47 (2), 65–71. – 2006.

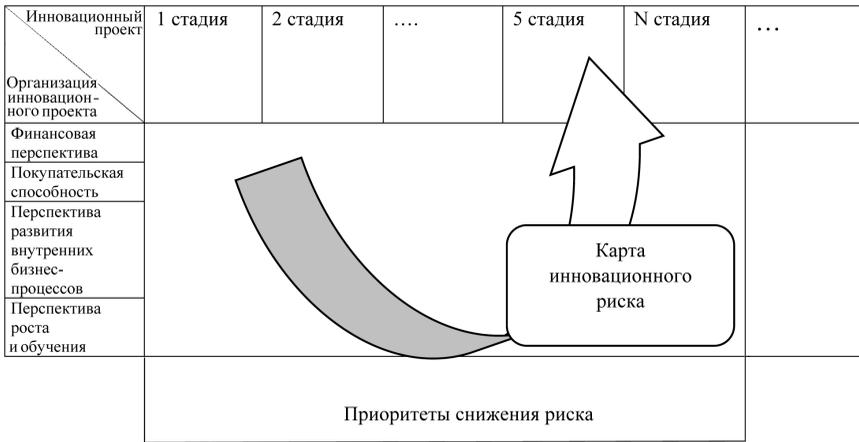


Рис. 1. Производственно-ориентированная структура управления рисками иновационного предпринимательства [авторская разработка]

Шаг 3: Определение критериев качества работы по старт-ап проекту и идентификация рисков для каждого этапа.

Шаг 4: Разработка матрицы отношений между организационными показателями эффективности проекта и мер по ее обеспечению.

Шаг 5: Проведение оценки риска для каждого этапа и его измерение.

Шаг 6: Выделение приоритетности рисков.

Шаг 7: Определение источника риска и разработка планы действий для минимизации последствий риска.

Шаг 8: Мониторинг и контроль выявленных рисков.

Когда на рынок выходит новая технология или иновационный продукт, предприниматель неизбежно сталкивается с необходимостью принятия решения об оценке риска. Визуализация риска может быть осуществлена лишь путем построения модели. Простая модель должна включать в себя компромиссную оценку между риском и производительностью, что можно отчетливо увидеть формируя матрицу и представляя оценки.

Конечно, любая модель является лишь грубым упрощением системы управления рисками, однако постоянный мониторинг и оценка полученных данных, позволяет сформировать надежную статистическую основу и использовать ее в дальнейшей работе. Чем больше аргументов содержит модель, тем сложнее становится оценка рисков и ее точность. Кроме того, при построении любой модели необходимо учи-

тывать возможности взаимодействия и взаимовлияния рисков друг на друга. Риск инновационного предпринимательства может экстраполироваться в другие риски.

Используемые источники

1. Smith P.G. Managing risk as product development schedules shrink. *Research Technology Management* 42 (5), 25–32. – 1999.
2. Browning, T.R., Deyst, J.J., Eppinger, S.D., Whitney, D.E. Adding value in product development by creating information and reducing risk. *IEEE Transactions on Engineering Management* 49 (4), 443–458. – 2002.
3. Keizer, J.A., Vos, J.-P., Halman, J.I.M. Risks in new product development: devising a reference tool. *R&D Management* 35 (3), 297–309. – 2005.
4. Raz, T., Shenhar, A.J., Dvir, D. Risk management, project success, and technological uncertainty. *R&D Management* 32 (2), 101–109. – 2002.
5. Saari, H.-L. Risk Management in Drug Development Projects, Report 2004/1, Laboratory of Industrial Management. Helsinki University of Technology. – 2004.
6. Kaplan, R.S., Norton, D.P. *The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment*. Harvard Business Press. – 2000.
7. Hauser, J.R., Clausing, D. The house of quality. *Harvard Business Review* 66 (3), 63–73. – 1988.
8. Mu J., Peng, G., MacLachlan, D.L. Effect of risk management strategy on NPD performance. *Technovation* 29 (3), 170–180. – 2009.
9. Browning, T.R., Deyst, J.J., Eppinger, S.D., Whitney, D.E. Adding value in product development by creating information and reducing risk. *IEEE Transactions on Engineering Management* 49 (4), 443–458. – 2002.
10. Keizer, J.A., Vos, J.-P., Halman, J.I.M. Risks in new product development: devising a reference tool. *R&D Management* 35 (3), 297–309. – 2005.
11. Cooper L.P. A research agenda to reduce risk in new product development through knowledge management: a practitioner perspective. *Journal of Engineering and Technology Management* 20 (1–2), 117–140. – 2003.
12. Ogawa, S., Piller, F.T. Reducing the risks of new product development. *MIT Sloan Management Review* 47 (2), 65–71. – 2006.
13. Балабанов В.С., Гордеев В.В., Осокина И.Е. Глоссарий современных экономических терминов (русско-английский) / Российская академия предпринимательства. – М.: АП «Наука и образование», 2005.
14. Балабанова А.В. Управление экономическим ростом: модели и стратегии. – М.: Российская Академия предпринимательства, 2004.
15. Балабанова А.В. Управление качеством роста российской экономики. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / НГОУ «Высшая школа приватизации и предпринимательства – Институт», Москва, 2008.

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Ахметов Л. А.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства»
e-mail: lerik39@yandex.ru*

Анисимова З. М.

*соискатель Российской академии предпринимательства
e-mail: zanisimov@yahoo.com*

Некоторые вопросы и проблемы применения бенчмаркинга в банковских структурах

В статье рассматриваются основные принципы, подходы и особенности к практическому применению бенчмаркинга в банках, в том числе и в коммерческих банках.

Ключевые слова: банк, коммерческий банк, объект, бенчмаркинг, критерии, показатели, параметры, продукт, услуга, обслуживание, информация, мониторинг, конкуренция, менеджер, сильные и слабые стороны, затраты, этап.

Ahmetov L. A.

*Doctor of Science (Economics), professor,
Russian academy of entrepreneurship*

Anisimova Z. M.

competitor, Russian academy of entrepreneurship

Some questions and problems of application of a benchmarking in bank structures

In article the basic principles, approaches and features to practical application of a benchmarking in banks, including in commercial banks are considered.

Keywords: bank, commercial bank, object, benchmarking, criteria, indicators, parameters, product, service, service, information, monitoring, competition, manager, strong and weaknesses, expenses, stage.

Кризисные явления и события в мировой экономике, в том числе и российской, присущие последним десятилетиям двадцатого и истекшим годам двадцать первого веков, во многом были обусловлены и вызваны упущениями и недостатками в деятельности банковских и финансовых структур, включая и российских банков.

Среди задач и проблем по улучшению работы банков, в том числе и коммерческих банков большое значение имеет повышение эффективности деятельности стратегического менеджмента банков. Среди общеизвестных мероприятий и подходов по повышению эффективности работы банков можно отметить некоторые следующие:

- использование механизма трансфертного ценообразования;
- внедрение процессного и стоимостного подхода к управлению банком;
- реинжиниринг бизнес-процессов банка;
- внедрение организационно-технологических систем информационно-аналитической направленности;
- внедрение системы управления эффективностью BPM – Business Performanse Management (1);
- внедрение стандартов качества банковского менеджмента (на основе стандартов ISO 9000);
- эффективное проведение бенчмаркинга и т. д.

Эффективность применения бенчмаркинга для улучшения деятельности банков обусловлена теми обстоятельствами, что появляются возможности поиска и определения результатов лучших практик в компаниях, банках, конкурентах и в смежных отраслях, для их практического использования в своей деятельности с целью повышения эффективности своей работы.

Общеизвестно, что бенчмаркинг достаточно давно и успешно используется на практике японскими, американскими и западноевропейскими предприятиями по разработкам, выполненными учеными и квалифицированными специалистами (2).

В настоящее время бенчмаркинг нашел достаточно широкое применение в предприятиях, предпринимательских структурах, логистике, маркетинге и сбыте, управлении персоналом и т. д.

К достоинствам и преимуществам бенчмаркинга следует также отнести то, что он способствует созданию и появлению все новых методов и подходов по улучшению и совершенствованию управления с целью повышения конкурентоспособности бизнес ситуаций.

Одной из самых удачных научно-исследовательских и прикладных работ по бенчмаркингу является работа японского ученого И. Кобаяси «20 ключей к совершенствованию бизнеса» (3), которая позволяет совершенствовать, улучшать и увеличивать конкурентоспособность промышленных компаний и фирм.

Изложенные И. Кобаяси принципы и подходы по практическому применению бенчмаркинга могут быть также использованы и в улучшении деятельности и работы банков, в том числе и коммерческих банков.

При проведении бенчмаркинга в российских банках требуется прежде всего получение необходимой достоверной полноценной информации, в первую очередь касающейся банков-конкурентов. Это требование является основополагающим, так как некоторые банки даже положенную по требованиям законодательства информацию представляют в надзорные органы в искаженном виде и не полностью, отражающую сведения о своей деятельности, что приводит к отзыву лицензий и ликвидации банков со всеми вытекающими негативными последствиями. Также при проведении бенчмаркинга в российских условиях, банки сталкиваются с проблемой получения необходимой информации, особенно касающейся банков-конкурентов.

Все это сдерживает успешное проведение бенчмаркинга в банках, состоящее из некоторых следующих этапов.

На первом этапе, прежде всего, необходимо обеспечить оптимальный выбор объекта для сравнения с тем, чтобы выявить наиболее проблемные, важные и приоритетные сферы деятельности банка, требующие своего улучшения и повышения эффективности.

В качестве объектов для сравнения могут быть: бизнес-процесс, структурное подразделение, методика или технология, технические средства и системы, различный набор информации, особенности организации работы менеджмента, разработанные и используемые стратегии развития и т. д. Вполне понятно, что оптимальный выбор объекта для сравнения имеет большое, если не решающее значение для получения обоснованных и достоверных результатов, поэтому необходимо привлечение наиболее квалифицированных, компетентных и прогрессивно мыслящих кадров для оптимального выбора объектов.

Далее, на следующем этапе необходимо определить критерии (показатели, параметры) для сравнения выбранных объектов, по которым будет проводиться сбор, обработка и анализ информации.

Для использования при проведении бенчмаркинга в банках можно рекомендовать некоторые следующие критерии, показатели и параметры: финансовые показатели, удовлетворенность клиентов, качество продуктов, качество оказываемых услуг, инновации, использование современных технологий, уровень и средства безопасности при реализации продуктов, оказании услуг, информационно-коммуникационная обеспеченность и т. д.

Вполне понятно, что критерии, показатели и параметры для сравнения должны быть максимально формализованными, обоснованными и конкретными, поддающимися анализу и обработке.

На последующем этапе необходимо, руководствуясь предыдущими соображениями, осуществить выбор (подбор) успешно работающие банки (банк) для сравнения. Этот важнейший этап должен быть оценен по достоинству: так как необходимо подобрать банк (банки), который имеет не только положительные финансово-экономические показатели, но и хороший имидж и рейтинг, и одно из самых важных качеств – доверие и высокий авторитет у обслуживаемых клиентов и у государственных регулирующих и контролирующих органов.

Следующим важным этапом является непосредственный сбор, обработка и анализ полученной информации. Изучение деятельности и работы конкурентов в рамках бенчмаркинга является довольно сложной и проблемной задачей. Даже обладая информацией по критериям, показателям и параметрам, по которым сравниваемый банк (банк-конкурент) добивается хороших результатов в своей работе (деятельности), довольно трудно определить все тонкости и особенности его успешной работы. В большинстве случаев специфические тонкости и особенности работы в целом банка и его менеджмента слагаются и формируются в течение продолжительного временного периода и становятся традиционными для них, поэтому требуется определенное время для их заимствования и практической реализации.

Основные методы сбора информации для проведения бенчмаркинга приведены в статье Р.А. Исаева (4) на рис. 1.

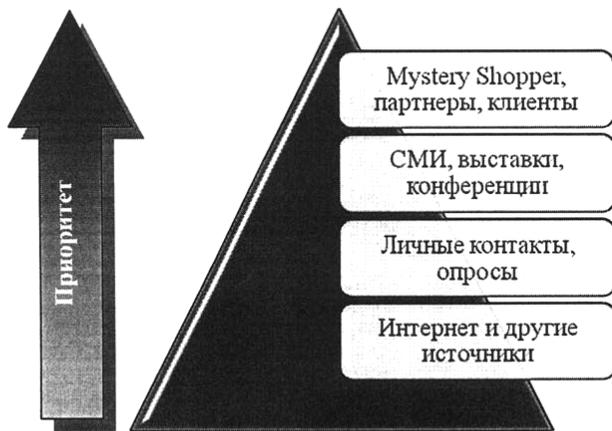


Рис. 1. Методы сбора информации для бенчмаркинга

Заслуживает внимания сбор информации по технологии Mystery Shopper. Эта технология основана на имитировании обращения потен-

циального клиента в банк. При этом в качестве клиента выступают маркетологи, которые ведут сбор всей необходимой информации в процессе получения необходимых продуктов, оказываемых услуг и общения с сотрудниками банка. Успешно работающие банки могут раскрывать и делать доступными различную информацию по некоторым следующим соображениям и причинам: ряд банков считают престижным выступать в качестве банков-эталонов по своей деятельности (работе); некоторые банки стремятся быть банками-лидерами; банки желают повысить свою инвестиционную привлекательность и лоббировать свои интересы на различных уровнях. Все эти и другие факторы могут стимулировать банки для раскрытия и распространения информации по их положительной работе и деятельности.

По завершению сбора информации ее необходимо тщательно обработать, обсудить, проанализировать, отобрать и обосновать наиболее подходящие и ценные предложения, сделать выводы и разработать рекомендации по ликвидации выявленных недостатков и разрывов между банком и сравниваемым банком-эталонем.

Заключительный этап: по результатам анализа разработка и внедрение заимствованных и собственных предложений и рекомендаций по повышению эффективности работы (деятельности) банка. При этом необходимо обратить внимание на соблюдение баланса между стоимостью реализации внедряемых предложений и рекомендаций и потенциальной выгодой от них. Следует также иметь в виду, что в основе конкурентного бенчмаркинга лежит мониторинг деятельности и организации работы менеджмента банков-конкурентов.

Этот мониторинг деятельности банков является необходимым по следующим причинам:

- почти всегда имеются возможности потери клиентов из-за завышения тарифных планов;
- запаздываниями по внедрению новых услуг;
- несвоевременными предложениями по новым продуктам;
- упущениями по организации и реализации организационных процедур по предоставлению банковских продуктов и оказанию услуг;
- совершенствованию усилий по привлечению новых клиентов;
- своевременному и качественному формированию и реализации специальных предложений;
- своевременному и эффективному проведению рекламных компаний и мероприятий и т. д.

Имеющийся опыт по проведению бенчмаркинга свидетельствует о том, что многие коммерческие банки страны ошибочно считают своими непосредственными конкурентами крупнейшие банки-лидеры. На самом деле основными конкурентами являются те банки, с которыми имеется существенное пересечение клиентских баз.

Для уточнения степени важности банков-конкурентов необходимо соотнести их положение в рейтинге конкурентов и в банковском рейтинге. Банк, занимающий высокую позицию в банковском рейтинге зачастую может оказаться на высокой позиции в рейтинге конкурентов, поскольку может играть важную роль в системе расчетов.

Особый интерес представляют банки-конкуренты, позиции которых в рейтинге конкурентов выше, чем в банковском рейтинге.

Мониторинг банков-конкурентов предполагает разносторонний взгляд на их деятельность: применяемые базовые тарифы, полноту линейки банковских продуктов и услуг, оперативность, действенность, доступность и простоту традиционных и нетрадиционных процедур, справочных ресурсов и презентационных материалов, квалификацию клиентских менеджеров, специальные предложения и комплексные услуги, организацию и местоположение офиса.

При анализе деятельности и работы банков-конкурентов по вышеприведенным и некоторым другим показателям составляется общий рейтинг банков-конкурентов по всем показателям и определяются сильные и слабые стороны банка.

Пример возможного определения слабых и сильных сторон банка приведен на рис. 2.

При рассмотрении вышеприведенного примера видно, что у банка отсутствуют преимущества перед банками — конкурентами, но одновременно у него имеются слабые стороны, являющиеся в то же время сильными сторонами его конкурентов, такие как: специальные предложения по продуктам и комплексным услугам для клиентов, оптимальная организация работы и территориальное расположение офиса, значительный объем справочных ресурсов, квалификация клиентских менеджеров, более совершенные презентационные материалы.

При непринятии своевременных и эффективных мер по исправлению положения вполне возможен отток клиентской базы к конкурентам, что может привести к тяжелым негативным последствиям в деятельности и работе банка.

При практическом применении бенчмаркинга для выявления слабых и сильных сторон сравниваемых банков могут быть подобраны и другие сравниваемые критерии, показатели и параметры, обусловлен-

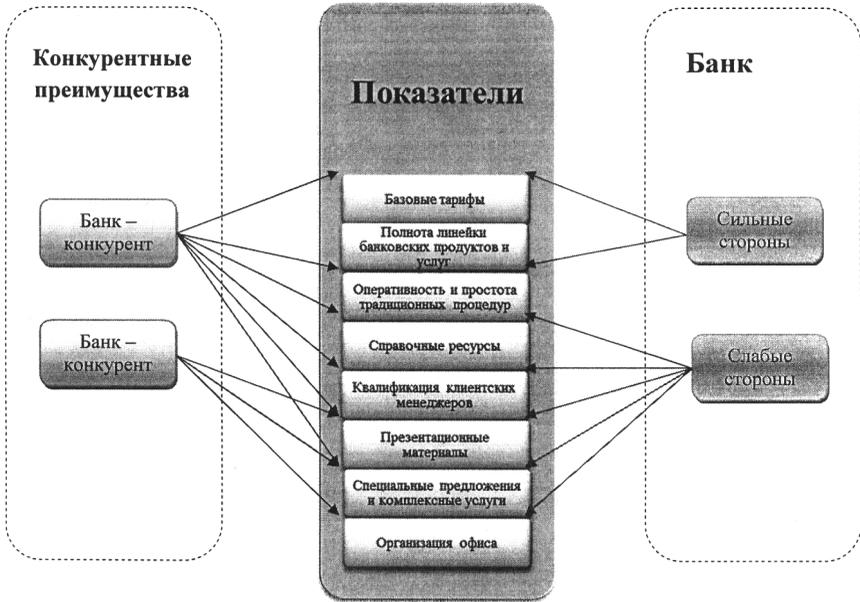


Рис. 2. Пример определения слабых и сильных сторон банка

ные поставленными конкретными целями и задачами, в том числе и для выявления и использования в дальнейшем конкурентных преимуществ и достоинств конкретных банков.

Также необходимо отметить, что процесс бенчмаркинга может не принести ожидаемых результатов при не обеспечении выполнения некоторых следующих условий его проведения:

- не обеспечения выполнения и соблюдения методики реализации и принципов бенчмаркинга;
- сложности и трудности со сбором, квалифицированной обработкой и анализом информации для бенчмаркинга;
- значительными материальными и временными затратами;
- неправильным определением банков-эталонов для сравнения и т. д.

В заключение необходимо отметить, что при проведении бенчмаркинга, безусловно, должны эффективно использоваться специализированные программные продукты (автоматизация), что позволяет сократить и рационально использовать материальные, финансовые и временные ресурсы и значительно повысить эффективность, содержание и качество выполнения работ по бенчмаркингу.

Также проведение успешного и эффективного бенчмаркинга позволит банку проанализировать и выявить те сферы стратегического менеджмента, которые более успешно реализуются на практике их конкурентами, что позволит им в свою очередь заимствовать, усовершенствовать и применять их в своей работе и деятельности, с дальнейшим распространением прогрессивного опыта и подходов к ведению бизнеса и прогрессивному стратегическому развитию в целом стратегического менеджмента.

Используемые источники

1. <http://www.wikipedia.org/wiki/BPM>, Управленческая компания.
2. Tim Stapenhurst. The Benchmarking Book. A how to guide to best practice for managers and practitioners. 2009. Elsevier ltd.
3. Кобаяси И. 20 ключей к совершенствованию бизнеса. Практическая программа революционных преобразований на предприятиях / Пер. с японского А. Н. Стерляжникова. (Серия «Деловое совершенство»). – М.:РИА «Стандарты и качество», 2006.
4. Исаев Р.А. Применение бенчмаркинга для повышения качества и эффективности работы банка // Управление в кредитной организации. – 2009. – № 6.
5. Воробьев А. Д. Методология стратегического менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6.
6. Голованов А. Банковский бизнес в России: приметы нашего времени // Аналитический банковский журнал. – 2009. – № 2.

Ахметов Л. А.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства»
e-mail: lerik39@yandex.ru*

Хориков Ю. В.

*аспирант Российской академии предпринимательства
e-mail: yvh83@yandex.ru*

Методологические основы логистического подхода к управлению предпринимательскими структурами рыбохозяйственной отрасли

В статье раскрываются основы методологического подхода к логистизации управления предприятиями рыбохозяйственной отрасли. Представлены ключевые особенности формирования функционального логистического комплекса предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли, а также базовые факторы, влияющие на специфику решений по совершенствованию логистической подсистемы предприятий отрасли.

Ключевые слова: *логистический подход, логистизация, предпринимательские структуры, рыбохозяйственная отрасль, управление, функциональный, комплекс.*

Ahmetov L. A.

*Doctor of Science (Economics), professor,
Russian academy of entrepreneurship*

Horikov Y. V.

postgraduate student, Russian academy of entrepreneurship

Methodological bases of logistics management approach business structures fisheries sector

This article covers the basic methodological approach to business management logistization fisheries sector. The paper presents the key features of the formation of a functional logistics complex business structures of this branch, and also reflects the basic factors affecting the specificity of decisions to improve logistics subsystem of these enterprises.

Keywords: *logistic approach, logistization, business structures, the fishing industry, management, functional logistics complex.*

Рассматривая методологию логистического подхода в рамках совершенствования управления предпринимательскими структурами рыбохозяйственной отрасли, необходимо отметить, что в общем смысле методология есть учение о способах и средствах познания, имеющих целевую направленность. В данном случае методология ориентирова-

на на решение определенных практических задач или устранение проблем¹, в том числе и проблем в управлении функционированием и развитием предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли.

Методологию совершенствования управления предпринимательскими структурами рыбохозяйственной отрасли необходимо рассматривать как с содержательной, так и с формальной позиции², стоит учитывать, что:

- с точки зрения содержательной позиции методология совершенствования управления предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли на основе логистического подхода определяет совокупность научных оснований и используемых методов исследования для формирования структуры научного знания предметно-объектной области;
- с точки зрения формальной позиции методология совершенствования управления предпринимательскими структурами рыбохозяйственной отрасли на основе логистического подхода анализирует существующие методы исследования, а также формализует новые органичные методы и способы управления, основанные на интеграции накопленного ранее научного и практического опыта.

Первоосновой методологии совершенствования управления предпринимательскими структурами рыбохозяйственной отрасли на основе логистического подхода является функциональный комплекс логистики рассматриваемых структур, который включает три важнейших области, а также внутреннюю логистику или логистику производства, специфику транспортировки грузов и управление запасами в цепях поставок. Если представить бизнес-процесс любого промышленно-производственного предприятия, в том числе предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли, с позиции ресурсной концепции, то можно дополнительно выделить области логистического подхода в управлении указанными структурами (рис. 1).

При исследовании теоретических аспектов нами были выделены три функциональных области логистик: снабжение, распределение, складирование. Учитывая, что в рамках любой предпринимательской структуры рыбохозяйственной отрасли ведется промышленно-производственная деятельность (осуществляется переработка рыбы как сы-

¹ Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2010.

² Философский словарь / Под общей ред. А. Фролова. – М.: Изд-во «Республика», 2001.

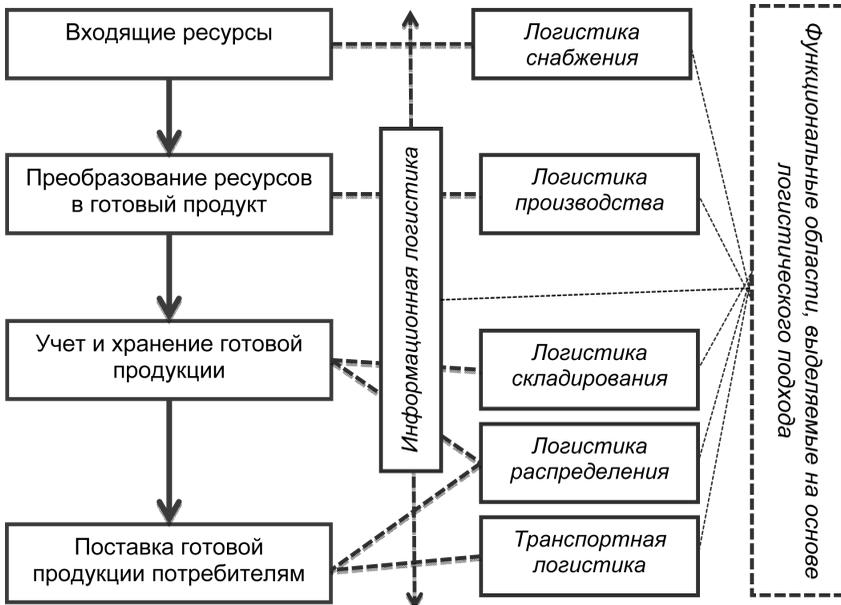


Рис. 1. Области логистического подхода в управлении функционированием и развитием предпринимательских структур

рья в готовый продукт), необходимо выделять еще одну функциональную область – это логистика производства или производственная логистика.

Кроме этого важно учесть, что логистика предполагает не только организацию поставок необходимых ресурсов для ведения деятельности предпринимательские структуры, но и перемещение готовой продукции от производителей к потребителям. Это в свою очередь означает необходимость не только складирования произведенной готовой продукции, но и её транспортировку от предприятия-производителя к предприятиям-потребителям. Следовательно, состав выделяемых и исследуемых функциональных областей увеличивается еще и на область транспортной логистики.

Весь процесс (от момента поступления необходимых ресурсов до момента реализации готовой продукции потребителями) сопровождается логистический информационный поток и на этом основании функциональные области логистического подхода к управлению предпринимательскими структурами могут быть увеличены еще на один блок – блок информационной логистики.

При этом стоит понимать, что самостоятельное существование таких функциональных областей, составляющих логистический комплекс или логистическую систему предпринимательских структур, как транспортная логистика, информационная логистика или логистика производства, равно как и управление запасами в цепях поставок, не могут существовать отдельно от логистики снабжения, логистики распределения или логистики складирования. Поэтому с этой точки зрения совершенствование управления предпринимательскими структурами на основе логистического подхода будет включать в методологическом аспекте функциональный комплекс, образованный основными логистическими областями первого порядка (логистика снабжения, распределения, складирования) и областями второго порядка или производными (логистика производства, управление запасами, транспортная логистика). На основании вышесказанного мы можем представить функциональный логистический комплекс предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли.

Данный комплекс схематично изображен ниже на рисунке 2.

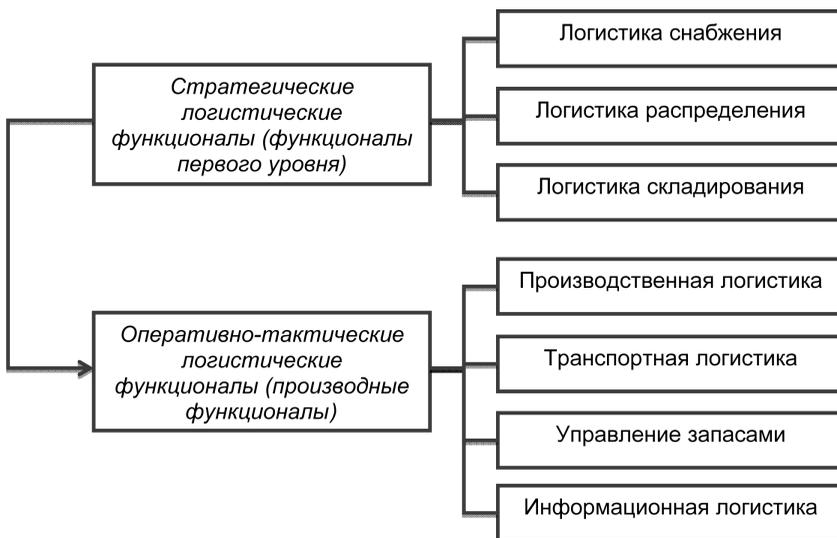


Рис. 2. Двухуровневая структуризация функционального логистического комплекса предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли

Необходимо отметить, что отдельными исследователями выделяются такие самостоятельные функционалы логистики, не относимые к какому-либо уровню, как закупочная логистика ³, логистика запасов⁴, реверсивная логистика ⁵ и другие производные функционалы от вышеперечисленных и представленных на рисунке 2.

Нами предлагается выделять два уровня логистических функционалов: стратегические функционалы логистики предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли и оперативно-тактические логистические функционалы (см. рисунок 2). Стратегические функционалы логистического комплекса предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли определяют генеральную концепцию управления материальными, финансовыми, информационными потоками. Данная генеральная концепция согласована со стратегией развития предпринимательской структуры, а также является органичным и адаптивным инструментом, используемым в стратегическом и оперативно-тактическом планировании деятельности рассматриваемых структур. В свою очередь оперативно-тактические функционалы логистического комплекса предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли рассматриваются как совокупность конкретных решений, связанных с реализацией генеральной концепции управления материальными, финансовыми и информационными потоками, протекающими в рамках функционирования и развития исследуемых структур.

Необходимо отметить, что совокупность всех логистических функционалов образует логистическую систему предпринимательской структуры, которая обладает всеми системными характеристиками и признаками. Одновременно с этим, логистические системы предпринимательских структур, в том числе и структур рыбохозяйственной отрасли, в отличие от всех иных систем и подсистем управления обеспечивают функционирование экономического механизма производственно-коммерческой деятельности⁶.

³ Лапицкая Л.М. Закупочная логистика в сфере снабжения промышленного предприятия // Вестник Гомельского государственного технического университета им. П.О. Сухого. – 2000. – № 1.

⁴ Копилец П.Н. Модели формирования логистической стратегии закупок // Сборник научных трудов вузов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». – 2012. – № 32.

⁵ См., например: Букринская Э.М. Реверсивная логистика. – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, 2010.

⁶ Колодин В.С. Логистические системы в производственно-коммерческой деятельности // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 6.

Авторский коллектив под руководством В.И. Сергеева⁷ абсолютно верно указывает, что использование логистического функционала позволяет современным предприятиям, организациям и компаниям вне зависимости от масштабов деятельности оптимизировать уровень ресурсообеспеченности и ресурсозатратности, что в конечном итоге влияет на показатели эффективности и результативности функционирования и развития всей предпринимательской структуры.

При формировании логистического функционального комплекса в рамках организационной структуры и системы управления деятельностью важно не только учитывать мировые тенденции в части развития логистики как управленческой науки, но и также принимать во внимание особенности отрасли, в которой функционирует и развивается предпринимательская структура.

Деятельность предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли характеризуется следующими основными особенностями:

- во-первых, используемое для производства продукции из рыбы и морепродуктов сырье скоропортящееся. Поэтому для обеспечения оптимального взаимодействия в рамках логистических цепочек предпринимательским структурам рассматриваемой отрасли необходимо либо увеличивать издержки, связанные с транспортировкой для организации быстрой доставки сырья, либо создавать диверсифицированные структуры, которые осуществляют полный цикл (от обеспечения сырьевой базы, отлова ресурсов до переработки сырья и получения готовой продукции). Это не в малой степени увеличивает конечную стоимость продукции, но не создает для предприятий дополнительной ценности;
- во-вторых, территориальная распределенность предприятий, составляющих сегменты рыбохозяйственной отрасли заставляет искать либо наиболее быстрые способы доставки, либо создавать отраслевые диверсифицированные предприятия. Территориальная распределенность предприятий, составляющих различные сегменты рыбохозяйственной отрасли определяет в качестве приоритетного логистического функционала транспортную логистику. Но при этом, стоит отметить, что именно транспортная логистика в рыбохозяйственной отрасли является наименее развитым функционалом, что ведет к увеличению системных рисков, и, следовательно, снижает эффективность

⁷ Корпоративная логистика: 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общей ред. Проф. В.И. Сергеева. – М.: Инфра-М, 2005.

текущей деятельности, не позволяет формировать резервы устойчивого развития;

- в-третьих, производство продукции из рыбы и морепродуктов имеет четкую нормативную регламентацию и определяет высокие требования к первичному сырью, используемым технологиям производства, упаковывания, хранения и транспортировки. Поэтому деятельность предприятий рыбохозяйственной отрасли не только капиталоемкая, но и ресурсоемкая (высокий уровень отходов, брака и возвратов дефектной продукции). Это снижает общую результативность отрасли и дополнительно осложняется использованием устаревшей материально-технической базы, что способствует росту логистических издержек и не позволяет российской продукции рыбохозяйственной отрасли успешно конкурировать с зарубежными аналогами по ценовому и качественному направлениям.

Кроме перечисленных выше особенностей функционирования и развития национальной рыбохозяйственной отрасли, необходимо учитывать и факторы внешней среды, которые определяют специфику формирования логистических цепочек. Среди таковых основных факторов мы выделяем следующие:

1) относительно большое многообразие промысловых объектов и сырьевых ресурсов, потенциал которых не используется в полной мере в силу вышеперечисленных особенностей отрасли;

2) постоянное расширение ассортимента предложения ведет к смешению потребительских предпочтений, поэтому снижение логистических издержек весьма часто нивелируется ростом маркетинговых издержек предпринимательских структур;

3) развитие технологий переработки свежей и замороженной рыбы, а также морепродуктов с одной стороны может обеспечить рост конкурентоспособности, как самих предпринимательских структур, так и предлагаемой продукции, но низкий уровень прибыльности не позволяет основной части предприятий реинвестировать в обновление материально-технической базы и логистической инфраструктуры;

4) наличие на рынке контрафактной и контрабандной продукции увеличивает уровень предпринимательских рисков и при этом снижает способности предпринимательских структур к освоению открывающихся возможностей за счет совершенствования управления на основе логистического подхода.

Рыбохозяйственная отрасль представляет собой важнейший сегмент национальной экономики, который в настоящее время недостаточно конкурентоспособен и тем более с вступлением России в ВТО отрасль может утратить свои позиции.

Поэтому вся вышеперечисленная совокупность факторов, условий и особенностей состояния и тенденций развития рыбохозяйственной отрасли должна быть учтена при формировании локализованных управленческих решений в рамках отдельно взятых предпринимательских структур с целью обеспечения стимулов и импульсов интенсивного развития самой отрасли как важнейшего сегмента национальной экономики.

Таким образом, можно резюмировать, что современная среда функционирования и развития предпринимательских структур, в том числе и предпринимательских структур рыбохозяйственной отрасли, требует поиска новых направлений по совершенствованию управления с учетом текущих и предстоящих изменений, обусловленных достаточным множеством факторов разнопланового влияния. Данные факторы детерминируют принимаемые решения по оптимизации логистической подсистемы предприятий и организаций, осуществляющих свою деятельность в национальной рыбохозяйственной отрасли. Но детерминизм принимаемых решений по совершенствованию управления указанными предпринимательскими структурами это не только ограничения, это еще и новые возможности, которые позволяют обеспечить стратегическую успешность, как отдельных предприятий, так и отрасли в целом.

Используемые источники

1. Ахметов Л.А., Миротин Л.Б. Логистический подход к проблеме контроля деятельности офшорных зон в части финансирования подозрительных и террористических операций // Журнал «Интегрированная логистика». – 2004. – № 2.
2. Балабанова А.В. Управление экономическим ростом: модели и стратегии. – М.: Российская Академия предпринимательства, 2004.
3. Балабанов В.С., Борисенко Е.Н. Продовольственная безопасность: (международные и внутренние аспекты). – М.: Издательство «Экономика», 2002 г.
4. Балабанов В.С. Вступление России в ВТО – плюсы и минусы // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. Вып.12. – М.: АП «Наука и образование», 2008.
5. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2010.

6. Букринская Э.М. Реверсивная логистика. – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, 2010.
7. Дудин М.Н., Лясников Н.В. Толмачев О.М. Логистическое управление производством наукоемкой продукции в странах таможенного союза и восточного партнерства: особенности и проблемы // Транспорт, логистика, природопользование – 2013. Материалы международной научно-практической конференции, 24–25 октября, 2013 года, Ереван, Республика Армения. – Ер.: АРМЕНПАК, 2013. – С. 34–49.
8. Колодин В.С. Логистические системы в производственно-коммерческой деятельности // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 6.
9. Копилец П.Н. Модели формирования логистической стратегии закупок // Сборник научных трудов вузов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». – 2012. – № 32.
10. Корпоративная логистика: 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общей ред. Проф. В.И. Сергеева. – М.: Инфра-М, 2005.
11. Лапицкая Л.М. Закупочная логистика в сфере снабжения промышленного предприятия // Вестник Гомельского государственного технического университета им. П.О. Сухого. – 2000. – № 1.
12. Философский словарь / Под общей ред. А. Фролова. – М.: Изд-во «Республика», 2001.
13. Хориков Ю.В. Развитие логистического подхода в предпринимательских структурах рыбохозяйственной деятельности // Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание: Сборник научных трудов. Выпуск XVIII. – М.: Российская академия предпринимательства. Агентство Печати «Наука и образование», 2013.

Балабанова А. В.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства
e-mail: info@rusacad.ru*

Федорова И. Ю.

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Государственные и муниципальные финансы»,
ФГОБУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
e-mail: fedorovaiu1@gmail.com*

Эмерджентность как проявление особых свойств системы финансирования образовательных услуг

В статье выявляются факторы, оказывающие влияние на характер формирования взаимосвязей элементов в системе финансирования государственных образовательных услуг. В представленной модели синергии процесса финансирования образовательных услуг раскрывается внутреннее взаимодействие элементов системы финансирования, в результате агрегирования которых проявляется особое свойство системы – эмерджентность.

Ключевые слова: *взаимосвязи и взаимозависимость элементов системы, процессный подход, свойства системы финансирования образовательных услуг, энтропия, синергия, эмерджентность, модель оптимизации.*

Balabanova A. V.

*Doctor of Science (Economics), professor,
Russian academy of entrepreneurship*

Fedorova I. Yu.

*PhD (Economics), associate professor,
associate professor «State and municipal finance» department,
FGOBU VPO «Financial University under the Government of the Russian Federation»*

Emerdzhensy as manifestation of special characteristics of the system of financing the educational services

In article the factors having impact on nature of formation of interrelations of elements in system of financing of the state educational services come to light. In the presented model of a synergy of process of financing of educational services internal interaction of elements of system of financing as a result of which aggregation special property of system – an emerdzhensy is shown reveals.

Keywords: *interrelations and interdependence of elements of system, process approach, properties of system of financing of educational services, entropy, synergy, emerdzhensy, optimization model.*

Динамичность процессов в области человеческой деятельности создает сложность проведения анализа в социально-экономических системах. Для повышения его эффективности все шире используется процессный подход, в ходе которого изучаются различные явления. Причем, исследуется не конкретная их физическая природа, а формальные взаимосвязи между различными элементами и характер их изменений под влиянием внешних и внутренних факторов. В этом случае объектом исследования выступает система формальных взаимосвязей между основными признаками и свойствами системы. Изучение объекта как системы включает структурное, функциональное, микроскопическое, иерархическое и процессуальное представление свойств динамического объекта, характеризующегося последовательностью его состояния во времени.

Всякая система, с одной стороны, может рассматриваться как подсистема более высокого порядка надсистемы, а с другой может проявляться, как надсистема системы более низкого порядка и являться подсистемой. Элементами системы выступают ее части с определенными свойствами, выполняющие определенные функции и не подлежащие дальнейшему разбиению в рамках решаемой социально-экономической задачи. При изучении на макроуровне основное внимание уделяется взаимодействию системы с внешней средой. На микроуровне первостепенным направлением исследования выступает внутренняя характеристика системы, характер взаимодействия элементов, их свойства и условия функционирования.

Структура системы включает устойчивое множество отношений элементов в изучаемом временном интервале. Как единое целое система существует благодаря наличию прямых и обратных связей между ее элементами. Прямые связи способствуют передаче энергии и выполняют информационную функцию. Обратные связи отражают изменение состояния системы под управляющим воздействием и являются сигналом о возникновении отклонения или проблемы. Основная функция обратной связи заключается в выработке управляющих воздействий на объект управления.

Система финансирования государственных образовательных услуг включает комплекс элементов, находящихся во взаимосвязи и взаимодействии, образующих целостность и различающихся по уровням бюджетной и образовательной систем. На каждом уровне формируются объекты финансирования по функциональному признаку, включающие:

1. По уровням бюджетной системы:

- на федеральном уровне: Министерство финансов Российской Федерации, Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное казначейство Российской Федерации, высшие профессиональные организации, отдельные организации среднего профессионального образования;
- на региональном уровне: краевые и областные управления образования и отделения федерального казначейства, организации среднего профессионального образования, дошкольные образовательные организации;
- на местном уровне: отделы образования в системе муниципальных органов власти, развивающие образовательные организации.

2. По видам образовательных услуг осуществляется финансирование: общественного, профессионального, дополнительного и непрерывного образования.

3. По уровням образовательных услуг финансируется: дошкольное, начальное общее, основное общее, среднее общее, среднее профессиональное, высшее профессиональное (бакалавриат, специалитет, магистратура), дополнительное образование детей и взрослых, дополнительное профессиональное образование и подготовка кадров высшей квалификации.

В свою очередь, иерархическое представление основывается на выделении подсистем по функциональному принципу, в рамках которых на каждом уровне распределяются финансовые ресурсы на обеспечение образовательных услуг по элементам. Например, система финансирования высшего профессионального образования может быть рассмотрена с учетом взаимодействия отдельных ее элементов (бакалавриат, специалитет, магистратура), финансирование которых рассматривается по отдельным подсистемам, находящихся во взаимодействии и в то же время включаемых в единую образовательную систему государства.

4. Государственные и муниципальные образовательные учреждения подразделяются по типам: на казенные, бюджетные и автономные образовательные организации. В системе образования наиболее распространены бюджетный и автономный типы некоммерческих образовательных организаций.

5. С учетом организационно-правой формы различается механизм финансирования государственных и негосударственных образовательных организаций.

6. По функциональному признаку выделяется финансирование из источников: бюджетных, внебюджетных, страховых, заемных, долговых.

7. По принадлежности финансовых ресурсов элементы подразделяются на государственные, собственные и заемные.

8. По форме собственности в государственной системе финансирования образовательных услуг элементы системы подразделяются на государственные и негосударственные.

Процессуальное представление предполагает выделение системно-го объекта как динамично развивающегося и характеризующегося последовательностью его состояний во времени. Все объекты финансирования взаимосвязаны и образуют единую систему финансирования образовательных услуг с использованием прямых и обратных связей, и сгруппированы для достижения единой цели, которой является предоставление качественных, пользующихся спросом образовательных услуг. Состояние системы финансирования характеризуется совокупностью существенных свойств. Проблемы возникают в случае, если наблюдается разница между имеющимся и желаемым состоянием системы.

Последние изменения, происходящие в мировой экономике, политике и социуме показали, что и на макро- и на микроуровне (уровне отдельных хозяйствующих субъектов) важно сохранение финансовой устойчивости для целей функционирования и развития социально-экономической системы. В качестве системной категории понятие финансовой устойчивости рассматривается большинством российских и зарубежных исследователей.

Основное внимание уделяется способности как отдельно взятых элементов в структуре, так и в целом всей социально-экономической системы эффективно и рационально обеспечивать свою деятельность финансовыми ресурсами для целей долгосрочного функционирования и развития.

Наличие достаточного объема финансовых ресурсов для обеспечения деятельности социально-экономической системы можно рассматривать как ключевой фактор их стратегически устойчивого развития, ориентированного в будущее. Задачи обеспечения финансовой устойчивости могут быть решены с использованием как традиционных, так и инновационных инструментов. Но в то же время нужно понимать, что финансовая устойчивость – это и единичный финансовый показатель, демонстрирующий соотношение собственного и заемного капитала отдельного хозяйствующего субъекта, и системная экономическая категория. Системность определяет возможность взаимодействия материальных объектов как частей в составе целого. Дей-

ствительно о системе можно говорить только в случае выполнения ею какой-либо функции.

Существенным отличием понятия системы является функциональность или свойство агрегирования. В системе финансирования образовательных услуг агрегирование представляется процессами объединения образовательных организаций в более крупные структуры, оказывающие наиболее широкий спектр образовательных услуг. Например, укрупнение высших профессиональных образовательных организаций, или создание возможности непрерывного обучения путем объединения общеобразовательных и дошкольных детских организаций, выполняющих образовательную функцию.

Внутренняя целостность системы финансирования образовательных услуг связана со структурой, в которой рассмотрены свойства элементов и характер их взаимосвязей, ориентированных на достижение общей цели, проявляется процесс агрегирования нескольких элементов в единое целое, основой для систематики в которой выступает одно общее свойство — эмерджентность системы как проявление системного эффекта.

Объяснение эмерджентного (сверхсуммарного, супераддитивного и др.) эффекта синергии подтверждается наличием таких свойств системы финансирования образовательных услуг, как:

Самоорганизация — способность сложных систем к упорядочению своей внутренней структуры при наличии достаточно большого числа взаимодействующих элементов; кооперация — стремление к сотрудничеству; когерентность — согласованное протекание во времени взаимодействий в системе; саморазвитие — развитие системы, происходящее под воздействием внутренних причин и факторов, независимо от внешней среды.

Синергия — результат (эффект), получаемый в процессе кооперации, координации, согласованного взаимодействия элементов системы. Синергия относится к дополнительным свойствам системы, возникающим в следствии взаимодействия ее элементов. При этом, синергия может быть как положительной, так и отрицательной.

Чтобы более точно охарактеризовать синергию системы выделены такие ее свойства, как: открытость, нелинейность, диссипативность, аттрактивность, бифуркативность, фрактальность, эмерджентность.

Открытость — это свойство системы, при котором она непрерывно обменивается ресурсами и информацией с окружающей средой.

Нелинейность — предполагает непрерывность выбора альтернатив ее развития. Нелинейная система обязательно многомерна, многова-

риантна. Диссипативность — означает свойство открытых нелинейных систем, в которых происходит обработка и перегруппировка поступающих ресурсов и информации, состоящее в переводе избытков поступлений на нижележащие уровни.

Аттрактивность — вновь выявленное свойство синергетического подхода. Аттрактор — это некоторая совокупность условий, при которых выбор путей движения или эволюции разных систем происходит по сходящимся траекториям, и, в конечном счете, как бы притягивается к одной точке, некоторое множество, к которому со временем притягиваются близлежащие состояния.

Бифуркативность — свойство системы скачкообразно переходить в альтернативное состояние. Бифуркация означает раздвоение и употребляется в широком смысле для обозначения всевозможных качественных перестроек или метаморфоз различных объектов при изменении параметров, от которых они зависят.

Фрактальность — свойство системы в рамках синергетического подхода. То есть представляет систему, составленную из нескольких частей, каждая из которых подобна всей фигуре целиком.

Эмерджентность — свойство системы, которое не присуще ее элементам в отдельности, а возникает благодаря объединению этих элементов в единую, целостную систему. Динамическая иерархичность (эмерджентность) это основной принцип прохождения системой точек бифуркаций, ее становления, рождения и гибели иерархических уровней. Эмерджентность означает наличие у системы некоторых особых свойств, не присущих ее элементам: блокам и подсистемам, и даже не соответствующих их сумме. То есть, эмерджентность указывает на невозможность свести свойства системы к сумме свойств ее компонентов.

По нашему мнению, применительно к системе финансирования образовательных услуг именно свойство эмерджентности в значительной степени влияет на повышение эффективности системы.

В соответствии с научной позицией ученого И. Пригожина синергия возникает не в системах, а исключительно в процессах функционирования систем. Только процесс — последовательность изменения состояний системы позволяет получать дополнительные синергетические свойства. Это обоснование легло в основу методологии процессного подхода.

В ходе исследования была построена модель синергии процесса в системе финансирования образовательных услуг (рисунок 1).

Процесс финансирования отображен блоком, к левой стороне которого направлена стрелка «Вход», к верхней — «Управление», к ниж-

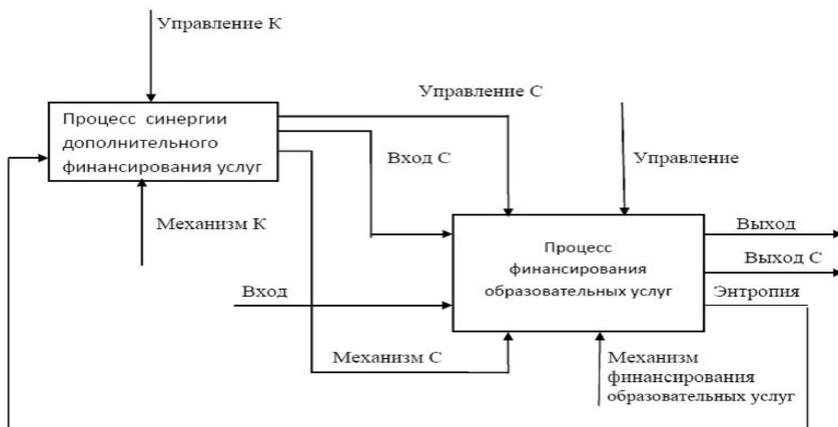


Рис. 1. Модель синергии процесса в системе финансирования образовательных услуг

ней – «Механизм». Из правой стороны блока выходит стрелка «Выход». Вход интерпретируется как совокупность исходных данных финансовых ресурсов, которые предоставляют возможность осуществления процесса оказания образовательных услуг и отражают начальное состояние объекта системы.

Выход представляет собой результат – оказанную образовательную услугу в ходе реализации процесса, конечное состояние объекта системы и результат определенного жизненного цикла процесса. Управление – составная часть процесса, определяющая воздействие на жизненный цикл, характеризуется типом образовательной организации, по которому вход преобразуется в выход. Механизм – составная часть процесса финансирования образовательных услуг, обеспечивающая управляющее воздействие и жизненный цикл. Механизм представляет собой финансовые ресурсы, которые напрямую не переходят в выход, но участвуют в процессных преобразованиях. Одним из главных элементов процесса финансирования является жизненный цикл. Жизненный цикл определяет последовательность (алгоритм) преобразования входа в выход, применение управляющих воздействий, использование финансовых ресурсов механизма.

Цель в системе финансирования образовательных услуг определяется достижением наибольшей результативности и эффективности расходования государственных финансовых ресурсов с учетом достижения наилучшего качества предоставляемой услуги. Возникновение

частных целей, не связанных с общей целью системы, определяется как проявление отдельных проблем в системе финансирования образовательных услуг, препятствующих достижению конечного эффекта, для устранения которых должны быть разработаны и предложены соответствующие решения.

Преобразование входа в выход сопровождается потерями, которые присутствуют как в самом жизненном цикле, так и в элементах процесса. Потери носят разнообразный характер. В современной науке отождествляются с энтропией. Энтропию можно также трактовать как результат действия дополнительного, сопряженного процесса, который не определен в данной системе. В результате имеется основной выход жизненного цикла процесса и побочный выход – энтропию, включающий потери элементов и жизненного цикла процесса.

Энтропия может быть использована на входе процесса финансирования образовательных услуг, в его управлении, в механизме и в жизненном цикле. Благодаря этому свойству энтропия системы финансирования может преобразовываться в дополнительный полезный выход. Энтропийные процессы дополняют основные, обеспечивая дополнительный полезный эффект – синергию.

С точки зрения законов сохранения, синергия не возникает из ниоткуда, а формируется из энтропии процессов системы. То есть это не свёрхсуммарный эффект, а результат действия неучтенной энтропии группы процессов в системе. Свойство процессов принимать энтропию в качестве ресурсов элементов позволяет перераспределять силу процессов в системе, где на определенном этапе выделяются более сильные процессы, которые берут на себя обобщенный жизненный цикл системы. Возможные причины отрицательного и положительного проявления энтропии процессов системы финансирования образовательных услуг представлены в таблице 1.

Особенностью рассматриваемой модели является отдельно выделенный процесс «С» – синергии, связанный с экономической деятельностью образовательной организации. Полученный эффект синергии «С», отражает дополнительный прирост выхода энергии процесса существования системы финансирования образовательных услуг, т.е. дополнительно предоставленные образовательные услуги. Управление процессом синергии обеспечивается более успешной финансово-хозяйственной деятельностью образовательной организации. В общем виде значения данных показателей представлены в следующем виде:

$$\Theta = F (V_{\text{хк}}, U_{\text{пк}}, M_{\text{хк}}),$$

Причины возникновения потерь и дополнительного полезного выхода энтропии процессов системы в системе финансирования образовательных услуг

Причины возникновения отрицательной энтропии	Причины возникновения положительной энтропии
1. Трудность обоснования необходимого объема и видов образовательных услуг	1. Снижение различий в финансировании затрат однотипных образовательных организаций, оказывающих один вид образовательных услуг
2. Отсутствие идентичности натуральных показателей объемов потребляемых ресурсов или коммунальных услуг, в связи с чем возникает сложность прогнозирования объемов оказания услуг в отдельных образовательных сферах	2. Наблюдается стимулирование процесса оптимизации государственных образовательных организаций к расширению состава и повышению качества образовательных услуг
3. Необходимость ежегодной корректировки финансовых нормативов и следовательно увеличение трудозатрат	3. Выявляются и устраняются «застоявшиеся проблемы» образовательных организаций
4. Формальный подход государственных распорядителей бюджетных средств при формировании нормативной базы	4. Устраняется влияние факторов, влекущих рост затрат на образовательные услуги
5. Усложнение учетной работы при финансировании в рамках плана финансово-хозяйственной деятельности	5. Обеспечивается оптимизация затрат при определении реальной потребности финансирования
6. Неготовность образовательных организаций самостоятельно рассчитать субсидию на выполнение государственного задания	6. Формируется система управленческого учета, способствующая развитию более эффективных форм финансовых отношений
7. Недостаточность задействования дополнительных источников финансирования и использования эффективных инструментов	7. Расширяется степень хозяйственной самостоятельности, появляется заинтересованность образовательных организаций в достижении наилучшего результата

$$C = \frac{\text{Вых} + \text{Вых } C}{\text{Вых}} * 100\%$$

где: Э – энтропия обобщенного процесса финансирования образовательных услуг;

С – синергия обобщенного процесса финансирования образовательных услуг;

Вхк, Упк, Мехк – вход, управление, механизм финансирования обобщенного процесса существования системы

Вых – выход обобщенного процесса существования системы;

Вых С – выход синергии обобщенного процесса существования системы.

Дополнительный эффект создается за счет синергетической самоорганизации системы финансирования образовательных услуг и ее подсистем, а так же под действием организации процесса синергии за счет целенаправленной деятельности образовательной организации. Самоорганизация и развитие происходит в силу одновременной реализации большого числа связанных процессов, идущих в системе, при которых происходит утилизация энтропии. Возникает синергия, изменяются свойства системы финансирования образовательных услуг, за счет чего достигается дополнительный эффект.

Говоря о развитии системы образовательных услуг данный процесс необходимо рассматривать как усложнение и усовершенствование форм взаимодействия между элементами структуры, дающие наибольший экономический эффект. Т.е. речь идет о процессе оптимизации, которая лежит в основе эволюции развития социальных институтов, формирующих институциональную среду. С помощью построения модели оптимизации доходов общеобразовательных организаций, математически выражена степень синергетического эффекта в системе финансирования образовательных услуг на примере развития образовательной сферы Административного округа Химки Московской области.

Оптимизация области доходов должна осуществляться в первую очередь за счет дополнительного наращивания объемов платных услуг с более интенсивным использованием рыночных методов и инструментов в условиях конкурентной среды. Достижение результата в условиях современной модели финансирования образовательных услуг путем наращивания доходов — это направление повышения эффективности и конкурентоспособности образовательных организаций и, следовательно, возможность обеспечить устойчивую финансовую базу для системы государственных и муниципальных образовательных услуг. Если принять во внимание конкурентные условия функционирования, то комбинация этих факторов влияния будет способствовать повышению конкурентоспособности образовательных услуг.

Авторами установлено влияние факторов — доходов из различных источников, временного тренда и других независимых факторов на максимизацию конечного результата — общего дохода образовательной организации в результате построения экономико-математической зависимости в форме множественной регрессионной модели.

Алгоритм построения уравнения множественной регрессии и выявления положительного синергетического эффекта

Множественная регрессия представляет собой модель, в которой зависимая переменная (объясняемая) Y рассматривается как функция

нескольких независимых (объясняющих) переменных. Из всего круга факторов, влияющих на результирующий признак, выделены факторы, оказывающие наиболее существенное влияние. При отборе признаков-аргументов, подлежащих включению во множественную модель, особое значение придается проведенному ранее комплексному финансово-экономическому анализу, в ходе которого глубоко и более полно выявлено существо, направленность и теснота связи между факторами.

Для выявления тесной корреляционной связи определены коэффициенты парной корреляции между признаками. Считается, что показатели-аргументы коллинеарны, если величина коэффициента корреляции превышает 0,8. Для устранения коллинеарности необходимо оставить один фактор из числа факторов, дублирующих друг друга.

Факторные признаки для построения модели были выбраны на основании данных Отчета об исполнении доходов и расходов по услугам Управления по образованию городского округа Химки за период 2012–2013 гг.

Объем доходов – это зависимая переменная Y .

В качестве независимых, объясняющих переменных выбраны: временной период – X_1 ; доходы от общеобразовательных услуг, обеспечиваемых в объеме государственного задания – X_2 ; доходы от дополнительных платных услуг, обеспечиваемых за счет иных источников – Z . (таблица 2).

Таблица 2

Значения зависимой и независимых переменных в уравнении множественной регрессии

Y	X_1	X_2	Z
265,16	1	115,30	41,48
511,36	2	206,40	42,36
276,29	3	109,73	8,60
809,56	4	210,24	44,32
282,24	5	120,31	48,30
534,17	6	235,83	48,54
280,37	7	129,73	9,71
813,56	8	211,48	49,60
474,04	9	214,49	51,17
586,18	10	296,89	50,26
424,51	11	165,05	10,23
816,19	12	374,39	52,08

Для проведения корреляционного анализа была использована функция Корреляция (Анализ данных в Excel). В результате была получена матрица коэффициентов парной корреляции, представленная в таблице 3.

Таблица 3

Матрица коэффициентов парной корреляции

	Y	X1	X2	Z
Y	1			
X1	0,42	1		
X2	0,78	0,63	1	
Z	0,55	0,09	0,58	1

Анализ матрицы показал, что зависимая переменная Y имеет тесную связь с независимой переменной X2 (доходы от общеобразовательных услуг – 0,78) и с независимой переменной Z (доходы от дополнительных платных услуг – 0,55). Связь с независимой переменной X1 слабее (0,42), поэтому можно оставить два объясняющих фактора – X2 и Z. Для получения параметров регрессионной модели использована функция Регрессия (Анализ данных в Excel). Оценивание параметров линейной регрессии основано на методе наименьших квадратов (МНК). Метод наименьших квадратов позволяет получить такие параметры a и b , при которых сумма квадратов отклонений фактических значений результативного признака Y от расчетных значений минимальны.

Уравнение зависимости объема доходов (Y) от доходов от общеобразовательных услуг (X) и от доходов от дополнительных платных услуг (Z) выражено в следующем виде:

$$Y = 62,161 + 1,878 X + 1,838 Z .$$

Значение коэффициентов детерминации и множественной корреляции определяется по таблице «Регрессионная статистика». Коэффициент детерминации $R^2 = 0,624$ показывает, что около 62% вариации зависимой переменной учтено в модели и обусловлено влиянием включенных факторов. Коэффициент множественной корреляции $R = 0,79$ показывает тесноту связи зависимой переменной Y с двумя включенными в модель объясняющими факторами. От правильно выбранной спецификации модели зависит величина случайных ошибок: они меньше, если теоретические значения результативного признака подходят к фактическим данным Y. К ошибкам спецификации будет относиться не толь-

ко неправильный выбор математической функции, но и недоучет в уравнении регрессии какого-либо существенного фактора.

Проверка значимости уравнения регрессии проведена на основе коэффициента F-критерия Фишера. Значение F-критерия Фишера принято по таблице «Дисперсионный анализ» протокола Excel: $F_{расч.} = 7,46$.

Таблица 4

Результаты применения процедуры «регрессия для многофакторной модели»

Вывод итогов				
Регрессионная статистика				
Множественный R	0,789786			
R – квадрат	0,623763			
Нормированный R – квадрат	0,540154			
Стандартная ошибка	145,9596			
Наблюдения	12			
Дисперсионный анализ				
	df	SS	MS	F
Регрессия	2	317881,6	158940,81	7,4605333
Остаток	9	191737,9	21304,216	
Итого	11	509619,6		
	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t – статистика	P – Значение
Y – пересечение	62,16125	124,191	0,5005293	0,6287131
X	1,878149	0,682181	2,753155	0,0223611
Z	1,837753	3,090844	0,5945796	0,5667696

При доверительной вероятности 0,95 при $v_1 = k = 2$ и $v_2 = n - k - 1 = 12 - 2 - 1 = 9$. Оно составляет $F_{табл.} = 4,26$. Поскольку $F_{расч.} > F_{табл.}$, уравнение регрессии следует признать адекватным.

Для вычисления параметров многофакторной модели использована ППП Excel. Результаты регрессионного анализа представлены на рисунке 2.

В результате построения корреляционно-регрессионной множественной зависимости определена наиболее тесная зависимость результата (общего дохода) организации от двух факторов: доходов от оказания услуг в объеме государственного задания и доходов от дополнительных платных услуг. Также выявлено наиболее сильное влияние обоих факторов на за-

висимую переменную, т.е. проявление суммарного положительного синергетического эффекта, отражающего многократное влияние обоих факторов. В построенной модели регрессионной зависимости отмечается практически двукратное увеличение дохода в результате однократного увеличения поступлений финансовых средств из дополнительных внебюджетных источников финансирования образовательных услуг, что отражает степень проявления положительного синергетического эффекта.

Совершенствование механизма финансирования образовательных услуг возможно на основе оценки эффективности и результативности параметров, воздействующих на результат. Для организаций, оказывающих услуги, результатом является максимизация доходов. Основным источником их формирования являются бюджетные средства на выполнение государственного задания. В условиях конкурентных рыночных отношений доказана необходимость наращивания иных источников – от приносящих доход видов деятельности.

Следовательно, доказана значимость оптимизации области доходов в первую очередь за счет дополнительного наращивания объемов платных услуг с более интенсивным использованием рыночных методов и инструментов в условиях конкурентной среды и проявление свойства эмерджентности системы, в результате которого проявляется значительный синергетический эффект.

Выводы

1. Выявлены факторы, оказывающие влияние на характер формирования взаимосвязей элементов в системе финансирования государственных образовательных услуг в современных условиях.

2. Наиболее эффективной в современных рыночных условиях для России является модель финансирования государственных образовательных услуг, рассматриваемая как обособленная система, обладающая внутренней целостностью, реализуемая на основе «результативного» подхода, в условиях конкурентных рыночных отношений с учетом воздействия внутренних и внешних факторов.

3. Построена модель структуры, раскрывающая внутреннее взаимодействие элементов системы, в результате агрегирования которых проявляется свойство эмерджентности.

4. Выделены области оптимизации модели финансового обеспечения государственных образовательных организаций для решения выявленных проблем.

5. Обоснована перспективность использования методического подхода совершенствования механизма финансирования образователь-

ных услуг и рассчитан синергетический эффект путем построения экономико-математической модели максимизации доходов образовательных организаций.

Используемые источники

1. Schinasi Garry J. Defining Financial Stability // International Monetary Fund (WP/14/187), 2014.
2. Балабанова А.В., Шкарин А.Ю. Предпринимательские аспекты образовательной деятельности // Путеводитель предпринимателя. – 2014. – № 21. – С. 23–29.
3. Балабанова А.В., Усенко Е.Д. Усиление социальной компоненты в механизме адаптации экономики к фазам цикла // Путеводитель предпринимателя. – 2011. – № 12. – С. 48–60.
4. Балабанов В.С., Кириллов В.Н., Юлдашев Р.Т. Методика преподавания экономических дисциплин. – М.: АНК ИЛ, 2000.
5. Теплова Т.В. Эффективный финансовый директор. – М.: Юрайт, 2009.
6. Энциклопедия финансового риск-менеджмента / Под ред. А.А. Лобанова, А.В. Чугунова. – М.: Эксмо, 2009.
7. Dudin M.N. A systematic approach to determining the modes of interaction of large and small businesses // European Journal of Economic Studies. – 2012. – Vol. (2), № 2. – P. 84–87.
8. Geroski P., Gugler K. Corporate growth convergence in Europe // Oxford Economic Papers. – 2004. – Vol. 56(4). – P. 59–620.
9. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент. – М.: Эксмо, 2010.
10. Dudin M.N., Ljasnikov N.V., Kuznecov A.V., Fedorova I.Ju. Innovative Transformation and Transformational Potential of Socio-Economic Systems // Middle East Journal of Scientific Research. – 2013. – Vol. 17, № 10. – P. 1434–1437. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.17.10.12313.
11. Васильев А. Муниципальное управление: понятия, термины, библиография. – Н. Новгород, 2006. – 304 с.
12. Кобзева Н.М. Синергизм процессов организационных изменений. – Электронный источник. – Режим доступа. – <http://www.uecs.ru/uecs-48-122012/item/1888-2012-12-26-09-46-43>.
13. Лебедев С. Философский глоссарий. Открытость системы. – Электронный источник. – Режим доступа. <http://www.termo.ru/dictionary/190/word/otkrytost-sistemy>.
14. Котельников Г. Теоретическая и прикладная синергетика. – Электронный источник. – Режим доступа. – <http://spkurdyumov.narod.ru/kotelki.htm>.
15. Диссипативные системы. – Электронный источник. – Режим доступа. – http://www.scorcher.ru/art/theory/evolution/dissip_sys.php.
16. Петрова Н. Современная картина динамики рынков. – Экономические стратегии. – 2003. – № 2. – С. 106–111.
17. Арнольд В. Теория катастроф. – М.: Наука, Гл. ред. Физ.-мат. литературы, 1990. – 127 с.

18. О фракталах. — Электронный источник. — Режим доступа. — <http://fraktalz.narod.ru/about.html>.
19. Буданов В. Синергетика: история, принципы современность. — Электронный источник. — Режим доступа. — <http://www.bioinformatix.ru/sinergetika/sinergetika-istoriya-printsipyi-sovremennost.html>.
20. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой / Пер. с англ.; общ. ред. В. И. Аршинова, Ю. Л. Климонтовича и Ю. В. Сачкова. — М.: Прогресс, 1986. — 432 с.

Боганова Е. В.

*аспирант, Российская академия предпринимательства
e-mail: eva08031@yandex.ru*

Изучение возможности создания унифицированного банковского продукта для оптимизации управления собственными денежными средствами потребителями банковских услуг

В статье рассматриваются условия и пути создания банковского продукта – функционала на основе систематизации оптимального ряда прогрессивных банковских продуктов с целью упрощения управления денежными потоками потребителями банковских услуг в современных условиях.

Ключевые слова: *унифицированный банковский продукт, оптимальный ряд прогрессивных банковских продуктов, потребители банковских услуг, «Свой счет».*

Boganova E. V.

postgraduate student, Russian academy of entrepreneurship

Analising the possibility of creation of standardized banking product to optimize management of one's own funds by banking services users

The article deals with conditions and ways for creating banking product – functional on the basis of systemizing optimal range of progressive banking products in order to simplify management of cash flows by banking services users in present conditions.

Keywords: *standardized banking product, optimal range of progressive banking products, banking services users, «My account».*

В процессе экономического роста России огромная роль принадлежит финансовому сектору. Возможность расширения масштабов экономики страны зависит от способности финансовых институтов обеспечивать ее оборотными средствами и инвестициями, что позволяет экономическим единицам нормально функционировать. Этому должна способствовать четко выстроенная работа в банках и кредитных организациях, в том числе – правильно подобранный банками набор, предлагаемых ими услуг, а главное, способ предоставления данных услуг потребителю.

Расширенный анализ преобразования предложений банками своих продуктов и изучение возможности создания оптимального продуктового ряда, а также легкодоступных способов получения потребителями разнообразных банковских услуг, могут послужить толчком к нача-

лу формирования нового универсального продукта, позволяющего клиентам банков свободно и легко управлять своими средствами, продукт, который устроил бы любого клиента любого банка. Массовое внедрение такого продукта определило бы приоритетные позиции прогрессивных банков на банковском рынке, а также популяризировало бы такие банки среди потребителей банковских услуг.

Исследование системы формирования разновидностей типовых банковских продуктов, развития оптимального их ряда, также как и упрощение пользования банковских услуг потребителями может представить собой практический интерес для банков, с точки зрения увеличения рентабельности своих услуг, а также повышения эффективности своей деятельности и усиления конкурентоспособности.

У истоков создания коммерческого банковского сектора в постперестроечной России набор банковских услуг формировался, изменялся, пополнялся новыми, по сравнению с государственной банковской системой. В настоящее время на российском банковском рынке предлагается немало банковских продуктов: различные виды кредитов и депозитов с всевозможными разнообразными условиями; большое количество систем денежных переводов; банковские векселя, аккредитивы в рублях, международные аккредитивы, чеки на инкассо; банковские карты, в том числе кредитные и смарт-карты; услуги «эквайринга», POS-терминалы и банкоматы; достаточное количество «небанковских» услуг, таких как лизинг, аренда ячеек сейфа, услуги компаний доверительного управления, услуги паевых фондов, и другие.

В настоящее время научно-техническая революция привела к появлению on-line-электронных способов общения клиентов с банками и наоборот, появилось понятие «электронные деньги», усовершенствованные банковские продукты постоянно видоизменяются, обрастают дополнительными услугами, как деревья ветками.

Огромное количество разновидностей типовых банковских продуктов, разрабатываемых методологическими отделами различных банков, наполняет пространство предложений на банковском рынке настолько, что не только потребителю банковских услуг, но, порой, и самим банковским работникам, особенно новичкам, бывает непросто в них разобраться. Нисколько не умаляя достоинств уважаемых методологов и клиентов банков, следует подчеркнуть, тем не менее, что они постоянно находятся в состоянии поиска – одни, в поиске чего-то кардинально нового, другие – в поиске упрощения получения банковских услуг, раздражаясь, при виде большого количества не всегда «эффективного» их разнообразия.

Но теперь гораздо реже рождается действительно новый продукт — актуальный и востребованный — бывает, что этот вновь созданный банковский продукт, едва появившись, достаточно быстро, «вымирает» и исчезает с банковского рынка, как ненужный и бесперспективный — пример тому — разнообразные виды банковских вкладов и кредитов различных банков, из которых «приживается» в результате один-два. В то же время, современному и достаточно «грамотному», с точки зрения знания банковских продуктов, потенциальному клиенту банка, важно, чтобы его денежные средства не «лежали в сохранности», при этом, оставляя неизменным свой номинал, зато теряя платежеспособность — но «работали» на него, приносили ему доход, были в безопасности и всегда доступны к управлению.

Поэтому банковские методологи, разрабатывая новый банковский продукт, начинают с поиска идей, которые уже все реже появляются, и все реже являются действительно новыми и никому неизвестными. Разработать и даже внедрить такую идею гораздо проще, чем найти. Безусловно, новые виды банковских продуктов постоянно появляются, и будут появляться, в связи с развитием информационных и иных, сопутствующих им, технологий, но их создание должно преследовать одну важнейшую цель — удовлетворять всевозможные запросы и пожелания потребителя, а также быть рентабельным и прибыльным для продавца банковских услуг.

Изучение как позитивного, так и негативного опыта внедрения и модернизации продуктов банковского сектора не только позволит определить оптимальный набор, предлагаемых российскими банками банковских услуг, но и поможет вновь создаваемым банкам или банкам, проводящим структурную реорганизацию, впоследствии избежать ошибок в процессе формирования прогрессивных рядов предлагаемых банковских продуктов. В данном случае, говоря о модернизации банковского продукта, подразумевается реформирование и внедрение существующего банковского продукта с использованием современных технологий. Объектом реформирования здесь являются банковские продукты, наиболее востребованные клиентами банков на банковском рынке.

С этой целью можно рассматривать банковские продукты различных видов кредитных организаций, как государственных и коммерческих банков России, так и различных иностранных банков. Определенные «реформирующиеся и вымирающие продукты» относятся к продуктам «полезным и бесполезным», с точки зрения получения прибыли банками и с точки зрения выгоды для потребителей банковских

услуг. Развитие «полезных» и отмирание «бесполезных» услуг должно способствовать укреплению и оздоровлению пакета предложений продуктов банковским сектором, так как в настоящее время на банковском рынке уже стала складываться не очень благоприятная для банков ситуация — вкладчики перестали нести средства в банки. В июне 2014 года банки привлекли у населения 126,7 млрд руб. — на 8% больше, чем годом ранее. За пять лет это самый низкий рост! С начала 2014 года средства физических лиц в банках сократились на 0,4%. Годовой темп прироста депозитов замедлился до 8% — минимального уровня за пять лет. Теперь банкам немаловажно привлекать средства клиентов другими действенными методами, и простой и удобный банковский продукт, позволяющий управлять своими средствами без лишних затрат времени, возможно, смог бы этому помочь.

Следует учесть, что яркость и пестрота внешней оболочки любого продаваемого продукта, благодаря рекламным приемам (СМИ, листовкам, буклетам, стендам, растяжкам), является лишь сопутствующим фактором, играющим роль только для определенной категории клиентов. Большая же часть клиентов пытается понять суть услуги, во имя соблюдения своих интересов, и им, как правило, слишком жаль своего времени, чтобы глубоко вникать в невероятную бездну разнообразных реклам, предлагающих те или иные разновидности одних и тех же банковских услуг.

В связи с тем, что ввод любого продукта, даже уже существующего на рынке банковских услуг, сопряжен с затратами на его внедрение, такими как: новые регламенты, обучение персонала, реклама, новые АБС, тестирование на предмет изучения ошибок, испытание и внедрение продукта через обслуживающие подразделения и т.п. — банки должны очень тщательно изучать целесообразность внедрения такого продукта. Изучение возможностей банка оказывать данные услуги с прибылью зависит от правильного построения рынка предложений банка и наличия клиентов, пользующихся данными предложениями.

Для такого изучения немаловажно исследовать некоторые моменты:

1. Провести детальный анализ основных банковских продуктов, которые необходимы потребителю.
2. Рассмотреть различные пути реформирования и стандартизации наиболее востребованных клиентами банковских продуктов.
3. Исследовать основные методы и направления модернизации и особенности внедрения новых банковских продуктов и расширения набора имеющихся услуг.

4. Изучить материалы по теме создания новых банковских продуктов в России, в том числе по созданию национальной платежной системы страны.

5. Проанализировать направления внедрения новых способов расчетов в системах электронной коммерции и создания новых платежных систем без открытия счета, как новых перспектив в банковской деятельности России.

Рассмотрев вышеуказанные темы и учитывая, что для конечного потребителя банковской услуги важно, что она ему необходима, проста в обращении и выгодна, можно говорить о перспективе создания нового универсального банковского продукта, позволяющего любому клиенту любого банка получить большое количество унифицированных банковских услуг в режиме on-line.

Давно работа в обслуживающих подразделениях банков, я утвердилась во мнении, что основному количеству клиентов нужно иметь возможность управлять своим кошельком, не отвлекаясь от своих ежедневных насущных дел, т.е. иметь свой «карманный» банк. Некоторые финансовые институты уже предлагают своим клиентам похожую возможность, но пока в любом «Личном кабинете» или «Кошельке» можно провести достаточно ограниченный круг операций. А хотелось бы, не прилагая особых усилий, не теряя много времени, производить, кроме оплаты услуг ЖКХ, Энергосбыта, телефонии, сотовых операторов и оплаты налогов и штрафов, также оплату счетов других разнообразных организаций за различные виды товаров и услуг: например, за продукты и товары народного потребления, отправлять денежные средства знакомым или родственникам, не прибегая к помощи платежных систем, а также иметь возможность легко и просто размещаться во вклады или депозиты или отслеживать своевременное получение заработной платы, гонораров, возвратов налогов, получение алиментов, уплаты процентов по вкладам, и других видов поступлений денежных средств на свой счет.

Простая, «лежащая на поверхности» идея, создания подобного универсального продукта и его распространения, для оказания банками различных банковских услуг своим клиентам, оказалась фантастической и постоянно встречает в процессе внедрения массу трудностей, и, наверное, поэтому никак не воплотится в жизнь в полном объеме.

Если идти по очевидному пути внедрения подобного продукта, то получается вполне доступная программа:

1. Создание для любого клиента банка возможности открытия уникального единого счета — например, с понятным названием «Свой счет», через который проходят потоки управляемых ими денежных средств.

2. Определение типов продуктов, наиболее часто востребованные клиентами банков.

3. Составление списка всех законодательных норм, которые должны быть соблюдены при получении данных услуг.

4. Составление оценочных параметров для отказа от предоставления услуги, при невыполнении норм законодательства и разработка технических возможностей отказывать в услуге, если она идет, по определенным параметрам, вразрез с действующим законодательством.

5. Выбор вида продукта, посредством которого можно получать данные услуги, а также описание всех возможных путей их получения.

6. Определение расчетных центров, через который проходят платежи между любыми контрагентами-участниками таких расчетов

7. Проведение тестовых разработок и внедрение продукта в любом, желающем участвовать в процессе внедрения, банке.

8. Внедрение продукта в любом банке.

Понятно, что основанием для создания такого банковского продукта является возможность оказывать банковские услуги, требуемые клиентам банка, с максимальной выгодой и для банка и для его клиента. Интересная и в то же время сложнейшая задача, которая стоит перед многими кредитными организациями, — оказывать эти услуги просто и недорого для клиентов и при этом получать прибыль, важную для банков. Вывод предельно прост: эффективность деятельности банка напрямую зависит от удовлетворения клиента качеством и простотой потребляемых банковских услуг. Можно изобразить все вышесказанное на примере условного банковского продукта «Свой счет», если нарисовать схематично, то получится простая блок-схема, в которой пункты 2, 3, 4 и 5 становятся темами для разработок унифицированного банковского продукта:

Схема банковского продукта «Свой счет»: от Клиента до Результата



В настоящее время, для создания подобного продукта, уже практически все есть: имеются потребители банковских услуг, владеющие средствами для управления, которые желают получать беспрепятственный доступ к любым операциям по своим счетам, имеются расчетные центры, в которых могут открывать счета физические и юридические лица, имеется ряд действующих банковских продуктов, имеются различные автоматизированные банковские системы (АБС) — нужно только выбрать оптимальную. Каждый вид предлагаемой банковской услуги должен быть предварительно тарифицирован и стандартизирован банком для того, чтобы он беспрепятственно смог занять свое важное место при получении клиентом необходимого ему конечного эффективного пакета банковских услуг.

Казалось бы, остается только соединить все вышеперечисленные составляющие вместе и обеспечить бесперебойную работу данного механизма, но, оказывается, это и есть самая большая проблема! Очевидно, есть моменты, которые мешают созданию и внедрению такого унифицированного банковского продукта. Найти их можно, если попытаться получить ответы на некоторые вопросы, касающиеся данного продукта:

1. Кому нужен подобный банковский продукт? Безусловно, потребителям услуги, в первую очередь; но ведь банкам и иным кредитным организациям также может быть интересен данный продукт, если он будет популярен;

2. Кому данный продукт принесет выгоду? Конечно, потребителям банковских услуг этот продукт сэкономит массу времени и денег, учитывая всем известное «время — деньги»; но, если клиентам будет интересен продукт, то и банки смогут получать от него свою прибыль.

3. Кто смог бы создать, структурировать и внедрить такой банковский продукт — каждый банк самостоятельно или соответствующие государственные структуры централизованно? На этот вопрос нет однозначного ответа, так как подобная задача перед кредитными организациями не поставлена, а если нет задачи — то тогда это вопрос необходимости, и мы опять обращаемся к вопросу номер один.

Основная проблема именно в этом, третьем пункте, так как у всех банков разные технологии, разные обслуживающие АБС, разные пути достижения прибыли — существуют банки, привлекающие депозиты или выдающие кредиты, отраслевые банки, нацеленные на инвестиции в свою отрасль экономики, есть развивающиеся банки, есть, к сожалению, и «банки-временщики». Какие-то кредитные организации работают по своим сложившимся схемам, какие-то все-таки пытаются внедрить похожие продукты — «Личные кабинеты», «Клиент-Банки».

Но при централизованном внедрении такого продукта, кредитные организации смогли бы впоследствии избавиться от необходимости иметь методологические отделы, так они есть при государственных структурах – ЦБ РФ, Министерстве финансов. В таких отделах всегда проще отслеживать изменения норм банковского законодательства, и поэтому, можно легко быть унифицировать, и даже утверждать законодательно, подобные банковские продукты до распространения их в кредитные организации. Помимо этого, уже созданы базовые программы развития национальной платежной системы в России. Так, с марта 2012 года в России действует некоммерческое партнерство «Национальный платежный совет», объединяющее всех участников платежного рынка. 15 марта 2014 года Советом директоров Банка России была одобрена новая Стратегия развития национальной платежной системы (НПС) страны, развития платежных услуг, платежных систем и соответствующей инфраструктуры.

Централизация внедрения описанного банковского продукта и упрощение самой процедуры этого внедрения – это не лишение фантазии методологов разных банков и не попытка ограничить их придумывать новые банковские услуги. Это – возможность предоставлять банковские услуги клиентам банка быстро, внятно, в соответствии с законодательством, заранее обдуманно, без недоразумений, когда возникают противоречия между вновь внедренным продуктом и существующим законодательством. Пока речь может идти о простейших некредитных банковских услугах, в число которых могут входить любые расчетные услуги, вкладные операции, хотя и этого уже будет вполне достаточно, но в перспективе и кредитные продукты могут войти в оптимальный ряд предоставляемых таким образом банковских услуг.

Основная цель такого внедрения: Централизация внедрения описанного банковского продукта в российских банках. Привлечение на обслуживание в российские кредитные организации наибольшего сегмента клиентов – физических и юридических лиц. Получение владельцами банковских счетов – потребителями банковских продуктов практически любой банковской услуги в любой точке местонахождения клиента банка.

Используемые источники

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» № 395-І от 02.12.1990 (ред. от 05.05.2014)
2. Федеральный закон «О национальной платежной системе» № 161-ФЗ от 27.06.2011(в ред. от 05.05.2014).

3. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
4. Маркетинг / Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
5. Балабанова А.В. Повышение конкурентоспособности – ключевой источник экономического роста / Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сборник научных трудов. Выпуск XXXII / Под общ. ред. В.С. Балабанова. – М.: Российская академия предпринимательства, АП «Наука и образование», 2012
6. Русавская А.В., Дормидонтов А.В. Влияние мировой глобализации на развитие современного рынка банковских продуктов / Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сборник научных трудов. Выпуск XXXII / Под общ. ред. В.С. Балабанова. – М.: Российская академия предпринимательства, АП «Наука и образование», 2012.
7. Газета «Ведомости», раздел «Финансы», Дарья Борисьяк, 16.07.2014, <http://www.vedomosti.ru/finance/news>.

Борисова Ю. Б.

аспирант,

ФГОБУ «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва

e-mail: Borisovayulia911@gmail.com

Страховая культура в России и пути повышения ее уровня

В статье предпринимается попытка определить само понятие страховой культуры, а также предложить действенные механизмы ее повышения.

Ключевые слова: *страховая культура, объединение страхователей, страховой омбудсмен, развитие страхового рынка.*

Borisova Y. B.

postgraduate student,

Financial University under the Government of the Russian Federation

Insurance culture in Russia and ways to improve its level

The article attempts to define the notion of insurance culture and to offer effective mechanisms to improve its level.

Keywords: *insurance culture, association of policyholders, insurance ombudsman, development of the insurance market.*

Общепринятым показателем уровня развития страхового рынка является совокупная страховая премия или размер страховой премии на душу населения, или доля страховой премии в ВВП страны. К сожалению, по этим показателям Россия значительно отстает от экономически развитых стран, хотя и обгоняет ближайших соседей.

Таблица 1

Показатели мировых страховых рынков

Территория	Доля премии в ВВП	Территория	Доля премии в ВВП
США	8,5%	Африка	3,6%
Западная Европа	8,3%	СНГ, в т.ч.:	0,5%
Россия	1,3 %	Украина	1,2%
Океания	7%	Казахстан	0,6%
Азия, в т.ч.	6%	ВСЕГО по миру	7%
Япония	10,4%		

Многие авторы сходятся во мнении, что одним из препятствий на пути развития российского страхового рынка является низкий уровень страховой культуры населения.

Безусловно, свою роковую роль в подрыве авторитета страховых компаний сыграл кризис 90-х годов прошлого века. Клиенты страховых компаний оказались брошены в никуда. Взносы, которые они платили, пропали. Выплаты по страховкам, полученным до 1991 года, выплачиваются с большими трудностями и далеко не всем. А те, у кого договор страхования закончился позднее 1991 года, и вовсе оказались не в удел. Доверие потеряно, а худая молва, как известно, распространяется быстро и остаётся навечно в умах простых (особенно обманутых) граждан ¹.

Согласно проведенному рейтинговым агентством «Эксперт РА» опросу среди представителей крупнейших российских страховых компаний, низкий уровень страховой культуры является одним из главных сдерживающих факторов развития страхового рынка в России. При этом обращается внимание, что речь идет не только о страховой культуре населения, но и страховщиках и страховых посредниках ².

Таблица 2

Страховая культура в России

Низкая страховая культура страхователей	Никий добровольный спрос на продукты розничного страхования
	Низкая страховая грамотность (невнимательное изучение условий страхования часто является причиной претензий к страховым компаниям и отказу от страхования в дальнейшем, недостаточное распространение договоров франшизы, что повышает расходы страховых компаний по урегулированию мелких убытков)
	Страховое мошенничество
Низкая страховая культура у страховщиков и их собственников	Выбор в качестве целевого ориентира рыночной доли, темпов роста взносов вместо рентабельности и убыточности
	Демпинг и завышенные комиссии страховым посредникам
Низкая страховая культура у страховых посредников	Низкая надежность страховых компаний, необоснованные задержки страховых выплат, рост случаев невыплат по своим обязательствам разорившихся компаний, в результате снижение доверия к страхованию у страхователей.
	Безответственность страховых посредников
	Страховые посредники редко выступают в качестве продавец-консультанта, чаще в качестве просто продавца. В результате страхователи покупают «кота в мешке», что, в конечном счете, также снижает доверие страхователя к страховщикам

Источник: ЭкспертРА.

¹ <http://generali.kz/18>.

² <http://raexpert.ru/researches/insurance/noeasymaney/part2>.

На низкий уровень страховой культуры также обращается внимание в концепции долгосрочной краевой целевой программы, направленной на повышение уровня финансовой грамотности жителей Краснодарского края в 2013–2015 годах. «Недостаточно высокий уровень страховой культуры значительной части потенциальных потребителей страховых услуг существенно ограничивает дальнейшее развитие страховой отрасли. Это относится как к населению, так и к субъектам хозяйственной деятельности. На большинстве предприятий, организаций руководители и специалисты не имеют точного представления о перечне обязательных и добровольных видов страхования. Это приводит к недостаточной страховой защите имущественного комплекса, работников предприятий, снижает привлекательность этого предприятия для инвесторов (по оценкам Министерства финансов Российской Федерации более 70 процентов собственников промышленных и иных предприятий не имеют страховой защиты). Также недостаточная страховая культура обусловлена и низким уровнем доверия к страховым организациям»³.

Однако далеко не все публикации снабжаются определением термина «страховая культура» или хотя бы его описанием, это понятие принимается как само собой разумеющееся. Попробуем восполнить этот пробел.

По мнению А.Н. Зубца, страховая культура — это понимание потенциальным страхователем (гражданином) сущности страховой защиты⁴; Ю.В. Панков указывает, что страховая культура является одной из экономических категорий в координатах системного подхода⁵; А.Г. Кораблева пишет, что страховая культура — это уровень познания общества и его процессов, а также широта кругозора, способствующие уяснению сущности и значения страхования, а также позволяющие его внедрять и использовать в общественной жизни⁶.

Рассматривая феномен страховой культуры сквозь призму институционального понимания, А.П. Новиков обозначает страховую культуру как совокупность исторически развивающихся программ дея-

³ Проект Концепции долгосрочной краевой целевой программы «Повышение уровня финансовой грамотности жителей Краснодарского края в 2013–2015 годах».

⁴ Зубец А.Н. Страховой маркетинг в России: Практ. пособие. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1999.

⁵ http://samlib.ru/p/pankow_j_w/dvquart2004.shtml.

⁶ Кораблева А.Г. Место страхования в сфере финансовых услуг (препринт). — Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2001.

тельности субъектов страхования, выступающих условием воспроизводства и изменения всей системы страховых отношений⁷. Похожее определение дает и И.В. Харин, по мнению которого страховая культура представляет собой комплекс эволюционирующих программ деятельности субъектов страхования, которые, в свою очередь, выступают условием воспроизводства и изменения всей системы страховых взаимоотношений⁸.

И. Гордиенко указывает, что Страховая культура, по сути, заключает в себе два важных аспекта: во-первых, восприятие населением страхования как общественного института и, во-вторых, понимание выгод страхования лично для себя⁹.

По мнению А.А. Цыганова, важно обеспечить включение страхования в совокупность правил и норм, вытекающих из обычаев и традиций, принятых в обществе, то есть определенной страховой культуры, определяемой как модель поведения, предполагающую в условиях доверия к страховым компаниям стремление заключить договор страхования при выявлении страховых рисков, а также постоянный контроль за рисками в течение всей сознательной жизни индивидуума¹⁰.

Проанализировав указанные высказывания, в рамках настоящей статьи, предлагается определить страховую культуру населения как его, населения, отношение к институту страхования вообще и к страховым организациям в частности.

Для решения вопроса о повышении уровня страховой культуры населения необходимо выявить причины «страхового безкультурья» российских граждан.

Некоторые авторы указывают на исторический аспект. «Вспоминая историю страхования в дореволюционной России, можно смело сказать, что отечественная культура страхования шла в ногу с развитием страховой отрасли во всем мире. В последствии, сменившийся строй, уничтоживший почти все признаки частной собственности, выхолостил все позитивные наработки начала XX века, а 70-летнее царство Госстраха в СССР, завершившееся его крахом и миллионными невыплатами по обя-

⁷ Новиков А.П. Страховая культура населения: содержание с позиции институционального подхода и специфика проявления в России // Российское предпринимательство. – 2011 год. – № 7 Вып. 1 (187).

⁸ <http://www.scienceforum.ru/2014/578/1821>.

⁹ <http://www.real-business.ru/magazines/07-08-2010/strahovaya-passivnost>.

¹⁰ Цыганов А.А. Развитие институтов защиты и обеспечения прав страхователей в России. – М., 2009.

зательствам, выразилось в негативном отношении к страховщикам со стороны российских граждан, в практически полном отказе от страхования»¹¹.

Другая причина, на наш взгляд, состоит в сравнительно низком уровне благосостояния населения. Действительно, согласно исследованию Международного валютного фонда, Россия по этому показателю занимает 55-е место в мире, отставая от ведущих мировых экономик¹². При этом, однако, следует учитывать, что, согласно пирамиде потребностей Маслоу, потребность в безопасности, которую и должно олицетворять страхование, стоит на втором месте после физиологических потребностей. Отсюда может следовать два вывода. Либо не в полной мере удовлетворяются потребности первого уровня, что действительно свидетельствует о невысоком уровне жизни, либо население не воспринимает страхование как гарантию безопасности, что и свидетельствует о низкой страховой культуре. Таким образом, для повышения страховой культуры необходимо повышать уровень доверия населения к страхованию, для чего требуется повышение как уровня оказываемых страховщиками услуг, так и защиты прав и интересов их потребителей.

На проблемы, связанные с низкой страховой культурой и, как следствие, с низким уровнем доверия населения к институту страхования обращается внимание и в Стратегии развития страховой деятельности Российской Федерации до 2020 года, разработанной Минфином России, в частности выделяются следующие проблемы¹³:

- снижение качества выполнения обязательств страховщиками по договорам страхования перед страхователями;
- низкий уровень оказания посреднических услуг потребителям: страховые посредники редко выступают в интересах страхователей и в качестве консультантов, чаще в качестве продавцов, при этом растут размеры получаемых ими от страховщиков комиссионных вознаграждений;
- низкий уровень доверия страхователей страховщикам и к механизму страхования в целом;
- пренебрежение правами и законными интересами страхователей со стороны отдельных страховщиков, отсутствие уполно-

¹¹ <http://www.o-strahovanie.ru/pub/063.php>.

¹² <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/weodata/index.aspx>

¹³ Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 22.07.2013 № 1293-р.

- моченного по защите прав и интересов потребителей страховых услуг (физических лиц);
- недостаточно развитая сеть продаж страховых продуктов страховщиками и несовершенство способов заключения договоров страхования.

Таким образом, одним из путей повышения уровня страховой культуры населения является формирование эффективной системы защиты прав потребителей страховых услуг.

То, что решение указанной проблемы является одним из факторов развития российского страхового рынка, подтверждается результатами опроса проведенного ООО «БИТУБИ групп» по теме «Изучение актуальных мнений граждан РФ в области защиты прав потребителей страховых услуг и общественных объединений страхователей» с объемом выборки 1500 человек в 8 федеральных округах РФ:

Таблица 3

Результаты исследования «Изучение актуальных мнений граждан РФ в области защиты прав потребителей страховых услуг и общественных объединений страхователей»

Воспользовались бы Вы для принятия решения о заключении договора страхования бесплатной консультацией специалиста общественного объединения по защите прав потребителей?		
- да	73%	
- нет	27%	
Нужен ли в России страховой омбудсмен?		
- да	66%	
- нет	34%	
Знаете ли Вы о механизмах защиты своих прав силами добровольных организаций по защите прав потребителей?		
- да, знаю достаточно	2%	
- кое-что знаю	5%	
- почти ничего или совсем ничего не знаю	93%	
Стали бы Вы добровольным членом общественного объединения по защите прав потребителей, если бы членство было платным (в размере 1 МРОТ в год)?		
- нет, только если членство бесплатное	12%	
- да	88%	
Повлияет ли наличие страхового омбудсмена на Ваше решение о приобретении полиса?		
- да, точно буду страховаться	18%	
- да, принять положительное решение мне будет проще	52%	
- не повлияет	30%	

Кроме того, к такому же выводу пришли и авторы указанной выше концепции долгосрочной краевой целевой программы, направленной на повышение уровня финансовой грамотности жителей Краснодарского края в 2013–2015 годах. «Рост информированности потенциаль-

ных страхователей о деятельности страховых организаций, повышение уровня страховой культуры населения, руководителей предприятий и организаций будет способствовать росту объема финансовых средств в системе страхования и предоставлению более широкому кругу граждан и юридических лиц страховой защиты. Страховая грамотность повысит интерес и активизирует работу по развитию видов страхования, обеспечивающих страховой защитой интересы в различных отраслях экономики и иных сферах деятельности хозяйствующих субъектов¹⁴.

Низкий уровень страховой культуры и, как следствие, доверия россиян к страхованию подтверждается результатами исследования Национального института финансовых исследований¹⁵:

Таблица 4

Доверие к финансовым институтам

Финансовый институт	Коэффициент	
	2012 г.	2013 г.
Банки	122	138
Страховые компании	84	89
Инвестиционные компании	62	69
НПФ	54	60
МФО	50	51

Указанный коэффициент показывает уровень доверия населения различным финансовым институтам. Минимальное значение индекса 0, максимальное значение 200. Если значение индекса ниже 100 пунктов, то доля людей, не доверяющих данной категории финансовых институтов, выше доли доверяющих. Как видно, банки пользуются значительно большим доверием населения, чем страховщики, что объясняется как лучшим государственным регулированием банковской сферы, так и работой соответствующей инфраструктуры.

Рассматривая ситуацию с развитием системы защиты прав страхователей на страховом рынке России, заметим, что в последнее время все более активную деятельность проявляют различные общественные объединения защитников прав потребителей страховых услуг. Такой деятельности способствует два основных взаимосвязанных между собой фактора:

1) зачастую сложившееся безответственное отношение самих страховщиков к исполнению обязательств по договорам страхования;

¹⁴ Проект Концепции долгосрочной краевой целевой программы «Повышение уровня финансовой грамотности жителей Краснодарского края в 2013–2015 годах» (economy.krasnodar.ru/).

¹⁵ Источник: НАФИ, <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10653.html>.

2) сложившаяся с лета 2012 года практика положительных судебных решений в пользу страхователя по рекомендации Верховного суда РФ. На отношения по страхованию (прежде всего по ОСАГО) суды стали распространять нормы Закона о защите прав потребителей.

К сожалению, различные общества защиты прав потребителей зачастую создаются с коммерческой целью, отчего очень часто страдают, в том числе и сами обратившиеся к таким юристам потребители. Например, при обращении за помощью к «авто-юристам» потерпевший получает при положительном решении суда от 5 до 30 тысяч рублей за передачу прав по доверенности на ведение его дела в суде (речь идет об исполнении обязательств по договору ОСАГО). После ряда манипуляций «авто-юристы» по тому же убытку взыскивают по судебному решению со страховщика уже от 146 до 280 тысяч рублей¹⁶.

Однако, к сожалению, в большинстве случаев существующие в настоящее время общества защиты прав страхователей не выполняют основополагающие свои функции, ограничиваясь зарабатыванием денег на фоне складывающейся судебной практики.

При рассмотрении вопроса о создании в России эффективного механизма защиты прав потребителей страховых услуг необходимо определить:

- форму существования такого механизма;
- пределы компетенции;
- формы финансирования;
- ответственность за принятые решения.

Одной из форм организации системы защиты прав потребителей страховых услуг, наиболее способствующих повышению страховой культуры населения организации, является развитие объединений страхователей.

При этом на первоначальном этапе необходимо ограничить полномочия объединения страхователей лишь жалобами страхователей – физических лиц, как наиболее уязвимой и в то же время массовой категории потребителей страховых услуг. Особенную актуальность данное предложение приобретает в связи с учреждением в России должности уполномоченного по защите прав предпринимателей¹⁷ и в частности по защите прав предпринимателей в сфере страхования¹⁸.

¹⁶ Практика страхового мошенничества. И.Н. Овчинников // Юридическая и правовая работа в страховании. – 2013. – № 3 (35).

¹⁷ Федеральный закон от 07.05.2013 № 78-ФЗ «Об уполномоченных по защите прав предпринимателей в Российской Федерации».

¹⁸ <http://www.asn-news.ru/news/42137>.

Также необходимо установить лимит по суммам, в пределах которых наше объединение будет рассматривать претензии страхователей для «разгрузки» органа страхового надзора и судебной системы от «мелочевки».

Основываясь на германском опыте применения инструментария страхового омбудсмена, целесообразно установить размер претензии, в пределах которой решение объединения будет обязательным для страховщика, а также размер претензии, в рамках которой оно вообще вправе рассматривать жалобы страхователей. Учитывая существующие лимиты по одному из самых массовых и в то же время социально значимых видов страхования — ОСАГО, по нашему мнению, на первоначальном этапе функционирования такого объединения страхователей его компетенцию следует ограничить претензиями, не превышающими 150 тысяч рублей, а решения в пределах 50 тысяч рублей должны быть обязательными для исполнения страховщиками. При этом, учитывая цель создания такого института, для страхователей принимаемые решения не должны быть обязательны, необходимо предусмотреть возможность дальнейшего разбирательства дела в судебных органах. По результатам анализа деятельности как непосредственно объединения, так и всего страхового рынка, ежегодно должен рассматриваться вопрос о необходимости увеличения указанных сумм.

Также на первоначальном этапе целесообразно ограничить компетенцию объединения в части рассмотрения претензий лишь массовыми, «типовыми» видами страхования:

- ОСАГО;
- автокаско;
- страхование от несчастных случаев и болезней;
- страхование имущества физических лиц.

Естественно, с развитием института объединений страхователей, перечень видов страхования должен расширяться.

Применение на практике подобной схемы защиты прав потребителей потребует законодательного фиксирования полномочий объединения страхователей. Наиболее целесообразно сделать это можно будет, добавив статью, касающуюся такого объединения в Закон об организации страхового дела, где указать пределы его полномочий. Кроме того, в целях снижения нагрузки на государственные органы необходимо внести изменения в соответствующее положение об органе страхового надзора, исключив из него рассмотрение обращений, связанных с конкретными случаями нарушений страховщиками порядка заключения или исполнения договоров страхования.

При этом также важно определить следующие этапы внедрения разработанной системы по аналогии с предложенной Бабичем С.А. схемой внедрения на российский страховой рынок механизма страхового омбудсмена¹⁹. Особое место будет принадлежать кадровому обеспечению данного нововведения. Основываясь на проведенном анализе зарубежной практики и состояния дел в российской системе страхования и урегулирования финансовых претензий предлагается система взаимосвязанных решений, состоящая из 4 основных элементов: набор и отбор кандидатов для выполнения этой сложной и ответственной деятельности, разработка системы их оценки и вознаграждений, обучение и развитие в условиях постоянных изменений и динамики развития страхового бизнеса, общественное признание.



Рис. 1. Этапы внедрения на российский страховой рынок института страхового омбудсмена

¹⁹ См. Бабич С.А. Повышение конкурентоспособности страхового рынка России на основе механизмов саморегулирования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М., 2011.

Применение такой схемы будет способствовать гармоничному внедрению нового механизма защиты прав страхователей на страховом рынке России при условии его признания всеми участниками рынка.

При этом в целях оперативного реагирования на изменение ситуации на страховом рынке со стороны органа страхового надзора необходимо утвердить как можно более подробные формы отчетности объединения, которые тому надлежит представлять в страховой надзор. Например, схема отчетности может выглядеть так, как показано в таблице:

Таблица 5

Содержание отчета по претензиям страхователей

Содержание отчета	Периодичность
Количество претензий в разбивке по страховщикам	Еженедельно
Количество претензий в разбивке по страховщикам и тематике	Ежемесячно
Общая информация о поступающих претензиях в разбивке по страховщикам и тематике с указанием результатов рассмотрения, негативных и позитивных тенденций, снабженная соответствующими аналитическими материалами	Ежеквартально

Применение такой формы контроля позволит органу страхового надзора оперативно реагировать на изменения в деятельности страховых организаций и осуществлять соответствующие надзорные мероприятия в отношении страховщиков, показывающих негативную тенденцию, что может свидетельствовать о проблемах с платежеспособностью или об управленческих ошибках.

Предложенный механизм учитывает недостатки существующих систем защиты прав потребителей финансовых услуг, а также структур, предлагаемых к созданию государством и научным сообществом (такие как строгое ограничение круга «поднадзорных» финансовых организаций, недостаточный контроль деятельности, государственные затраты на создание и содержание аппарата), что является дополнительной гарантией его жизнеспособности.

Таким образом, предложенный механизм, направленный на защиту прав потребителей страховых услуг, будет способствовать повышению уровня доверия населения к институту страхования, уровня страховой культуры и, как следствие, развитию страхового рынка России в целом, в чем заинтересованы все его участники.

Используемые источники

1. Стратегии развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года, утв. расп. Правительства Российской Федерации от 22.07.2013 № 1293-р.
2. Бабич С.А. Повышение конкурентоспособности страхового рынка России на основе механизмов саморегулирования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М., 2011.
3. Бабич С.А., Цыганов А.А. Омбудсмен как форма саморегулирования на страховом рынке // Страховое дело. – 2011. – № 6.
4. Балабанова А.В., Киселева О.Н. Средний класс и его ключевая роль в развитии цивилизованных рыночных отношений // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2013. – № 35.
5. Зубец А.Н. Страховой маркетинг в России: Практ. пособие. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999.
6. Кораблева А.Г. Место страхования в сфере финансовых услуг (препринт). – Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2001.
7. Новиков А.П. Страховая культура населения: содержание с позиции институционального подхода и специфика проявления в России // Российское предпринимательство. – 2011. – № 7.
8. Павлова Н.А., Цыганов А.А. Механизм формирования системы защиты прав и интересов страхователей // Страховое дело. – 2010. – № 6
9. Цыганов А.А. Воспроизводственная роль, функции и способы организации объединений страхователей // Путеводитель предпринимателя. – 2014. – № 21.
10. Цыганов А.А. Генезис практики защиты прав потребителей страховых услуг в России // Экономика и политика. – 2013. – № 1 (1).
11. Цыганов А.А. Развитие институтов защиты и обеспечения прав страхователей в России. – М., Изд-во РАГС, 2009.
12. Цыганов А.А., Сахирова Н.П. Институциональное развитие страхового рынка: теоретические и методологические аспекты // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2013. – № 36.

Гусов А. З.

*доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой «Управление персоналом»,
Российская академия предпринимательства
e-mail: dissovet@rusacad.ru*

Кайбылдаева Ч. З.

*аспирант кафедры «Менеджмент»,
Российский университет дружбы народов
e-mail: Cholpon_edu@yahoo.com*

Перспективы развития промышленности Кыргызстана в условиях интеграции в Таможенный союз

В статье анализируются возможные позитивные и негативные последствия для развития промышленности Республики Кыргызстан ее интеграции в Таможенный союз. Дается среднесрочный и долгосрочный прогноз перспектив возрождения и развития кыргызской промышленности.

Ключевые слова: *промышленность Кыргызстана, Таможенный союз, экономическая интеграция, реиндустриализация, развитие экономики Кыргызстана.*

Gusov A. Z.

*Doctor of Sciences (Economics), professor,
head of the «Personnel Management» department,
Russian academy of entrepreneurship*

Kaibyl daeva CH. Z.

*postraduate student of Management department,
Russian Peoples' Friendship University, Moscow*

Prospects of development of the industry in terms of integration of Kyrgyzstan to the Customs Union

The article analyzes the possible positive and negative consequences for the development of industry of the Republic of Kyrgyzstan's integration into the Customs Union. Provides medium and long-term prospects for revival and development of the Kyrgyz industry.

Keywords: *industry of Kyrgyzstan, the Customs Union, economic integration, reindustrialization, development of economy of Kyrgyzstan.*

Залогом поступательного развития любой страны и роста благосостояния ее граждан является сильная, конкурентоспособная экономика, основой которой, в свою очередь, является современная высокоэффективная промышленность. За годы независимости в промышленности Кыргызской Республики произошли значительные деструктивные из-

менения, которые в значительной мере предопределили дальнейший ход и динамику развития страны¹.

Сначала разрушительное влияние оказал развал Советского Союза и разрыв всех хозяйственных связей между предприятиями, расположенными в разных странах бывшего Союза. В сочетании с тотальной нехваткой оборотных активов это сильно подорвало промышленность Кыргызстана и привело к распаду многих видов производств. Затем поспешное вступление в ВТО окончательно добило кыргызскую промышленность, вытеснив отечественные товары импортными (особенно дешевым ширпотребом и продуктами питания невысокого качества из Китая).

После вступления в ВТО было потеряно практически все, что было связано с материальным производством. На сегодняшний день Кыргызстан представляет собой практически полностью деиндустриализованную страну, у которой имеются зачатки фермерского аграрного сектора. Экономика республики базируется почти исключительно на добыче золота («Кумтор»), на реэкспорте китайских товаров (преимущественно ширпотреб), на поступлениях из-за рубежа денежных средств от трудовых мигрантов, на продаже электроэнергии, на небольшом количестве предприятий, производящих строительные материалы (порой полукустарным способом), на экспорте сельскохозяйственной продукции (включая продукцию животноводства), в некоторой степени на швейном производстве и совсем небольшом экспорте отдельных видов продукции пищевой промышленности. Вся остальная промышленность республики включает пару десятков видов производств, по большей части не играющих большой роли в развитии отечественной экономики или же вообще убыточных государственных предприятий².

В стране было уничтожено производство трансформаторных подстанций, потребность в которых на сегодняшний день достаточно велика, и закупать их приходится за рубежом, в частности, в Китае. Кыргызстану не хватает производства пресс-подборщиков, промышленных электродвигателей, глубинных насосов, кабельно-проводниковой продукции, аккумуляторов, стиральных машин, навесного оборудования для сельскохозяйственной техники (культиваторов, простых сеялок, плугов), полукристаллического и монокристаллического кремния, ков-

¹ Беленов О.Н., Анучин А.А. Конкурентоспособность стран и регионов. — М.: Кнорус, 2014. — 144 с.

² Внешняя торговля Кыргызской Республики 2008–2012: Статистический сборник. — Бишкек: Национальный статистический комитет Кыргызской Республики, 2013. — 189 с.

ров, хлопчатобумажных и шерстяных тканей, шерстяной и хлопковой пряжи, шелка, кожи, большого ассортимента консервированной продукции (от овощных и фруктовых консервов до мясных) и огромного ассортимента прочей продукции, которую в нашей республике производили каких-то 20–25 лет назад. На рынке сахара, емкость которого в республике составляет порядка 90 тыс. тонн сахара в год, преобладает импортный товар, в то время как три кыргызских сахарных завода, способных производить до 300 тысяч тонн сахара, простаивают, а фермерские хозяйства Чуйской долины решили отказаться от выращивания сахарной свеклы из-за слишком низких закупочных цен, которые устанавливали эти заводы, не покрывавших даже себестоимость производства этой свеклы.

Последнее десятилетие, проходящее под знаком глобализации, еще более обострило проблему конкурентоспособности отечественной промышленности, которая особенно актуальна сегодня, в условиях подготовительного периода вступления Кыргызской Республики в Таможенный союз (ТС), членами которого являются Россия, Казахстан и Белоруссия.

Столь актуальную проблему формирования конкурентоспособности промышленности Кыргызской Республики следует рассматривать в дух аспектах. С одной стороны, внутренний рынок Кыргызстана очень мал (менее 5 млн. чел.), что остро ставит задачу экономической интеграции и диктует необходимость производства конкурентоспособной продукции, которая бы соответствовала мировым стандартам качества. Поскольку Кыргызстан является малой страной с очень ограниченными ресурсами и слабо развитой экономикой, он даже теоретически не способен сделать конкурентоспособными все отрасли экономики. Это исключает инвестиционную привлекательность всей экономики в целом и ставит вопрос о специализации и концентрации на наиболее перспективных с позиции конкурентоспособности отраслях промышленности.

Специфической особенностью экономической системы Кыргызской Республики является то, что развитие промышленности страны находится в прямой зависимости от поступлений внешних источников инвестиций. Поскольку довольно значительная часть производственного потенциала страны физически и морально износилась, она не может восприниматься в качестве долговременного ресурса развития промышленности. Все это не позволяет нашей республике на данном этапе ее развития выйти на международный рынок с подавляющим большинством продукции, производимой в Кыргызстане, а также с используемыми технологиями.

С другой стороны, крайне важным является факт членства Кыргызстана в ВТО. Вступление республики в ВТО теоретически должно было бы усилить ее инвестиционную привлекательность. В реальности же ничего подобного не наблюдается. Более того, на поток прямых инвестиций в экспортно-ориентированные отрасли надеяться не приходится. Инвестирование затрудняют ряд неблагоприятных факторов, включающих длительные сроки производства и перевозок, высокую себестоимость международных перевозок, большие затраты на электроэнергию, недостаток электроэнергии в республике (особенно в северном регионе), неблагоприятные отношения с некоторыми соседями (Узбекистан, Таджикистан) и международный терроризм. Для Кыргызстана характерна транспортная изолированность от мировой экономики, поскольку отсутствует выход к морю, а также отсутствуют железные дороги и автотрассы мирового значения. Горный рельеф республики и отсутствие финансовых ресурсов существенно затрудняют их строительство. Соответственно, эксплуатация имеющихся коммуникаций обходится в 2–3 раза дороже, чем в равнинных областях в среднем по СНГ³.

Все перечисленные характеристики Кыргызстана в сочетании еще и с нестабильной политической ситуацией не способствуют росту интереса внешних инвесторов к вложениям в кыргызскую промышленность, даже не взирая на тот факт, что в условиях глобализации и интеграции мировой экономики движение капиталов почти ничем не ограничено. В сложившихся условиях единственным вариантом выживания республики может стать только активная региональная интеграция экономики и ряд мероприятий по повышению конкурентоспособности перспективных в этом отношении отраслей промышленности. Другими словами, либо Кыргызстану следует объединиться со своими соседями по региону в единое экономическое пространство, либо страна полностью выпадает из мирового товарного производства, переходит к замкнутому натуральному хозяйству, или становится потребителем остаточной продукции прочих мировых производителей.

Это означает, что вступление Кыргызстана в Таможенный союз в среднесрочной и долгосрочной перспективе является стратегически правильным и жизнеопределяющим решением, несмотря на популис-

³ Алиева Г. Конкурентоспособность кыргызской экономики и ее место в международном разделении труда / Возможности и проблемы экономического развития Кыргызской Республики: Сборник статей по материалам научной студенческой конференции. – Бишкек: 2007. – С. 55–61.

тские высказывания против интеграции со странами ТС отдельных политиков и экономистов. Конечно, это остро ставит вопрос конкурентоспособности кыргызской промышленности в рамках такой интеграции. Однако этот вопрос стоит не менее остро и сейчас, еще до вступления в Таможенный союз. Невозможно развивать экономику, базируясь на реэкспорте товаров (торговые комплексы «Дордой» и «Кара-Суу»), за который ратуют противники интеграции в Таможенный союз. Раньше или позже, но этот вид деятельности сойдет на нет в силу внешних факторов (которые сказываются уже сейчас, когда активность реэкспорта упала на 70%), а значит, необходимо искать ему замену, используя ресурсы торговых комплексов и развивая промышленное производство. И для этого можно использовать те перспективы, которые открывает присоединение Кыргызстана к Таможенному союзу, исследовав и оценив перспективы повышения конкурентоспособности отечественной промышленности на едином экономическом пространстве Союза.

На сегодняшний день промышленность Кыргызстана отличается крайне низким уровнем конкурентоспособности. Исключение составляют лишь несколько отраслей, таких как швейная, молочная, сельскохозяйственное производство и некоторые другие.

Но при присоединении Кыргызской Республики к Таможенному союзу неизбежно возникнет ряд факторов, которые не могут не сказаться на изменении конкурентоспособности промышленности страны. Эти факторы могут иметь как положительный вектор, так и отрицательный.

Остановимся сначала на отрицательных факторах.

Первым делом следует упомянуть угрозу снижения конкурентоспособности швейной отрасли, о которой говорят все противники вступления в Таможенный союз. Кыргызстану придется поднять таможенные пошлины, что повысит цены на ткани и швейную фурнитуру и, соответственно, на готовые швейные изделия, в результате чего они не смогут конкурировать на рынке ТС. Это серьезный аргумент, поскольку швейное производство – одна из немногих отраслей, продукция которой экспортируется за пределы республики, а бренд «Made in Kyrgyzstan» пользуется популярностью и в странах ТС, и даже в некоторых странах дальнего зарубежья благодаря высокому качеству этих изделий. Однако этот фактор вполне может быть сведен на нет и даже перейти в положительный. Так, во-первых, Россия уже вступила в ВТО, а Казахстан готовится к вступлению. Это означает, что в рамках ТС будут понижаться таможенные пошлины. Сейчас в Кыргызстане действуют

5-процентные таможенные пошлины. Требования ВТО таковы, что Россия тоже должна понизить таможенные пошлины до 5–7% на импортируемые товары. Это означает, что когда ставки ТС сократятся до этого уровня, столь резкого роста цен на импортируемую в Кыргызстан продукцию не произойдет. Следует лишь уточнить планы стран ТС на снижение таможенных пошлин и соответственно откорректировать свои планы по вступлению в ТС. Кроме того, Кыргызстан вполне может договориться со странами ТС о ряде преференций, одной из которых может стать нулевая таможенная пошлина на ткани и швейную фурнитуру, что позволит сохранить конкурентоспособность швейной отрасли, а свободный доступ к огромному рынку ТС расширит возможности сбыта для этой отрасли. Более того, можно поискать и альтернативные источники тканей для швейной промышленности на рынках России (г.Иваново, например) и Белоруссии. Неплохо было бы наладить и собственное производство хлопчатобумажных тканей, которые производились еще каких-то 10 лет назад (бязь, производившийся в Оше, прекрасно подходил для пошива постельного белья, он был гораздо качественнее узбекских аналогов, а при подборе хороших рисунков мог бы конкурировать и с китайскими тканями). Это могут быть хлопчатобумажные ткани разного назначения, производимые из отечественного сырья – хлопка. Так могла бы повыситься конкурентоспособность сразу нескольких отраслей – переработки хлопка, его производства, швейной промышленности⁴.

Существует и еще один момент. В Кыргызской Республике довольно либеральное законодательство в отношении легкой промышленности, в то время, как в Таможенном союзе оно очень строгое и включает жесткие требования по безопасности и маркировке. Если же эти требования применять к продукции кыргызского производства, это увеличит затраты и снизит конкурентоспособность. Однако, с другой стороны, такая продукция будет соответствовать высоким стандартам качества и иметь соответствующее подтверждение, что существенно повышает ее конкурентоспособность. В результате швейная продукция может потерять в конкурентоспособности по ценовому признаку, но выиграть по признаку качества, подтвержденному документально. А это уже может позволить продукции нашей страны выходить и на другие рынки сбыта, где требования к такой продукции более высокие.

⁴ Камалов З., Касымбекова Л. Формирование и развитие конкурентоспособной национальной экономики Кыргызстана // Реформа. – 2007. – № 3. – С. 4–8.

Еще одним аргументом, который приводят противники ТС, является резкий рост цен на продукты питания. Состоятельность этого аргумента вызывает серьезные сомнения. За последние два года в целом цены на продукты питания выросли от 50% и выше, а на некоторые продукты – почти в два раза. И это без всякого вступления в ТС. Почему столь сильно должны вырасти цены на продукты питания после вступления в ТС? Чем это обуславливается? Только ростом таможенных пошлин? Но в этом случае цены вырастут только на продукцию, импортируемую из стран, не входящих в ТС. А это по большей части продукты китайского производства (зачастую весьма сомнительного качества) и американские куриные окорочка (выращенные в основном на химических препаратах и кормах). Беспешинный же ввоз сырья для производства некоторых видов продуктов (мука из Казахстана, растительное масло из России и прочее), наоборот, должен снизить цены на некоторые продукты (хлеб и хлебобулочные изделия, мучные кондитерские изделия и другие). Это положительно скажется на конкурентоспособности пищевой промышленности Кыргызстана. Опять же, если ТС будет снижать таможенные пошлины в соответствии с требованиями ВТО, рост цен на продукты из дальнего зарубежья будет не столь велик.

Противники Таможенного союза утверждают, что в случае вступления Кыргызстана в это интеграционное объединение, казахские и российские товары полностью уничтожат кыргызскую пищевую промышленность, сделав ее продукцию неконкурентоспособной и вытеснив своими товарами с внутреннего рынка. Опять же не понятно, на каких фактах базируется такое утверждение. Что сейчас мешает этим товарам вытеснить отечественные? И какие именно? Продукция молочной и мясной промышленности? Так эти продукты Казахстан сам импортирует из Кыргызстана. Овощи и фрукты? Так они идут на экспорт в Россию и Казахстан. Конфеты? Так они и сейчас заполонили наш рынок, поскольку отечественные конфеты и сегодня не отличаются конкурентоспособностью, без всякого вступления в ТС. Что касается мучных кондитерских изделий, то их вряд ли смогут вытеснить казахские товары, поскольку их производство прекрасно налажено в Кыргызстане, они достаточно конкурентоспособны, приближены по размещению к потребителю, а беспешинный ввоз муки позволит сократить их себестоимость, в то время как доставка аналогичной продукции из Казахстана повысит их себестоимость на сумму транспортных расходов. Значит производство мучных кондитерских изделий Кыргызстана повысит свою конкурентоспособность при вступлении в

ТС. Единственным конкурентом может стать алкогольная продукция. Особенно большую угрозу составляет контрабанда алкоголя из Казахстана. При беспощинном ввозе этой продукции она действительно может снизить конкурентоспособность кыргызской алкогольной промышленности. Однако это можно решить путем снижения акцизных налогов и более активной борьбой с контрафактной продукцией⁵.

Существует мнение, что молочная продукция не сможет экспортироваться в Казахстан из-за высокого уровня требований к ней. Якобы наше молоко не соответствует качественным требованиям ТС по жирности, бактериологическим показателям. Однако здесь не все так просто. Во-первых, смотря какая молочная продукция. Если в данном высказывании речь идет о сыром молоке, то это действительно так. Но зачем Кыргызстану вывозить из страны сырое молоко, когда в республике достаточно молокоперерабатывающих предприятий? Нужно стремиться не к статусу сырьевого придатка ТС, а к полноценному деловому партнерству. Иными словами, необходимо развивать перерабатывающую промышленность и вывозить уже готовую продукцию. Это залог развития экономики. Что же касается молочной продукции (т.е. продуктов переработки молока), то как минимум 13 предприятий довольно успешно экспортируют свою продукцию в Казахстан. Так, продукция предприятия «Вимм-Биль-Данн» соответствует мировым требованиям качества, поскольку прошла соответствующие проверки с привлечением международных экспертов. А те предприятия, которые не получили разрешение от Казахстана на ввоз своей продукции, должны модернизировать свое производство, наладить современное производство с соблюдением всех санитарных норм. Продукция, производимая в диких антисанитарных условиях (что не редкость для частных предпринимателей и мелких производителей), не нужна и самому Кыргызстану, так как представляет угрозу для здоровья населения. Во-вторых, в Таможенном союзе законодательно нет разделения понятий «молоко» и «молочные продукты». Это порождает ряд проблем, с которыми сталкивалась наша республика при экспорте готовой молочной продукции, когда для нее была закрыта граница Казахстана. Логично было бы разделить эти понятия, ведь к готовой продукции не нужно предъявлять те требования, которые предъявляются к сырому молоку (паспортизация животных, от которых получено молоко и ряд его показателей), поскольку при современном производстве оно проходит серьезную обработку, включая

⁵ Качество и конкурентоспособность товаров легкой и пищевой промышленности КР. – Б.: ЦЭиСР при МФ КР, 2002. – 72 с.

и обработку на бактофуге (удаление бактерий и других микроорганизмов ультрафильтрацией). Если же в ТС произойдет разделение этих понятий (а это предполагается осуществить уже с июля 2014 г.), то у Кыргызстана не будет проблем с экспортом молочной продукции, произведенной в соответствии со стандартами качества.

Остановимся на положительном влиянии на конкурентоспособность отечественной промышленности вступления Кыргызстана в Таможенный союз.

Первым делом, следует отметить, что после присоединения Кыргызстана к Таможенному союзу в нашу страну могут поступать серьезные инвестиции, которые будут вложены именно в промышленность. Аргументация этого предположения заключается в следующем.

Инвестиции должны прийти, поскольку в этом случае для инвесторов откроется не маленький рынок Кыргызстана, а все огромное пространство Таможенного союза без пошлин и барьеров. Как отдельная страна Кыргызстан большого интереса для инвестора не представляет. Страны-партнеры из дальнего зарубежья уже сейчас ожидают результата наших переговоров по присоединению к ТС. Так, например, китайским партнерам будет очень выгодно организовать производство многих товаров именно здесь, в Кыргызстане, и под уже известной маркой («Made in Kyrgyzstan») поставлять товары беспошлинно и без барьеров на весь рынок ТС, и далее, на все пространство СНГ. Вероятность того, что предприниматели из Китая начнут открывать в Кыргызстане совместные предприятия для производства своих товаров очень высока, поскольку реализация завозимой из КНР уже готовой продукции станет затруднительной.

Инвестиции должны прийти и из России, и из Казахстана. Например, с 2011 года в Казахстане создано 3,5 тысячи совместных российско-казахских совместных предприятий. На этих предприятиях работают граждане Казахстана (т.е. создано дополнительное производство, дополнительные рабочие места). Стимулом для российских предпринимателей переехать в Казахстан стали более низкие налоги. В Кыргызстане же налоги еще меньше. Это делает нашу страну еще более привлекательной для российского и казахского бизнеса. Крупные казахстанские бизнесмены уже сегодня заинтересованы в организации в Кыргызской Республике различных производств. Это связано с низкими ценами и хорошим качеством продукции, низкой стоимостью электроэнергии, дешевой рабочей силой, низкой арендной платой за помещения.

Сейчас наша республика имеет шанс вновь запустить простаивающие фабрики и заводы, предложив их на разных условиях российским компаниям, (включая и совместные предприятия). Но это становится возможным лишь в случае членства в ТС и ЕЭП одновременно. Сейчас российские компании уже накопили довольно большой потенциал для расширения собственного бизнеса за пределы страны, создавая сети своих предприятий в соседних странах (создание дочерних предприятий, филиалов и прочих форм). Кыргызстану нужно воспользоваться этой возможностью для развития собственной промышленности и для повышения ее конкурентоспособности.

Такие отрасли, как горная и текстильная промышленность, энергетика и др. полноценно заработают только в том случае, если Кыргызская республика сможет продавать продукцию этих отраслей на рынках стран ТС беспрепятственно.

Немаловажным фактором, который может положительно сказаться на конкурентоспособности некоторых отраслей промышленности, может стать демаркация и делимитация границ с Узбекистаном и Таджикистаном. В настоящее время эти страны просто игнорируют инициативы Кыргызстана в этом отношении. Если же Кыргызстан станет членом ТС, то им уже не удастся игнорировать проблему неопределенности границ, поскольку это уже будут не просто границы с Кыргызстаном, они станут границами с Таможенным союзом. Четкая установка границ позволит более эффективно бороться с контрабандой товаров, а это явно повысит конкурентоспособность отечественной промышленности, производящей аналогичные товары.

В контексте развития агропромышленного комплекса Кыргызстану будет очень выгодно сотрудничать со странами ТС. Наша сельскохозяйственная продукция представляет собой экологически чистые продукты. А это при повсеместной распространенности ГМО является серьезным преимуществом. Продукция сельского хозяйства конкурентоспособна и по качеству, и по цене. Требования Таможенного союза к импортируемой продукции, закрытие границ в отношении контрабандной продукции, рост цен на продукцию сельского хозяйства в странах ТС и прочие факторы будут только стимулировать кыргызских производителей и аграриев повышать качество продукции и наращивать ее объемы. После вступления Кыргызстана в ТС предприятия, осуществляющие производство, переработку, транспортировку и хранение подконтрольных товаров согласно требованиям, будут внесены в Реестр организаций-экспортеров. Это обеспечит беспрепятственный вывоз грузов в страны ТС, что создаст возможности для вы-

работки совместных планов противоэпизоотических мероприятий на территории стран Таможенного союза, а значит, будет стимулировать развитие и подъем животноводческой отрасли, повысит ее конкурентоспособность.

Рост вывоза мяса в страны ТС и приток инвестиций может содействовать развитию отрасли переработки шкур. Так, например, в Кыргызстане имеются прекрасные технологии качественной выделки шкур баранов (в частном секторе кустарным способом). Выделанные шкуры абсолютно не имеют неприятного характерного для животного запаха, имеют красивый окрас (под ламу) и большой потенциал для производства из них изделий (ковров, покрывал и т.п.). Развитие подобного производства позволит производить вполне конкурентоспособную продукцию и огромный сбыт на территории Казахстана и России.

Большой потенциал для роста конкурентоспособности сельскохозяйственного производства кроется в сортировке фруктов, их качественной упаковке и отправке в Россию и Казахстан уже не просто в ящиках и контейнерах, а отсортированной продукции в качественной упаковке, что позволит повысить конкурентоспособность продукции в целом, снизит потери при транспортировке. Но это станет возможным в случае развития в республике логистики и логистических схем.

Необходимо как можно активнее создавать логистические центры (как минимум два). Спектр действий логистических центров очень широкий: организация производств и проработка вопросов по экспорту, помощь бизнесменам в осуществлении их проектов, создание совместных предприятий, обучение людей новым специальностям и так далее. Такие центры позволят Кыргызстану стать достойным участником в производственных процессах Таможенного союза⁶.

Таким образом, присоединение Кыргызстана к Таможенному союзу имеет ряд положительных и отрицательных факторов, влияющих на конкурентоспособность промышленности страны. Однако многие отрицательные факторы, которые приводят противники ТС, как выяснилось, в большей степени либо надуманы, либо могут быть компенсированы в результате проведения различных мероприятий. В целом же положительные факторы существенно преобладают и могут быть усилены при грамотном подходе к процессу управления.

Углубление региональной интеграция Кыргызстана в рамках Таможенного союза и ЕЭП создаст ряд серьезных выгод, связанных с

⁶ Миграция А.А. Проблемы и перспективы развития конкурентоспособных кластеров в Кыргызской Республике // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 1.

ростом прямых иностранных инвестиций, расширением беспошлинных рынков сбыта, внедрением прогрессивных современных технологий, расширением действующих отраслей промышленности и общим усилением конкурентоспособности промышленности, позволит обеспечить модернизацию экономики и ее дальнейшее развитие.

Используемые источники

1. Алиева Г. Конкурентоспособность кыргызской экономики и ее место в международном разделении труда / Возможности и проблемы экономического развития Кыргызской Республики: Сборник статей по материалам научной студенческой конференции. – Бишкек: 2007. – С. 55–61.
2. Беленов О.Н., Анучин А.А. Конкурентоспособность стран и регионов. – М.: Кнорус, 2014. – 144 с.
3. Внешняя торговля Кыргызской Республики 2008–2012: Статистический сборник. – Бишкек: Национальный статистический комитет Кыргызской Республики, 2013. – 189 с.
4. Гусов А.З. Социальные факторы модернизации российской экономики. – М.: АП «Наука и образование», 2007. – 320 с.
5. Камалов З., Касымбекова Л. Формирование и развитие конкурентоспособной национальной экономики Кыргызстана // Реформа. – 2007. – № 3. – С. 4–8.
6. Качество и конкурентоспособность товаров легкой и пищевой промышленности КР. – Б.: ЦЭиСР при МФ КР, 2002. – 72 с.
7. Мигранян А.А. Проблемы и перспективы развития конкурентоспособных кластеров в Кыргызской Республике // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 1.

Дормидонтов А. В.

*кандидат экономических наук,
соискатель Российской академии предпринимательства
e-mail: avdormidontov@rambler.ru*

Полякова А. С.

*соискатель Национального исследовательского
ядерного университета «МИФИ»
e-mail. a.s.polyakova@mail.ru*

Роль привлеченных ресурсов в развитии дистанционного банковского обслуживания

Оптимизация процессов финансово-хозяйственной деятельности в настоящее время является для большинства организаций одной из основных задач, решаемых в ходе её деятельности. Практически все проекты, использующие в своих наименованиях англоязычные out и crowd, пользуются невероятным спросом у организаций различной направленности. Использование привлеченных ресурсов актуально для всех видов экономической деятельности, не зависимо от того, является структура государственной или частной, ставит перед собой целью получение прибыли или является некоммерческой. Коммерческие банки, действующие на территории России, исключением не являются.

Ключевые слова: *аутсорсинг дистанционного банковского обслуживания, оптимизация путем аутсорсинга, развитие банковских услуг и продуктов.*

Dormidontov A. V.

*PhD (Economics), competitor of the Russian academy of entrepreneurship
e-mail: avdormidontov@rambler.ru*

Polyakova A. S.

*competitor of National research nuclear university «MEFI»
e-mail. a.s.polyakova@mail.ru*

Role of the attracted resources in development of remote bank service

Process optimization of financial and economic activity is currently for most organizations one of the main problems to be solved in the course of its activities. Almost all the projects that use their name out and the English-speaking crowd, enjoying the incredible demand from organizations of different orientation. Actual use of borrowed resources for all types of economic activity, regardless of whether it is public or private structure, poses for profit or a non-profit. Commercial banks operating in Russia, not the exception.

Keywords: *outsourcing remote banking services through outsourcing optimization, development of banking services and products.*

Введение

Актуальность темы, рассматриваемой в данной статье, обусловлена множеством разноплановых показателей, имеющих прямое и косвенное влияние не только на предмет настоящего исследования, но и на экономику России в целом. Наиболее значимыми мы обозначаем следующие из них:

1) Массовый отзыв лицензий Центральным Банком у банков второго уровня, что приведет к ужесточению условий работы на рынке банковских услуг.

2) Налоговая оптимизация. Понятие, являющееся не иначе как сленговым. В периодической и научной литературе встречаются различные определения. Квинтэссенцию можно обозначить как уменьшение налоговых обязательств посредством целенаправленных правомерных действий налогоплательщика.

3) Производственные мощности, задействованные в экономике страны, не позволяют в полной мере использовать ядро пятого технологического уклада, в то время производительные силы ряда стран в значительной степени руководствуются ключевыми факторами шестого технологического уклада.

Кроме того, актуальность темы настоящей статьи обуславливается тем, что в целом встречается достаточно много работ как на тему дистанционного банковского обслуживания (далее ДБО), так и на тему аутстаффинга и аутсорсинга, в то время как синергия этих направлений рассматривается не так часто, как этого требует рынок. Согласно данным Фонда Общественного Мнения хотя бы раз в сутки Интернетом пользуются 53,2 млн. человек, годовой прирост интернет – пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 9%, а для суточной аудитории данный показатель равен 14%¹.

Основной задачей, решаемой в данной статье, является рассмотрение роли привлеченных ресурсов в развитии ДБО. Необходимо отметить, что в рамках настоящей статьи, под ДБО следует понимать исключительно ресурсы кредитных организаций, доступ к которым возможен с использованием компьютерных и телефонных сетей.

Решение обозначенной задачи, предположительно, приведет к приращению научного знания, с последующим приближением к цели, обозначенной в виде наиболее оптимального взаимодействия для всех элементов системы финансово-хозяйственной деятельности общества,

¹ <http://fom.ru/SMI-i-internet/11288> дата обращения 19.06.2014.

а так же отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления.

Рассмотрение обозначенной проблемы будет вестись в общем виде, мнения, приведенные в статье, носят характер экспертной оценки.

О роли ДБО в отношениях с корпоративными клиентами

Основной целью деятельности коммерческого банка является извлечение прибыли. Банк имеет в своем распоряжении определенные денежные средства — банковские ресурсы, которые включают в себя собственные и привлеченные средства.

На долю собственных средств приходится в среднем 20–30% от всей ресурсной базы кредитной организации. Привлеченные ресурсы занимают 70–80% всех банковских ресурсов и выступают основным источником их формирования ².

Привлеченные средства банка определенное время используются в его обороте, но при этом ему не принадлежат. К ним относятся средства, привлеченные во вклады, финансовые обязательства, выпущенные ценные бумаги, полученные межбанковские кредиты.

Положения на современном банковском рынке в России таковы, что заинтересовать клиента только лишь тарифами, которые привлекательнее предложений банков-конкурентов, уже практически невозможно. Представители всех уровней бизнеса и предпринимательства все больше уделяют внимания качеству обслуживания. Некоторых клиентов привлекает быстрая и бесперебойная работа банка, а кого-то премиальное обслуживание. Справедливо заметить, что и те и другие параметры банк все чаще передает в ведение сторонних организаций. Ведь обозначенные элементы не являются профильными для банковской системы.

В настоящее время, в условиях стремительного развития информационных технологий, можно выделить уже существующий слой клиентов, для которых возможность осуществления банковских операций, не прибегая при этом к визиту в банк, является неотъемлемой частью взаимодействия с ним. В таблице 1 приведено отношение общего количества счетов юридических лиц, к их счетам с дистанционным доступом.

Одной из важнейших задач ДБО является разгрузка офисов банка. В них должны осуществляться только те операции, которые клиент не может совершить самостоятельно, используя системы дистанционного обслуживания.

² http://www.banki.ru/wikibank/resursyi_banka/ дата обращения 19.06.2014.

Количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях России (тыс. ед.)³

	Юридическим лицам, не являющимся кредитными организациями, всего	Из них, с доступом через сеть Интернет
2008 год		
на 01.01.08	1290,00	553,3
на 01.04.08	1235,50	585,2
на 01.07.08	1355,70	667,8
на 01.10.08	1461,00	757,9
2009 год		
на 01.01.09	1591,10	871,6
на 01.04.09	1488,50	830,1
на 01.07.09	1612,70	931,9
на 01.10.09	1706,80	1009,60
2010 год		
на 01.01.10	1 791,40	1090,60
на 01.04.10	1662,80	1041,20
на 01.07.10	1812,70	1157,60
на 01.10.10	1877,70	1235,90
2011 год		
на 01.01.11	2006,40	1361,60
на 01.04.11	1905,60	1318,80
на 01.07.11	2081,30	1466,90
на 01.10.11	2224,60	1619,40
2012 год		
на 01.01.12	2404,20	1801,20
на 01.04.12	2275,80	1808,50
на 01.07.12	2482,80	2005,30
на 01.10.12	2657,70	2190,80
2013 год		
на 01.01.13	2798,50	2345,70
на 01.04.13	2629,30	2235,10
на 01.07.13	2786,30	2403,20
на 01.10.13	2938,20	2563,20
2014 год		
на 01.01.14	3042,00	2665,10
на 01.04.14	2826,10	2496,70

³ http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet003.htm&pid=psRF&sid=ITM_10980 дата обращения 19.06.2014.

О роли привлеченных ресурсов в системе ДБО

В настоящий момент ДБО претерпело значительные изменения и является системой намного более развитой по сравнению с её прародителями образца начала 2000-х годов. Сейчас технология позволяет не просто запрашивать выписки и отправлять платежные поручения. Доступны операции по обмену информацией между клиентами банка, взаимодействию с налоговыми инспекциями и другими органами государственного регулирования и контроля. Эти и многие другие достижения в развитии ДБО являются заслугой не только самих банков, но так же организаций, профессионально занимающихся определенными вопросами сопровождения и поддержки бизнес-процессов банков.

Несмотря на многочисленные нормативные документы, не все банки готовы на полный переход к аутсорсингу в системе ДБО. Рисунок 1 содержит информацию о десяти банках, входящих в топ-100, действующих на территории России, в рамках использования ими аутсорсинга.

Желание банков развивать ДБО приводит некоторых из них к созданию собственных ИТ-структур. Так при передаче процессов разработки и сопровождения ДБО сторонним организациям информационные ресурсы открываются третьим лицам. В то время как собственные разработки позволяют стать реальным участником рынка ДБО и делать прогнозы по развитию направления. Появляется возможность определенного регулирования сегмента рынка.

В рамках данной статьи считаем необходимым обратить внимание на следующее. Юридические лица и индивидуальные предприниматели обязаны хранить на банковских счетах в банках наличные деньги сверх установленного лимита кассы. Закон обеспечивает банки огромной массой коротких, но зато совершенно бесплатных денег. Так почему же клиента стоит просить оплачивать комиссию за совершение сопутствующих операций, если его обязали к размещению средств законом? В этой ситуации выиграет тот банк, который первым, не снижая качества, снизит стоимость услуг, сопутствующих ведению счета. Временно свободные денежные средства юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, так или иначе, будут размещены в банке, вопрос только, в каком.

Заключение

Фактически, ДБО не может привлечь новых клиентов, но может сыграть немаловажную роль в борьбе за клиентуру других коммерческих банков. Многие клиенты пользуются услугами нескольких банков в поиске наиболее выгодных вариантов. Переводя клиентов на обслуживание через удаленные каналы, банк получает возможность сокра-

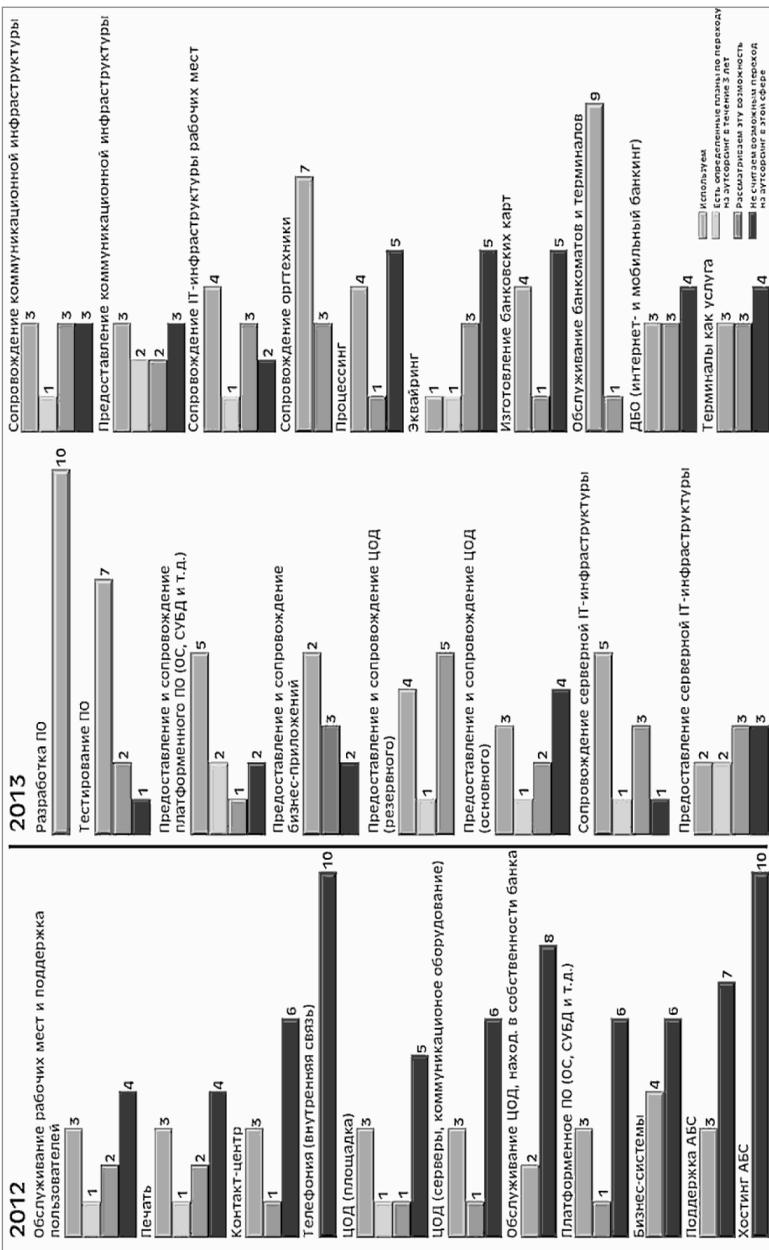


Рис. 1. Количество банков, использующих аутсорсинг в определенной области бизнеса ⁴

⁴ Костылев И. Побочный эффект // Банковское обозрение. — 2013. — № 11.

тить расходы на персонал и строительство в виде создания дополнительных филиалов, но вместе с тем сохраняет возможность привлекать клиентов, не уделяя особого внимания территориальной близости и не ограничиваясь пределами конкретного региона. Таким образом, развивая ДБО, банк имеет возможность расширения своей клиентской базы, сокращая затраты, и при этом, сохраняя качество обслуживания, что является довольно актуальным в условиях конкуренции на рынке банковских услуг.

Используемые источники

1. Письмо Банка России от 24.05.2005 № 76-Т «Об организации управления операционным риском в кредитных организациях»
2. Письмо Банка России от 26.10.2010 № 141-Т «О рекомендациях по подходам кредитных организаций к выбору провайдеров и взаимодействию с ними при осуществлении дистанционного банковского обслуживания».
3. Письмо Банка России от 13.05.2002 № 59-Т «О рекомендациях Базельского комитета по банковскому надзору».
4. Костылев И. Побочный эффект // Банковское обозрение. – 2013. – № 11.
5. www.cbr.ru.
6. www.banki.ru.
7. www.fom.ru.

Карякин Н. Н.

*кандидат медицинских наук,
директор Федерального государственного бюджетного учреждения
«Нижегородский институт травматологии и ортопедии»
Минздрава России
e-mail: drkaryakinnn@mail.ru*

Преодоление институциональных барьеров как необходимое условие формирования региональной модели медицинской помощи

В статье впервые применен анализ системы здравоохранения с точки зрения ее институциональной структуры, выделены барьеры, которые, по мнению автора, препятствуют ее успешному развитию. Предложены пути их преодоления.

Ключевые слова: *эффективность здравоохранения, подходы к оценке эффективности здравоохранения, институциональные барьеры.*

Karyakin N. N.

*PhD (Medicine), director of Federal state budgetary institution
«Nizhny Novgorod Institute of Traumatology and Orthopedics»
of Ministry of Health of Russia*

Overcoming of institutional barriers as a necessary condition for the formation of regional models of medical health care

In this article for the first time examined analysis of the health care system in terms of its institutional structure, pointed barriers, which according to the author, make difficulties in its successful development. In this article proposed a way of solving such difficulties.

Keywords: *efficiency of health care, approaches to an assessment of efficiency of health care, institutional barriers.*

Современная система медицинской помощи находится в состоянии кризиса, который характеризуется изношенностью основных средств, технологической отсталостью и дефицитом ресурсов, в том числе финансовых. Анализ литературы показывает [9,11,12], что кризисные явления имеются в системах здравоохранения многих стран, однако, в государствах Европы и Северной Америки, они характеризуются преимущественно наличием дефицита финансовых ресурсов, что предоставляет органам власти очерченный круг решений, необходимых для его преодоления [10].

Проведенные с 2006 года преобразования в системе российского здравоохранения привели к существенному росту финансирования

отрасли, были использованы современные методы управления финансами. Однако, работы последних лет показывают, что желаемого качественного перехода на новый уровень функционирования системы медицинской помощи в России не произошёл [2]. Причиной тому являются сохранившиеся институциональные барьеры, которые не были преодолены заблаговременно, до финансового «дождя».

По нашему мнению, современная региональная система здравоохранения должна быть основана на двух основополагающих принципах ради которых она функционирует (в частности ее подсистемы: управления и финансирования): принцип первого порядка – приоритетность удовлетворения потребностей пациента и принцип второго порядка – создание благоприятных условий работы медицинских организаций. Несмотря на всю кажущуюся банальность, в случае, если при каждом принимаемом управленческом решении будет проведена экспертиза документа на соответствие представленным принципам, произойдет настраивание системы на создание оптимальных условий для пациента, сеть медицинских организаций будет приведена в соответствие с потребностями обществ путем, с одной стороны, технологической модернизации, с другой – перепрофилизации, сформируется нормативное поле создающее благоприятные условия обеспечения гражданина необходимой помощью, а медицинские организации получают тариф, действительно покрывающий их затраты, в том числе оплату труда высококвалифицированных медицинских кадров и эксплуатацию современной медицинской аппаратуры.

С целью развития системы, помимо следования указанных принципам, необходимо преодоление институциональных барьеров. Под термином институциональные барьеры нами понимаются экономические, правовые и социальные препятствия, наличие которых блокирует дальнейшее развитие системы [1,8]. Наличие барьеров приводит к тому, так называемые, институциональные ловушки, когда, несмотря на решение отдельных точечных вопросов качественного перехода функционирования системы не наблюдается.

Проведенный нами анализ региональной системы медицинской помощи выявил следующие институциональные барьеры:

- **структурный барьер** – несмотря на принятие двухуровневой (централизованной на региональном уровне) системы управления региональным здравоохранением сохраняются элементы ранее действовавшей трехуровневой (децентрализованной) системы;

- **барьер управления:** отсутствие единого управляющего воздействия на медицинские учреждения, прежде всего, муниципальные — это проявляется наличием управленческих воздействий с нескольких источников: со стороны государственной и муниципальной власти, а также территориальных фондов обязательного медицинского страхования;
- **барьер планирования** — это отсутствие согласия между ожиданиями общества от системы медицинской помощи с ее ресурсами и моделью их распределения;
- **барьер финансирования** — в действующей бюджетно-страховой модели финансирования создана структура, необходимая для реализации страхования при отсутствии в реализуемой модели признаков страхования, в том числе и страховых рисков;
- **технологический барьер**, проявляется наличием значительного количества дорогостоящей техники в условиях дефицита технологической обеспеченности пациентов, недостатком квалифицированных врачей в условиях избытка лиц с высшим медицинским образованием, недостатком среднего медицинского персонала в условиях занятости ставок.

Преодоление структурного институционального барьера

Анализ законодательства Российской Федерации, за период 1991—2013 гг., выявил позиции, препятствующие эффективной реализации двухуровневой системы управления региональным здравоохранением. Это обусловлено сохранением структурных рудиментов трехуровневой системы управления медицинской помощью, которая в тот период была выбрана для реализации в федеративном государстве (Федеральный закон от 22.07.1993 г № 5487-1 «Об охране здоровья граждан в Российской Федерации»). К их числу, по нашему мнению, можно отнести:

- не сбалансированность структуры региональной сети медицинских организаций. Учитывая, что в основе муниципальной системы здравоохранения был заложен принцип максимально полного обеспечения жителей медицинской помощью в собственных учреждениях здравоохранения, в отсутствии широко развитой практики межмуниципальных договоров, в России сложилась сеть однотипных медицинских учреждений в каждом муниципальном образовании, вне зависимости от транспортной доступности и уровня предоставляемых услуг. Расположенных рядом муниципальных образований это привело к избыточности функционирования одних структурных подразделений и дублирова-

нию некоторых видов помощи, например, терапевтической. При этом имеется недостаток других видов медицинской помощи, в том числе, реабилитационных услуг, которые могли быть предоставлены на свободных площадях силами имеющегося медицинского персонала. Для самоподдержания данная система оказывала медицинскую помощь пациентам не нуждающимся в круглосуточном пребывании, в том числе предоставляя услуги по уходу за пожилыми и инвалидами. В конечном итоге это привело к тому, что с одной стороны, по отчетным документам, востребованность в этих койках высокая, с другой — тяжелые пациенты не получали необходимой помощи на муниципальном уровне и стремились к переводу в региональные учреждения, перегружая последние;

- разделение пациентов на свой-чужой. Принимая во внимание, что в деятельности системы муниципального здравоохранения был заложен принцип обеспечения медицинской помощью жителей данного муниципального образования, пациенты из других муниципальных образований воспринимались как «чужие», на которые не желательно расходовать ресурсы. Как правило, это приводило к закреплению лечения больного за единственным в территории медицинским учреждением, а его перевод в другое — сопровождался организационными сложностями;
- неурегулированность моделей управления муниципальными учреждениями. Отсутствовали рекомендованные на федеральном уровне модели управления муниципальными учреждениями. На практике это приводило к тому, что в одних муниципальных образованиях имелись специально созданные структурные подразделения, в других — функции возлагались на руководителей отдельных, как правило, наиболее крупных учреждений здравоохранения, например, главных врачей центральных районных больниц. Однако, имеется судебная практика, когда суд обявывал главу муниципального образования лишить руководителя больницы властных полномочий и организовать управление здравоохранением, несмотря на наличие в районе всего двух медицинских организаций;
- в силу наличия многоуровневых процедур согласования существенно осложнялись административно-управленческие процедуры, в том числе принятие решений по планированию сети медицинских учреждений в субъектах Российской Федерации, обеспечивалась размытость ответственности за обеспечение жи-

телей муниципальных образований медицинской помощью, что не позволяло рассматривать региональную систему целостно — одному уровню власти принимать решения и нести за них ответственность.

Несмотря на принятие Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ, который отменил действие Федерального закона от 22.07.1993 № 5487-1, на сегодняшний день сохраняются выше приведенные рудименты организационного барьера, прежде всего не сбалансированная сеть медицинских учреждений.

Преодоление управленческого институционального барьера

В региональных системах здравоохранения в период 1993—2012 годы действовало многоуровневое подчинение медицинских учреждений, прежде всего, муниципальных. Основными источниками управленческих сигналов являлись: муниципальный уровень власти, так как он для большинства медицинских организаций являлся учредителем, региональный — на главу региона возложена ответственность за социальное обеспечение жителей субъекта Российской Федерации и в силу того, что через региональный уровень власти реализовывалось наибольшее количество целевых программ в здравоохранении, а также фонды обязательного медицинского страхования — которые, помимо полномочий по финансированию учреждений, наделены правом организации мероприятий по контролю качества медицинской помощи предоставленной в рамках обязательного медицинского страхования. Все это приводит дублированию управленческих связей и дискоординации управления в здравоохранении.

Согласно действующего законодательства, органы исполнительной власти не являются участниками обязательного медицинского страхования, следовательно, фактически исключены из системы контроля качества медицинской помощи, предоставленной в рамках ОМС. Считаем, что п. 3—4 статьи 64 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ вступает в логическое противоречие со статьями 14, 16 данного закона. Более того, принимая во внимание, что в Российской Федерации имеется тенденция по переносу большего объема медицинской помощи в систему ОМС, складывается, по нашему мнению, парадоксальная ситуация, где регулятором качества медицинской помощи выступает не орган государственной власти, а Федеральный фонд ОМС (Постановление Правительства РФ от 29.07.1998 № 857 «Об утверждении устава Федерального фонда обязательного медицинского страхования»).

Считаем целесообразным рассмотреть вопрос пересмотра полномочий по организации системы контроля качества медицинской помощи – закрепить исключительно за федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим выработку государственной политики и нормативное правовое регулирование в сфере здравоохранения полномочия по установлению порядка проведения экспертизы качества медицинской помощи, в том числе оказываемой в соответствии с законодательством Российской Федерации об обязательном медицинском страховании. Для этого, привести в соответствие со статьей 14 Федерального закона от 21.11.2011 №323-ФЗ статью 64 выше названного закона: п. 3 признать утратившим силу, п. 4 изложить в следующей редакции «Экспертиза качества медицинской помощи осуществляется в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти», внести соответствующие изменения в пункт 5.2.76 Положения о Министерстве здравоохранения Российской Федерации (Постановление Правительства России от 19.06.2012 № 608), исключить из полномочий Федерального фонда, закрепленные в п. 2. статьи 7 Федерального закона от 29.11.2010 №326-ФЗ передав их уполномоченному федеральному органу исполнительной власти (п. 1 статьи 7 вышеназванного закона). Территориальные фонды ОМС и СМО обязать регулярно информировать о ситуации с качеством медицинской помощи в конкретных медицинских учреждениях региона. В последующем, контроль качества медицинской помощи, по нашему мнению, может быть передан региональному органу власти.

Преодоление институционального барьера планирования

Данный институциональный барьер представляет угрозу развития системы здравоохранения прежде всего в силу отсутствия увязывания запросов общества к системе здравоохранения с уровнем притока в нее ресурсов и моделью их распределения.

Для разработки модели развития региональной системы медицинской помощи необходимо ответить на вопрос, что мы ждем от нее. По нашему мнению, ответ на этот вопрос настолько прост, на сколько и сложен. Создаваемая система должна обеспечить граждан необходимой медицинской помощью в том объеме, в котором общество (власть, сами граждане) обеспечит ее ресурсами.

Количественно выразить потребность общества в медицинской помощи можно путем увязки результата деятельности системы здравоохранения с необходимым для этого уровнем ресурсов.

Результатом деятельности системы медицинской помощи, по нашему мнению, является уровень смертности и заболеваемости. Очевидно, что данные показатели лишь частично детерминируются деятельностью здравоохранения, по некоторым оценкам от 15 до 25%, однако изучение любого явления в социальных системах всегда сопряжено с допусками и многофакторным на него влиянием.

Для поиска критериев эффективности деятельности системы здравоохранения являются полезными предложения ВОЗ[6]согласно которым, искомые показатели должны иметь длительную историю наблюдения (следовательно, их можно отследить в динамике), высокий уровень надежности и достоверности, что позволитпроводить разбивку данных по возрасту и полу, социально-экономическим характеристикам и уязвимым группам. В большинстве стран мира для этих целей используются различные производные от показателей смертности. Проведя серию исследованиймы пришли к выводу, что возможно использовать показатели смертность без внешних причин (далее – СБВП) и впервые выявленная заболеваемость (далее – ЗВВ), при чем, показатель СБВП для этих целей используется в Указе Президента России от 21.08.2012 №1199 «Об оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации». Использование данного подхода позволило предложить методику оценки региональных систем здравоохранения и рассчитать необходимый уровень объемов медицинской помощи и финансирования для достижения максимально низких показателей смертности и заболеваемости в регионе [4].

Преодоление институционального барьера финансирования

В начале истории медицинского страхования в России к функциям Территориальных фондовобязательного медицинского страхования(далее – ТФОМС)и их филиалов относилось осуществление контроля за сбором страховых взносов на обязательное медицинское страхование, передача финансовых средств в соответствии с дифференцированным подушевым нормативом страховщикам, осуществление сбора и анализ различной статистической информации. На основании Федерального закона от 05.08.2000 №118-ФЗ, полномочия по сбору средств со страхователей у филиалов ТФОМС были изъяты, получили развитие страховые медицинские организации (далее – СМО), однако, на момент исследования, в большинстве регионов продолжают функционировать филиалы ТФОМС.

Поведенный анализ позволил выдвинуть гипотезу о том, что в субъектах Российской Федерации, где работают территориальные фонды ОМС и страховые медицинские организации, не целесообразной является совместное присутствие филиалов ТФОМС и СМО. Проведенное исследование ее подтвердило [5].

Более того, в настоящее время имеются работы [3,7], где авторы указывают на то, что реализуемая модель финансирования медицинской помощи через систему ОМС не отвечает критериям страхования — прежде всего отсутствуют страховые риски. Учитывая имеющийся инструментарий финансирования медицинской помощи, в частности оплаты за законченный случай, использование стандартов медицинской помощи и клинико-статистических групп и другие, мы считаем целесообразным, рассмотреть вопрос о трансформации территориальных фондов в государственные учреждения, создаваемые региональными органами управления здравоохранения, с наделением их функцией перечисления средств за оплату предоставленной медицинской помощи и проведения автоматизированного медико-экономического контроля. Иные виды контроля медицинской помощи возложить на структурные подразделения регионального органа власти в сфере здравоохранения. При этом, упраздняется институт фондов и страховых медицинских организаций, работающих в системе ОМС.

Используемые источники

1. Брызгалов Д.В., Цыганов А.А. Страховой риск-менеджмент в частных медицинских клиниках в России // Страховое дело. — 2013. — № 4—5.
2. Калашников К.Н. Организационно-экономические факторы управления региональной системой здравоохранения: автореф. на соиск. уч. зв. канд. экон. наук. — Апатиты, 2011. — 29 с.
3. Кравченко Н.А., Рагозин А.В., Розанов В.Б., Иванов А.В. Система обязательного медицинского страхования Российской Федерации — баланс интересов субъектов и участников // Социальные аспекты здоровья населения. — 2013. — № 3. — С. 5—15.
4. Карякин Н.Н., Кочубей А.В., Мухин П.В. Оценка эффективности системы здравоохранения субъектов Российской Федерации // Медицинский альманах. — 2013. — № 5 (28). — С. 14—17.
5. Карякин Н.Н. Некоторые аспекты управления территориальной системой обязательного медицинского страхования // Политравма. — 2011 г. — № 3. — С. 20—23.
6. Разработка показателей для целевых ориентиров политики Здоровье—2020. Первое совещание группы экспертов, Утрехт, Нидерланды, 18—19 июня 2012

- г. Копенгаген, Европейское региональное бюро ВОЗ, 2012 г. (http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0016/172510/Developing-indicators-for-theHealth-2020-targets-Rus.pdf, по состоянию на 15 апреля 2013).
7. Улумбекова Г.Э. Реформа Здравоохранения США: уроки для России // Социальные аспекты здоровья населения. – 2012. – № 5. – С. 3–12.
 8. Цыганов А.А. Развитие институтов защиты и обеспечения прав страхователей в России. – М., Изд-во РАГС, 2009.
 9. D. BenamouzigandR. Launois, «RationingHealth Care in Europe-France,» вкн. Rationing Health Care in Europe: An Empirical Study, eds. J. Matthias Graf von der Schulenburg and Michael Blank (Amsterdam: IOS Press, 2004). – P. 16.
 10. Ezra Klein, «The Health of Nations: Here`s How Canada, France, Britain, Germany, and our Own Veterans Health Administration Manageto Cover Everybody at Less Costand with Better Carethan WeDo», American Prospect, April 24, 2007.
 11. Shikha Dalmia, «The UAW`s Health-Care Dreams» Wall Street Journal, July 27, 2007.
 12. The Grass Is Not Always Greener: A Look at National Health Care Systems Around the World // Policy Analysis. – № 613. – March 18, 2008.

Могуев Б. Д.
аспирант,
ФГБОУ ВПО «Московский государственный
машиностроительный университет»
e-mail: tatjank@yandex.ru

Иерархическая модель форсайтинга в автомобилестроительной отрасли

В статье описано современное состояние автомобилестроительной отрасли, обоснована необходимость прогнозирования перспективных возможностей внешней среды, предложена концептуальная модель разработки форсайта развития автомобилестроительного предприятия, а также приведены практические рекомендации по ее внедрению.

Ключевые слова: автомобилестроение, прогнозирование, форсайт.

Mogudev B.D.
postgraduate student,
Moscow state university of mechanical engineering

Hierarchical model of foresight in automobile industry

In this article the current state of automobile industry is described, the necessity of forecasting perspective possibilities of external environment is substantiated, the conceptual model of foresight the automobile company development is suggested, the practical recommendations for its implementation are given.

Keywords: automobile industry, forecasting, foresight.

Машиностроение является базовой отраслью экономики Российской Федерации, которая вносит значительный вклад в формирование макроэкономических показателей страны и играет стратегическую роль в становлении инновационной национальной экономической системы. Состояние и динамика развития машиностроительного комплекса определяют экономический потенциал России, уровень ее конкурентоспособности на мировом рынке, а также обороноспособность страны. Кроме того, развитие машиностроения оказывает влияние на увеличение производительности труда и стимулирует научно-технический прогресс в различных смежных отраслях экономики.

Ведущей отраслью машиностроения является автомобилестроение. Характеризуя общее состояние автомобилестроения в России,

можно выделить следующие основные факты: в автопроме занято 0,6% экономически активного населения, при этом отрасль обеспечивает 0,78% ВВП ¹.

Во втором десятилетии XXI века отрасль испытывает серьезные проблемы, прежде всего, в области производства, продвижения и сбыта легковых автомобилей. Так, для отечественного автопрома характерна крайне низкая доля экспорта – 7,7%. Продукция крупнейшего российского автомобилепроизводителя ОАО «АвтоВАЗа» является неконкурентоспособной по сравнению с другими зарубежными производителями (*Ford, General Motors, Volkswagen group, Toyota, Nissan, Renault* и т.д.). Во многом ситуация осложняется такими неблагоприятными факторами, как вступление России во Всемирную торговую организацию и незавершившийся процесс перехода к рыночным отношениям. Вышеперечисленные компании являются уже долгое время лидерами в своем сегменте, что объясняется, прежде всего, устойчивой экономикой тех стран, которые они представляют на международном рынке (США, Германия, Франция, Япония), которые, в свою очередь, являются лидерами мировой экономики и давно прошли процесс установления рыночных отношений.

Экономика же России является довольно молодой, переживающий переход от плановой экономики к рыночной. Данным фактом объясняется такой разрыв в автомобилестроительной отрасли в частности. У развитых стран накопился определенный опыт производства и реализации своей продукции, использованы инструменты инновационной экономики ².

Таким образом, для устойчивого роста автомобилестроительному сектору необходима активизация инвестиционных процессов, а также разработка новых программ и инструментов повышения эффективности их деятельности, основанных на учете факторов внешней среды. В последние годы широкое распространение получила методология прогнозирования перспектив социально-экономического развития обще-

¹ Матрица промышленной политики [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. URL: http://www.minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Vizualizatsiya_GP-16_polnaya.pdf.

² Дли М.И., Какатунова Т.В., Литвинчук Ю.Я. Процедура организации регионального инновационного процесса // Вестник Российской академии естественных наук. – 2009. – № 3. – С. 37–39; Дли М.И., Какатунова Т.В. Трехуровневая нечеткая когнитивная модель для анализа процессов инновационного развития региона // Прикладная информатика. – 2013. – № 1. – С. 5–10.

ства, среди которых особой популярностью пользуется концепция форсайтинга.

Под форсайтом будем понимать сценарное прогнозирование научно-технологического и социально-экономического развития определенной сферы деятельности, основанное на применении различных статистических, аналитических, эвристических и интеллектуальных методов для выявления долгосрочных трендов и определения наиболее перспективных областей для инвестирования.

Форсайт представляет собой совокупность подходов, методов, процедур исследования различных социально-экономических объектов и процессов (страны, региона, отрасли, сферы деятельности, предприятия) и разработки сценариев их развития на перспективу от 10 до 30 лет, в реализации которых участвуют различные заинтересованные субъекты – стейкхолдеры (предприятия, общественные организации, научно-исследовательские институты и т.д.)³.

В целом, можно выделить три уровня проведения форсайтов, определяемых масштабами рассматриваемых социально-экономических объектов (рисунок 1):

1. Форсайт социально-экономического развития страны (региона) связан с выявлением основных тенденций развития социально-демографической, экономической, научно-технической и культурной сфер жизни общества, а также отражает ключевые направления для государственной поддержки и частных инвестиций, которые должно способствовать интенсификации промышленного производства и повышения качества жизни населения.

2. Форсайт развития отрасли связан с технологическим прогнозированием перспективных потребностей и выявлением «критических технологий», которые направлены на решение ключевых социально-экономических проблем либо будут востребованы на рынке и обеспечат высокую добавленную стоимость. При его разработке учитываются задачи национальной политики, территориально-географические и социально-экономические условия, а также макроэкономическая и внешнеполитическая обстановка.

³ Бассей М. Концептуальные основы форсайт-исследований и их эффекты: классификация и практическое применение // Форсайт. – 2013. – Т. 7. – № 3. – С. 64–73; Боронников Д.А., Николаенко А.В. О применимости технологии Форсайт к прогнозированию развития автомобильной отрасли // Известия МГТУ «МАМИ». – 2012. – № 1(13). – С. 61–65.

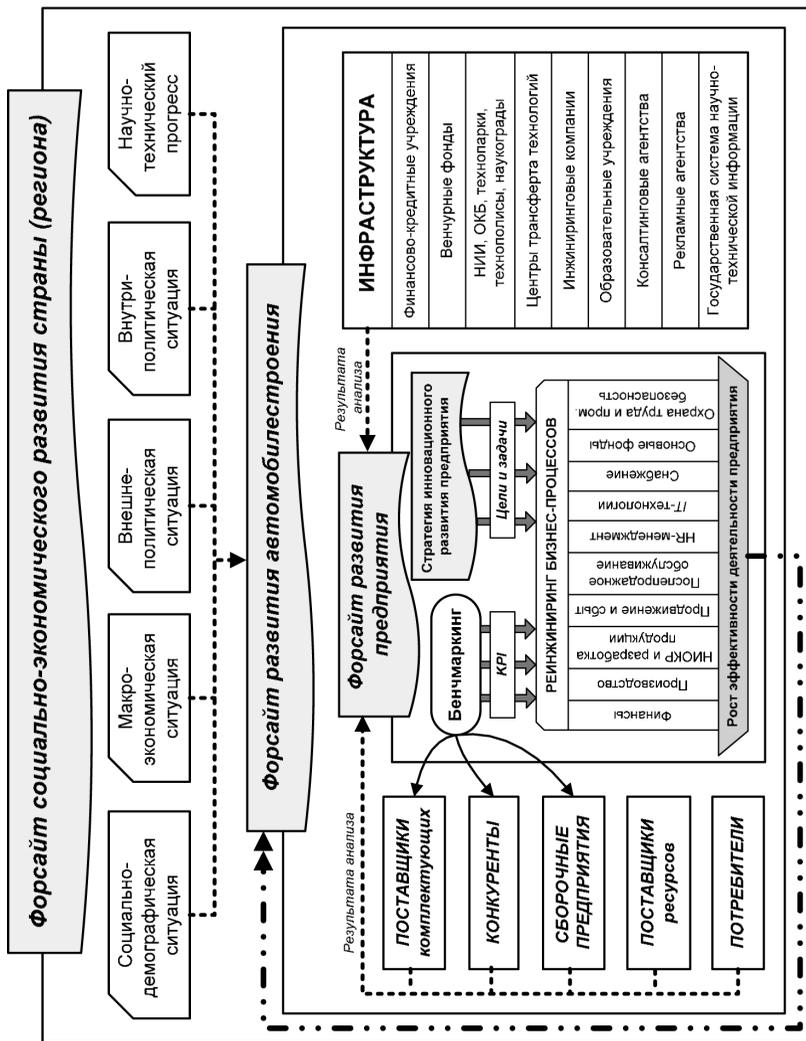


Рис. 1. Концептуальная модель разработки форсайта развития автомобильного предприятия

3. Форсайт развития предприятия направлен на сценарное прогнозирование перспектив функционирования предприятия путем определения внутренних и внешних возможностей, а также определение основных источников для формирования дополнительных конкурентных преимуществ. При его разработке учитываются отраслевые тенденции, рыночные перспективы (потребители, конкуренты, поставщики) и основные направления развития инфраструктурных объектов. Он лежит в основе разработки стратегии инновационного развития, которая представляет собой программу мероприятий по модернизации и технологическому развитию предприятия и определяет целевые значения ключевых показателей эффективности.

Из рисунка 1 видно, что разработка форсайта развития предприятия в том числе с использованием бенчмаркинга с целью поиска наилучших доступных технологий, является основой для проведения реинжиниринга автомобилестроительных бизнес-процессов, направленного на повышение эффективности функционирования всего предприятия.

В заключение стоит отметить, что для эффективной разработки форсайта развития автомобилестроительного предприятия необходимо:

- 1) вовлечение в процесс проведения форсайта заинтересованных стейкхолдеров (вузы, научно-исследовательские институты, общественные организации, различные фонды и т.д.);
- 2) анализ научно-технических тенденций, макроэкономических, социально-демографических и политических перспектив, а также требований различных стандартов, в том числе в области экологического менеджмента;
- 3) прогнозирование рыночной ситуации (поставщики, конкуренты и потребители), а также инфраструктурных объектов;
- 4) разработка нескольких сценариев развития;
- 5) анализ эффективности бизнес-процессов предприятия, выявление конкурентных преимуществ и «проблемных зон»;
- 6) периодическое уточнение разработанного форсайта.

Используемые источники

1. Матрица промышленной политики [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. URL: http://www.minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Vizualizatsiya_GP-16_polnaya.pdf.

2. Дли М.И., Какатунова Т.В., Литвинчук Ю.Я. Процедура организации регионального инновационного процесса // Вестник Российской Академии естественных наук. – 2009. – № 3. – С. 37–39.
3. Дли М.И., Какатунова Т.В. Трехуровневая нечеткая когнитивная модель для анализа процессов инновационного развития региона // Прикладная информатика. – 2013. – № 1. – С. 5–10.
4. Басей М. Концептуальные основы форсайт-исследований и их эффекты: классификация и практическое применение // Форсайт. – 2013. – Т. 7. – № 3. – С. 64–73.
5. Боронников Д.А., Николаенко А.В. О применимости технологии Форсайт к прогнозированию развития автомобильной отрасли // Известия МГТУ «МАМИ». – 2012. – № 1(13). – С. 61–65.

Солюянов В. К.
*аспирант,
Московский государственный технический
университет гражданской авиации
e-mail: soluyanov_vladim@mail.ru*

Механизм оценки качества услуг как инструмент повышения эффективности аэропортовой деятельности

Важной задачей для повышения уровня качества услуг в региональных российских аэропортах является разработка единой методики оценки качества предоставляемых услуг. В данной статье рассматриваются основные проблемы российских аэропортов на основе исследования агентства «АвиаПорт», и основные методы оценки качества услуг (метод Критических случаев, метод Serqual, метод Servperf, метод Indserv, метод Кано), а также даны рекомендации для развития и повышения уровня качества в региональных российских аэропортах.

Ключевые слова: *качество услуг, аэропорт, повышение уровня качества, методика, методы оценки.*

Soluyanov V. K.
*postgraduate student,
Moscow State Technical University Of Civil Aviation*

The mechanism of evaluation of the quality of services as a tool to improve the efficiency of airport activities

An important task to improve the quality of services in regional Russian airports is to develop a common methodology for assessing the quality of services. This article covers the main problems of Russian airports on the basis of research of Agency «AviaPort», and the basic methods of evaluation of quality of services (the method of Critical cases, the method Serqual, method Servperf, method Indserv, Kano method), and recommendations for the development and improvement of the quality level in the regional Russian airports.

Keywords: *quality of services, the airport, improving quality, methodology, evaluation methods.*

Оценка качества предоставления услуг является важнейшим элементом системы управления качеством. Она не только позволяет проводить контроль качества обслуживания авиапотребителей, предоставляет базу для анализа и принятия управленческих решений, но и обеспечивает обратную связь, необходимую для любой устойчивой и способной к развитию системы. Между тем, в области исследования проблем управления качеством в сфере аэропортовых услуг еще не решена задача разработки целостной, единой методики оценки качества

обслуживания. Вопросы повышения качества сервиса и удовлетворенности потребителей являются актуальными на протяжении уже нескольких десятков лет. Причем актуальность данного направления постоянно возрастает, что определяется множеством факторов, характеризующих современные рынки. Здесь следует говорить и о постоянно растущей конкуренции между поставщиками услуг, и о высоком уровне информированности авиапотребителей. Соответственно, сервис, предоставляемый в аэропорту, становится как одним из наиболее важных инструментов в борьбе за потребителя, так и одной из самых серьезных составляющих при формировании долгосрочного конкурентного преимущества на рынке.

В 2013 году агентство «АвиаПорт» провело первое в России исследование, посвященное комплексной оценке качества услуг, предоставляемых пассажирам в аэропортах. Исследования проводились среди 22-х российских аэропортов из различных регионов страны. При выборе исследуемых аэропортов учитывались следующие критерии:

- пассажиропоток не менее полумиллиона человек в год;
- относительно равномерное распределение по территории страны: Северо-Запад (1 аэропорт); Поволжье (6 аэропортов); Северный Кавказ (4 аэропорта); Урал (2 аэропорта); Сибирь (5 аэропортов); Дальний Восток (2 аэропорта);
- принадлежность к аэропортовым холдингам («Аэропорты Регионов», «Базэл Аэро», «Новаяпорт», «Аэроинвест»), так и независимым частным (Омск, Хабаровск) и квазигосударственным (Казань, Уфа, Красноярск, Иркутск) операторам;
- реализация крупных инвестиционных проектов в недавнем прошлом (Сочи, Казань, Екатеринбург, Владивосток, Новосибирск).

Агентством разработана методика формализованной оценки качества пассажирской инфраструктуры и обслуживания в аэропортах, с учетом специфики авиатранспортной отрасли. Концепция экспертной оценки была заимствована у авторитетной британской компании Skytrax. Экспертная оценка представляет собой опыт «тайного пассажира» на всех стадиях: от перемещения между терминалами аэропорта до пользования интернетом, от регистрации до посадки в самолет, от получения багажа до поиска остановки общественного транспорта. Оказалось, что одна из основных проблем в российских аэропортах — это устаревшие морально и физически здания аэровокзалных комплексов. На фоне быстрого роста пассажиропотока в последние 14 лет, в российских аэропортах остро обозначилась проблема недостаточной

площади аэровокзальных комплексов и недостаточной их пропускной способности. В целом, по расчетам агентства «АвиаПорт», на момент проведения исследования 12 из 22 аэропортов испытывали дефицит пропускной способности по пиковым нагрузкам. По сути, повышение уровня пассажирского комфорта возможно только после реализации инвестиционных проектов, связанных со строительством новых пассажирских терминалов или комплексной реконструкции и расширением действующих. Также следует отметить проблему недостатка пропускной способности в международных секторах в связи с ростом пассажиропотока на международных воздушных линиях. Во многих аэропортах число международных пассажиров увеличилось с 2003 года по настоящее время в 7–10 раз и более. Существующие мощности терминалов оказались не готовы к такому пассажиропотоку. Был отмечен тот факт, что в связи с возрастающим спросом на отдых в странах Юго-Восточной Азии, для перелета в которые требуются широкофюзеляжные воздушные суда, возрастает нагрузка на инфраструктуру. По итогам проведенного исследования Агентством были выявлены основные «узкие места» аэропортов, вызывающие наибольшее недовольство пассажиров:

- недостаточный контроль на входных группах;
- недостаточное число стоек регистрации;
- длительное прохождение пограничного контроля на международных воздушных линиях;
- длительное прохождение спецконтроля;
- отсутствие телетрапов;
- недостаточное число ленточных транспортеров и дискомфорт в зоне выдачи багажа.

Также были выявлены определенные барьеры для пассажиров с маленькими детьми и пожилых людей в связи с отсутствием лифтов и эскалаторов.

Характерной особенностью российских аэропортов, по мнению агентства, оказалось отсутствие информации об общественном транспорте, а именно отсутствие указателей и оборудованных остановок общественного транспорта с расписанием движения, не говоря уже об «аэроэкспрессе». Отсутствие общественного транспорта в целом и доступной информации о его работе приводит к возникновению определенных проблем и способствует увеличению числа нелегальных таксистов.

На взгляд экспертов агентства в большинстве исследуемых аэропортов крайне невятно реализованы функции, позволяющие упростить и ускорить процесс регистрации пассажиров и багажа в связи с

отсутствием стоек саморегистрации и отсутствием Drop-off стоек, предназначенных для сдачи багажа зарегистрировавшимися онлайн пассажирами. Причем стойки саморегистрации и Drop-off стойки представлены 1–2 авиакомпаниями и расположены не во всех терминалах. Что касается доступа в интернет, то здесь эксперты были удовлетворены увиденным. Общедоступные сети Wi-Fi работали во всех аэропортах. Качество сигнала и скорость в целом оказались достаточно высокими. Опираясь на исследования агентства «АвиаПорт», нами разработана обобщенная схема проблем в российских аэропортах, представленная на рисунке 1.



Рис. 1. Обобщенная схема проблем в российских аэропортах

Результат исследования оказался противоречивым. С одной стороны, уровень обслуживания в российских региональных аэропортах заметно повысился по сравнению с 2008–2009 гг., так как идет строительство и реконструкция действующих аэровокзалов и внедрение новых IT-сервисов. С другой стороны, качество инфраструктуры и уро-

вень обслуживания в российских аэропортах остаются заметно ниже европейского уровня. Одной из причин посредственного обслуживания пассажиров в ряде аэропортов эксперты считают отсутствие обмена и перенятие мирового опыта, что помогло бы улучшить обслуживание пассажиров, а значит, и поднять уровень комфорта и повысить привлекательность аэропорта для авиапотребителей.

Как видно из исследования, проведенного агентством «АвиаПорт», в российских аэропортах отсутствует система единой оценки качества сервиса. Но оценка качества услуг возможна только с применением определенных методов. В связи с этим считаем необходимым рассмотреть основные методы оценки качества услуг для выбора наиболее целесообразного метода оценки качества услуг аэропорта с учетом специфики авиатранспортной отрасли.

К настоящему времени разработано множество методов оценка качества услуг. Среди них нужно выделить пять, отличающихся концептуально и методологически друг от друга:

- Метод критических случаев.
- Метод SERQUAL.
- Метод SERVPERF.
- Метод INDSERV.
- Метод Кано.

Метод критических случаев основывается на эмпирическом исследовании случаев взаимодействия между потребителем и поставщиком услуги. Основные мировые исследования были направлены на то, чтобы сконцентрировать свое внимание на рассмотрении в качестве критического случая факт обоюдного контакта между потребителем и поставщиком услуг. Основанием для этого исследования послужило то, что для многих потребителей фактом оказания услуги является взаимодействие с поставщиком.

Недостатком этого метода является продолжительность сбора информации, которая, по сути, может не дать или дать ложный ответ на вопрос об уровне качества предоставления услуг.

Метод SERV (service) и QUAL (quality) был разработан путем эмпирических исследований и основывается на опросе потребителей, в рамках которого респонденты должны указать рейтинг нескольких характеристик предоставляемого сервиса, сгруппированных по основным измерениям сервиса. Окончательным вариантом для метода стал набор из 5-ти измерений сервиса: уверенность, сопереживание, надежность, отзывчивость, осязаемость.

Для оценки уровня сервиса используется шкала Лайкерта с 7-ю интервалами от «Полностью согласен» до «Полностью не согласен», с помощью которой респондент должен дать 2 оценки: своим ожиданиям и своим восприятием оказанного сервиса для каждого атрибута сервиса.

Помимо получения от респондента оценок по каждому критерию оценки воспринимаемого качества услуги, дополнительный раздел опросника предлагает потребителю оценить по 100-балльной шкале относительную важность 5 измерений сервиса (при этом сумма оценок должна быть равна 100). Это необходимо для построения взвешенных индексов, более точного анализа результатов и формирования правильного управляющего воздействия с целью повышения качества сервиса.

На основе полученных данных может быть рассчитаны обычные и взвешенные индексы сервисного превосходства и адекватности сервиса.

Для расчёта обычных индексов суммируются все разницы между соответствующими оценками уровня сервиса, данными потребителем:

- для определения индекса качества MSS – разница между желаемым уровнем качества сервиса и уровнем собственного восприятия качества сервиса;
- для определения индекса качества MSA – разница между минимальным уровнем качества сервиса и уровнем собственного восприятия качества сервиса.

Соответственно, взвешенные индексы рассчитываются на основе присвоенных весов, в качестве которых выступает важность измерений сервиса, указываемая респондентами в соответствующем разделе анкеты.

Метод SERVQUAL получил большое распространение в виду простоты и наглядности. Однако использование разниц между ожиданиями потребителей и их восприятием (так называемый «дифференциальный подход») при оценке качества сервиса снижает достоверность полученных данных ввиду психометрических свойств измерения (взаимное влияние последовательно измеряемых показателей). Это послужило причиной разработки новых методов.

Метод SERV (service) и PERF (performance) был разработан на основе метода SERVQUAL. Метод позволяет избежать негативного воздействия дифференциального подхода на достоверность данных, полученных в результате применения метода. Для этого из процедуры измерения качества сервиса исключена стадия измерения ожиданий потребителей. Другими словами, метод SERVPERF измеряет только восприятие потребителем качества оказанного сервиса.

При использовании метода, как и в методе SERVQUAL возможен расчёт как обычного интегрального показателя качества (индекса), так и взвешенного при условии включения в обследование необходимости ранжирования потребителем атрибутов сервиса по важности.

Метод IND (industrial) и SERV (service) был разработан с целью решения проблемы, которая была выявлена при использовании методов SERVQUAL и SERVPERF. Использование данных методов позволило сделать вывод о том, что при использовании этих методов учитывается в основном персональное восприятие качества сервиса, а не оценка со стороны компании-потребителя.

В основу метода положены два подхода к исследованию воспринятого потребителем качества сервиса:

- Рассмотрение воспринятого качества сервиса как конечного и независимого показателя.
- Рассмотрение воспринятого качества сервиса как многоуровневого (иерархического) показателя. Метод, аналогично методу SERVQUAL, основан на опросе потребителей, но при этом используются иные характеристики качества сервиса, а именно:
 - потенциальное качество;
 - жёсткое качество процесса;
 - мягкое качество процесса;
 - финальное качество.

Метод INDSERV позволяет рассчитывать индекс качества сервиса (простой и взвешенный), при условии включения в опросник необходимости ранжирования потребителем показателей по степени важности.

Метод Кано основан на проведении опроса, но набор характеристик качества сервиса не predetermined, а формируется в процессе самого опроса.

Учитывая тот факт, что потребности клиента могут быть классифицированы путем разработки опросника, Кано предложил классифицировать все характеристики любого сервиса (товара, услуги) по одной из 6 категорий:

1. Привлекательная (A – attractive).
2. Обязательная (M – must be).
3. Линейная (O – one-dimensional).
4. Безразличная (I – indifferent).
5. Обратная (R – reversal).
6. Спорная (Q – questionable).

При разработке опросника определяются характеристики продукта, относительно которых фирма, оказывающая услугу, хочет получить информацию от клиента. По каждой из них составляется пара вопросов, которые формулируются на основе полярных точек зрения: максимальная функциональность (присутствие характеристики в полном объёме) и полная нефункциональность (полное отсутствие характеристики у продукта). Для оценки используется шкала Лайкерта с пятью интервалами от «Полностью не нравится» до «Нравится полностью», на основе которой респонденты оценивают каждую пару вопросов.

После получения оценок респондентов исследователь использует специальную оценочную таблицу для определения категории, к которой потребитель – респондент относит ту или иную характеристику продукта.

Таблица 1

Общая таблица характеристик продукта по методу Н. Кано

Требования потребителей		Нефункциональные				
		1. Нравится полностью	2. Это нужно	3. Не важно	4. Терпимо	5. Полностью не нравится
Функциональные	1. Нравится полностью.	Q	A	A	A	0
	2. Это нужно.	R	1	1	1	M
	3. Не важно.	R	1	1	1	M
	4. Терпимо.	R	1	1	R	M
	5. Полностью не нравится.	R	R	R	R	Q

Далее по всем характеристикам продукта формируется общая таблица, в которую вносится информация о выбранных категориях характеристик каждого респондента, представленная на таблице 1.

Определяется общая категория каждой характеристики на основе частоты тех или иных категорий в ответах респондентов. В результате рассмотренных выше методов нами разработана сводная таблица для получения наглядной картины по всем вышеизложенным методам (табл. 2)

Проведенный анализ основных методов оценки качества услуг позволяет сделать определенный вывод. По нашему мнению наиболее целесообразным методом для оценки качества уровня сервиса в российских аэропортах может служить метод японского ученого Норияки Кано. При использовании метода Н. Кано следует проводить регулярный сбор информации непосредственно от потребителя с учетом мирового опыта

Сводная таблица рассмотренных методов оценки качества

Название метода	Суть метода
Метод Критических случаев	В основе метода лежит непосредственный контакт потребителя с поставщиком услуги
Метод SERQUAL	В основе метода лежит оценка респондента от оказанного сервиса своим ожиданиям и своему восприятию
Метод SERVPERF	В основе метода лежит оценка воспринимаемого потребителем качества оказанного сервиса
Метод INDSERV	В основу метода положены 2 подхода к исследованию воспринимаемого потребителем качества сервиса: 1) Воспринимаемое качество – конечный и независимый показатель 2) Воспринимаемое качество – многоуровневый (иерархический) показатель
Метод Кано	Метод основан на формировании набора характеристик качества сервиса в процессе самого опроса потребителя

предоставления сервиса для выявления его требований от услуги и нахождении недостатков при их оказании. Также мы не можем не согласиться с мнением экспертов агентства «АвиаПорт» о необходимости перенятия мирового опыта в обслуживании пассажиров. В России эталонными аэропортами по уровню качества сервиса являются аэропорты Московского авиаузла (Шереметьево, Домодедово, Внуково), которые сотрудничают с крупнейшими аэропортами Европы и Мира и ориентируются на их накопленный опыт в вопросах предоставления высокого уровня качества. В связи с вышеизложенным, главной задачей для развития и повышения уровня качества в региональных российских аэропортах мы видим в разработке системы «Центр-Регионы».

Используемые источники

1. К. Лавлок. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. – 4-е изд. / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.
2. Хилл Н., Брайерли Дж., Мак-Дуголл Р. Как измерить удовлетворенность клиентов / Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 176 с.
3. Концепция развития аэродромной (аэропортовой) сети Российской Федерации на период до 2020 года.
4. www.aviaport.ru.

Федорова И. Ю.

*доцент, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Государственные и муниципальные финансы»,
ФГОБУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
e-mail: fedorovaiu1@gmail.com*

Модель оптимизации доходов общеобразовательных организаций в новых условиях финансирования

В статье дается характеристика изменений системы финансирования образовательных услуг в направлении повышения эффективности использования государственных финансовых ресурсов.

Представлена организационно-функциональная модель финансового обеспечения и оптимизации доходов автономных образовательных организаций, являющихся наиболее эффективными государственными хозяйствующими субъектами в данной сфере. В разработанной автором модели рассмотрены направления оптимизации механизма финансирования под воздействием государственных и рыночных регуляторов.

Ключевые слова: *система образования, финансы образовательных организаций, максимизация доходов, повышение эффективности механизма финансирования, достижение наибольшего социально-экономического эффекта.*

Fedorova I. Yu.

*associate professor, PhD (Economics),
associate professor «State and municipal finance» department,
FGOBU VPO «Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Model of optimization of the income of the general education organizations in new financing terms

In article the characteristic of the changes in the financing system of educational services in the direction of increase the efficiency of use the state financial resources is given.

The organizational and functional model of financial security and optimization of the income of the autonomous educational organizations which are the most effective state managing subjects in this sphere is presented. In the model developed by the author the directions of optimization of a funding mechanism under the influence of the state and market regulators are considered.

Keywords: *education system, finance of the educational organizations, maximizing income, increase of efficiency of a funding mechanism, achievement of the greatest social and economic effect.*

Наиболее острой, социально значимой и обсуждаемой темой является реформирование системы образования России, включающее, в

том числе, изменение механизма финансирования образовательных услуг. основополагающий принцип в современных условиях – бюджетирование, ориентированное на результат, который дает возможность обеспечить взаимосвязь между выделяемыми бюджетными ресурсами и ожидаемыми результатами от их использования¹.

Особое место финансов образовательных организаций в финансовой системе определяется тем положением, которое они занимают в обеспечении функций государства. На объем финансирования образовательных услуг влияют различные факторы, которые учитывают конкретные условия, специфику организации и функционирования организаций в системе образования России².

С учетом особенности механизма финансирования и формирования дохода образовательных организаций применяются следующие виды классификации: 1) в зависимости от механизма финансирования государственные образовательные организации подразделяются на типы, включающие казенные, бюджетные и автономные учреждения; 2) по источникам финансирования государственные образовательные организации могут быть разделены на организации: оказывающие платные услуги физическим и юридическим лицам и, соответственно, имеющие собственные источники средств (в системе образования это бюджетные и автономные образовательные организации)³; не оказывающие платные услуги физическим и юридическим лицам и, соответственно, не имеющие собственных источников средств.

Основные принципы организации финансов государственных бюджетных и автономных образовательных организаций включают:

- получение максимального эффекта при минимуме затрат;
- целевое использование выделенных и самостоятельно заработанных средств;
- разграничение в учете бюджетного финансирования и самостоятельно заработанных средств;
- бюджетный иммунитет.

¹ Fedorova I.J., Dudin M.N., Prokof'ev M.N., Frygin A.V. The world experience of transformation of innovative approaches to assurance of financial stability of social economic systems // Life Science Journal. – 2014. – Vol 11, № 9. – P. 370–373.

² Федорова И.Ю., Елистратова Е.Ю. Совершенствование механизма финансирования и повышение эффективности расходов в системе образования // Финансовый журнал. – 2012. – № 1. – С. 149–159.

³ Федеральный закон от 08.05.2010 г. № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» // СЗ РФ. – 2010. – № 19.

К особенностям финансового обеспечения бюджетных и автономных организаций относятся:

- наличие тесной взаимосвязи с бюджетом, из которого финансируется основная часть их расходов, что говорит о более тесной взаимозависимости их и общественных (централизованных) финансов, чем всех других звеньев финансовой системы;
- бюджетные и автономные образовательные организации могут предоставлять платные услуги в соответствии с направлением их уставной деятельности и в этом случае формируют часть своих финансовых ресурсов за счет самостоятельно заработанных дополнительно доходов.
- отсутствие самостоятельности в расходовании средств ввиду осуществления жесткого контроля со стороны государственного распорядителя бюджетных средств за экономным и рациональным расходованием бюджетных средств.

Наибольшая степень самостоятельности и возможности привлечения разнообразных источников внебюджетного финансирования принадлежит организациям автономного типа. Практически это полукommerческие образовательные организации, т.е. организации «переходного» типа, которые осуществляют свою хозяйственную деятельность строго в соответствии с уставными целями, но имеют возможность привлечения более широкого спектра внебюджетных источников. Они включают заемные средства, доходы по ценным бумагам, доходы от использования имущества, доходы, получаемые от созданных хозяйственных организаций, от финансирования проектов в форме государственно-частного партнерства и др.

Все это позволяет отнести государственные автономные образовательные организации к хозяйствующим субъектам, определив их статус как «переходный» к коммерческому типу организаций и характеризовать их как наиболее эффективный тип образовательной организации.

Возможность оказания платных услуг образовательными организациями и соответственно получать дополнительно доходы должны определяться с учетом наличия материальной базы, численности и квалификации профессорско-преподавательского состава, спроса на образовательные услуги. В настоящий момент образовательные организации самостоятельно утверждают размер платы за предоставляемые ими услуги, которая должна определяться на основе экономически обоснованных затрат, необходимых на оказание той или иной услуги, с учетом требований к качеству образовательных услуг и конъюнктуры рынка.

Цены на платные услуги формируются учредителем и могут устанавливаться самой образовательной организацией на основании утвержденного учредителем порядка в соответствии с действующим законодательством. Стоимость услуг должна определяться с учетом себестоимости услуги и необходимого уровня рентабельности, определяемой по результатам оценки стоимости аналогичных услуг на рынке.

Платные услуги должны оказываться на тех же условиях, что и бесплатные, т.е. должны соблюдаться требования к качеству оказания государственных услуг, утвержденные законодательством Российской Федерации. Для этого необходимо завершить работу по созданию стандартов качества на образовательные услуги по уровням образования, видам образовательных услуг с учетом региональных особенностей организации в системе образования России. Платные перечни услуг, формируемые образовательными организациями, условия предоставления услуг и их стоимость необходимо размещать на официальном сайте образовательной организации и учредителя.

На отдельные платные услуги, оказание которых носит разовый характер, плата может определяться на основе стоимости нормо-часа, норм времени, разовой калькуляции затрат, согласованной с заказчиком, или на основе рыночной стоимости. При этом размер платы за оказание услуги не может быть ниже финансового обеспечения аналогичной услуги, оказываемой в рамках государственного задания.

В настоящее время в условиях осуществляемой в стране кардинальной бюджетной реформы проводится соответствующая работа по созданию эффективного финансового механизма управления в данной сфере, но проблем возникает достаточно ⁴. Одной из наиболее существенных проблем является необходимость повышения эффективности бюджетных расходов. Для успешной реализации новой модели финансирования образовательных услуг необходимо на практике достичь интеграции двух методов: нормативно-подушевого финансирования и выделения субсидий на государственное задание по предоставлению образовательных услуг.

Для оценки степени достижения поставленных целей должны быть разработаны: перечни образовательных услуг, методологические рекомендации, стандарты качества с учетом нормативного подхода, комп-

⁴ Федорова И.Ю. Механизм управления финансами некоммерческих образовательных организаций // Ученые записки: «Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России. Сборник научных трудов». Выпуск XXXV. – М.: Российская академия предпринимательства, 2013.

лексные оценочные критерии и индикаторы результативности и прочие нормативы, на основе которых возможно оценить уровень оказанной услуги, осуществлять учет потребностей в их предоставлении и формировать расходы бюджетов на общее и профессиональное образование. С учетом этого должно формироваться государственное задание. Для практической адаптации теоретических научных разработок необходимо согласование действий органов власти и государственных распорядителей бюджетных средств на федеральном и региональном уровнях.

Одной из основных проблем оценки эффективности использования бюджетных средств является отсутствие единой методики оценки. В различных законодательных актах нет единых критериев и принципов оценки эффективности. В настоящий период можно выделить два основных подхода ее оценки: академический и программный.

Академический подход использует расширенное представление об эффективности расходов, в основу которого положен принцип их целевого использования и постатейного учета, при этом игнорируются отдельные, казалось бы, незначительные факторы, например какой конкретный получен результат и учтена ли необходимость и целесообразность расходования средств в этом направлении. Программный подход оценивает результативность работы органов государственной власти в выбранной сфере деятельности, имея в виду достижение конечного результата в соответствии с поставленной ранее целью.

По мнению автора, для полноценного мониторинга эффективности расходования следует применять программный подход. Например, при проведении анализа эффективности расходования финансовых средств в системах общего и профессионального образования можно использовать следующие данные: 1) количество получивших работу выпускников; 2) обеспеченность профессиональными образовательными организациями на тысячу жителей в регионе; 3) данные независимой проверки уровня знаний обучающихся и др.

Для оценки результативности работы образовательных организаций может рассчитываться коэффициент эффективности использования бюджетных средств для каждой образовательной организации одного типа по следующей формуле:

$$K = \frac{Рез}{Р}$$

где: К – коэффициент эффективности использования средств бюджета;
Рез – показатель результативности деятельности за период, предшествующий отчетному финансовому году. Он может быть выражен в

натуральных или стоимостных единицах измерения в зависимости от того, какой результат должен быть достигнут образовательной организацией в соответствии с поставленной ранее целью;

Р – объем расходов года, предшествующего отчетному финансовому году (руб.).

Таким образом, коэффициент эффективности определяется по каждому государственному заданию индивидуально государственным распорядителем бюджетных средств, учитывает специфику направления расходования и может отражать динамику с учетом временного аспекта.

На основе полученных оценочных коэффициентов воздействия государственных регуляторов предлагается разделить образовательные организации на эффективно и неэффективно расходующие бюджетные средства, а затем вычислить долю неэффективных расходов с целью дальнейшей их оптимизации. Итогом проделанной работы является сводный отчет. Результаты оценки должны передаваться в орган, ответственный за планирование бюджетных расходов на очередной финансовый год.

В качестве оценочного критерия воздействия рыночных регуляторов предлагается ввести коэффициент соотношения объема использованных бюджетных финансовых ресурсов на выполнение государственного задания и объема средств, полученных от приносящей доход деятельности. Учитывается то, что основной задачей образовательных организаций является выполнение государственного задания, финансируемого государством в форме субсидии, а иные источники финансирования являются дополнительными необходимо соблюдать соотношение бесплатных для потребителей образовательных услуг и услуг, предоставляемых на платной основе, что должно строго контролироваться государством.

В качестве одного из ключевых критериев оценки финансовой устойчивости автономной образовательной организации предлагается использовать коэффициент соотношения заёмных и собственных средств. Оценочный критерий отражает наиболее общую оценку финансовой устойчивости и определяет соотношение бюджетных и прочих привлечённых средств, приходящихся на каждую единицу собственных средств, полученных от приносящей доход деятельности. Данный критерий предполагается адаптировать для использования бюджетными и автономными образовательными организациями.

Одним из главных показателей качества должен стать индикатор качества управления финансами.

С учетом выявленной ранее необходимости принципиально нового подхода к формированию экономических отношений в системе финансирования образовательных услуг государственными организациями и выявленных в ходе анализа проблем была разработана и предложена модель финансового обеспечения государственных образовательных услуг автономных образовательных организаций, включающая подсистемы: организационно-правового, организационно-управленческого обеспечения и функциональную подсистему (рисунок 1). В каждой из подсистем возникает спектр отношений хозяйствующих субъектов по поводу финансового обеспечения государственных образовательных услуг. В каждой из них выделены методы и определены наиболее эффективные инструменты воздействия.

Особого внимания заслуживает функциональная подсистема финансового обеспечения образовательных услуг, в которой выделены две области финансирования обязательств организаций в соответствии с видом оказываемых услуг и их источниками финансирования. В зависимости от возможных направлений совершенствования процесса финансового обеспечения образовательных услуг выделены области оптимизации под воздействием государственных и рыночных регуляторов. Этот подход нашел отражение при разработке модели оптимизации доходов общеобразовательных организаций в новых условиях финансирования с целью повышения эффективности их деятельности.

Возможные области оптимизации включают: максимизацию дохода организаций от расширения дополнительных источников финансирования под воздействием рыночных инструментов; минимизацию расходов по обеспечению финансовых обязательств организаций по оказанию государственных образовательных услуг.

Установлено, что процесс оптимизации использования финансовых активов может осуществляться в результате воздействия государственных и рыночных инструментов. Использование государственных инструментов приводит к экономии бюджетных средств. Воздействие рыночных инструментов способствует расширению процесса коммерциализации образовательных услуг с учетом требований рынка.

Таким образом, наблюдается комплексное воздействие государственных и рыночных регуляторов на финансовый механизм с целью максимизации доходов и минимизации расходов путем их оптимизации. Это способствует расширению сферы деятельности и повышению конкурентоспособности организаций и оказываемых ими услуг ⁵. Предло-

⁵ Балабанова А.В., Усенко Е.Д. Усиление социальной компоненты в механизме адаптации экономики к фазам цикла // Путеводитель предпринимателя. – 2011. – № 12. – С. 48–60.

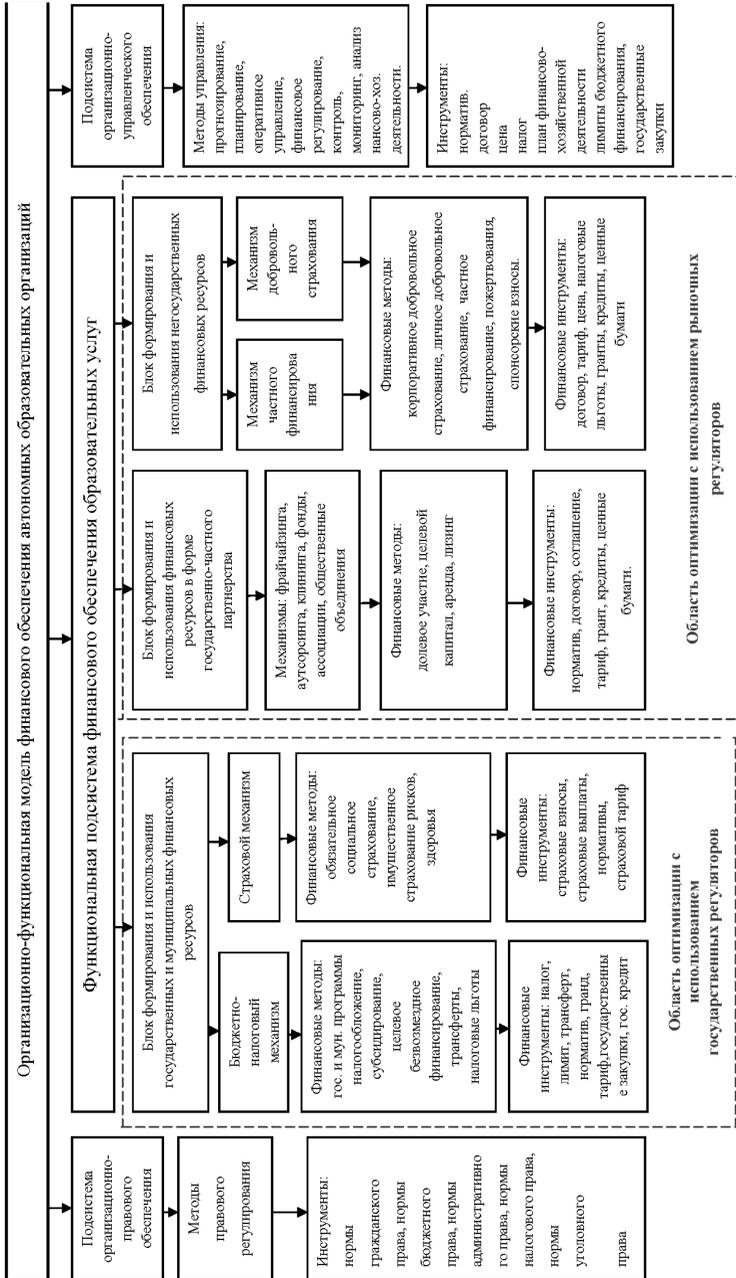


Рис. 1. Организационно-функциональная модель финансового обеспечения образовательных услуг государственных и муниципальных автономных организаций

женные методы и инструменты позволяют оптимизировать процесс финансового обеспечения деятельности автономных образовательных организаций. Модель оптимизации в механизме финансового обеспечения услуг автономных образовательных организаций при воздействии государственных и рыночных регуляторов и выявленные возможные области оптимизации доходов и расходов в механизме финансирования образовательных услуг представлены на рисунке 2.

Особо актуальным, по мнению автора, является стремление государства осуществлять активный поиск дополнительных источников финансирования социальных проектов, возможных вариантов финансирования с учетом наиболее рационального использования бюджетных средств на эти цели при обеспечении сочетания интересов бизнеса и государства. В качестве такого инструмента на первый план выдвигается государственно-частное партнерство (ГЧП).

Развитие института ГЧП в образовании способно привлечь значительные внебюджетные средства как на строительство и реконструкцию объектов, так и на расширение спектра оказываемых образовательных услуг и повышение их конкурентоспособности. Это новый подход к решению проблем финансирования образовательных услуг, наращиванию доходов образовательных организаций и развитию образовательной отрасли в целом.

Регулирование финансовых отношений в ходе реализации образовательных проектов в форме государственно-частного партнерства проходит следующие стадии:

- согласование интересов, определение модели государственно-частного партнерства;
- выделение под строительство образовательной инфраструктуры земельных участков на безвозмездной основе со стороны государства;
- инвестиции в строительство объектов спортивной инфраструктуры со стороны бизнеса, со стороны государства и бизнеса на долевых началах;
- гражданско-правовое регулирование финансовых отношений путем заключения договоров государственно-частного партнерства между государством и бизнесом;
- получение социально-экономической выгоды государством в результате совместной реализации проектов на основе договора государственно-частного партнерства в форме социального эффекта и экономии бюджетных средств;

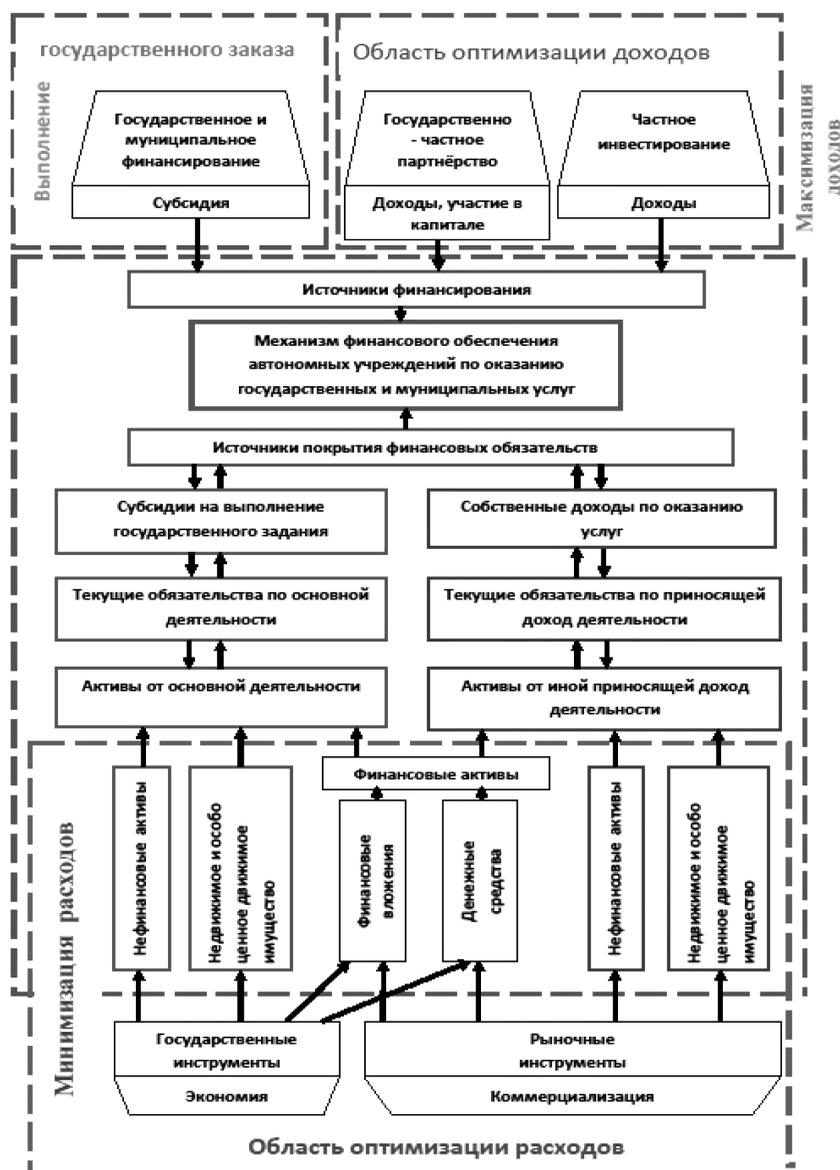


Рис. 2. Модель оптимизации механизма финансового обеспечения услуг автономных образовательных организаций⁶

⁶ Разработано автором.

- получение экономической выгоды бизнесом от участия в ГЧП в форме прибыли и экономии материальных ресурсов в результате использования государственного имущества на льготных началах и возможности прогнозирования устойчивого роста и конкурентоспособности организации в результате комплексного использования государственных и рыночных инструментов.

Автором предложены возможные схемы государственно-частного партнерства в сфере образования на государственном уровне, представленные на рисунке 3.

Модель ГЧП может строиться между партнерами с учетом приоритетности их интересов и имеющихся возможностей.

Предложенная автором первая модель взаимодействия основывается на механизме сотрудничества государства с частными образовательными организациями: государство предоставляет организации имущество, а организация инвестирует образовательный процесс. Технологическое и кадровое обеспечение осуществляются обоими партнерами. Полученный в результате доход в форме прибыли получает бизнес. Государство имеет возможность обучать и повышать квалификацию граждан на бесплатной для них основе, т.е. налицо социальный эффект от партнерства.

Вторая модель ГЧП предполагает совместное инвестирование государством и бизнесом в крупные социально значимые образовательные проекты и, как следствие, возможность: 1) создания дочерних хозяйственных структур для практической реализации результата совместно разработанного интеллектуального продукта с последующим реинвестированием дохода в расширение совместного проекта; 2) увеличение капитализации в рамках существующего процесса; 3) акционирование последующей совместной деятельности. Налицо возможность получения экономического и социально значимого эффектов.

Реализация предлагаемого механизма государственно-частного партнерства позволяет повысить эффективность: взаимодействия государства и бизнеса в рамках развития образовательных услуг; использования государственных ресурсов (экономия бюджетных средств на ремонт и строительство объектов инфраструктуры); исполнения государственных полномочий по развитию системы образования, а также увеличения числа образовательных организаций, реализующих виды дефицитных на данный момент образовательных услуг, в том числе, для малообеспеченных категорий граждан и в целом способствует увеличению финансовых вложений в образовательную отрасль.

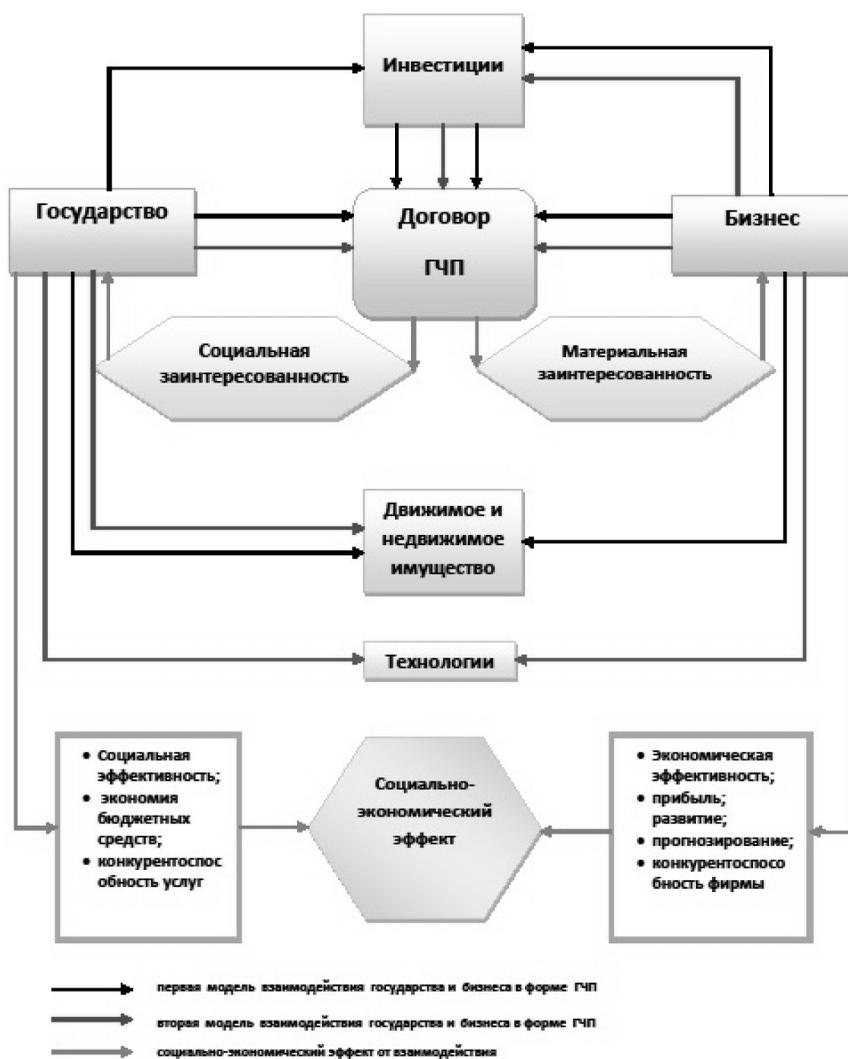


Рис. 3. Возможные варианты реализации проектов в форме государственно-частного партнерства в сфере экономики знаний ⁷

⁷ Разработано автором.

Реализация взаимодействия в форме ГЧП способствует созданию благоприятной конкурентной среды и реализации мероприятий по развитию конкуренции, включающие:

- мероприятия по устранению административных барьеров (разработка и внедрение стандартов на образовательные услуги, предоставляемые населению);
- создание реестра коммерческих и некоммерческих образовательных организаций);
- обеспечение информационной открытости (публикация основных процедур и результатов деятельности);
- мероприятия по устранению инфраструктурных барьеров и ограничений (развитие аукционных форм торговли, в том числе на электронных площадках).

Таким образом, необходимо продолжить практическое совершенствование механизма финансового обеспечения образовательных услуг и использования форм ГЧП.

Следовательно, совершенствование механизма финансирования образовательных услуг возможно на основе оценки эффективности и результативности параметров, воздействующих на результат. Для организаций, оказывающих услуги результатом является максимизация доходов. Основным источником их формирования являются и остаются бюджетные средства на выполнение государственного задания. В условиях конкурентных рыночных отношений возникает необходимость наращивания иных источников.

Этим подтверждается перспективность применения модели оптимизации механизма финансового обеспечения образовательных услуг в направлении совершенствования механизма финансирования, обосновывается концептуальная основа обеспечения конкурентоспособности образовательных услуг за счет воздействия рыночных регуляторов при неизменной сохраняющейся финансовой поддержке образовательной отрасли со стороны государства. Особо подчеркивается значимость оптимизации области доходов в первую очередь за счет дополнительного наращивания объемов платных услуг с более интенсивным использованием рыночных методов и инструментов в условиях конкурентной среды.

Модернизация системы образования в Российской Федерации направлена на обеспечение его доступности, повышение качества образовательных услуг и повышение эффективности использования финансовых ресурсов. Реализации этих целей способствует формирование системы финансового обеспечения из разных источников и

возможности применения более широкого набора современных методов и инструментов.

Модернизация финансового механизма способствует более рациональному распределению бюджетных средств, выявлению неэффективных расходов и совершенствованию организационно-управленческого механизма финансового обеспечения образовательных услуг, что одинаково важно для государства, образовательных организаций и граждан.

В целом модель ориентирована на достижение качественного результата и позволяет создать более эффективный механизм финансирования образовательных услуг.

Используемые источники

1. Федеральный закон от 08.05.2010 г. № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» // СЗ РФ. – 2010. – № 19.
2. Балабанова А.В., Усенко Е.Д. Усиление социальной компоненты в механизме адаптации экономики к фазам цикла // Путеводитель предпринимателя. – 2011. – № 12. – С. 48–60.
3. Балабанов В.С., Кириллов В.Н., Юлдашев Р.Т. Методика преподавания экономических дисциплин. – М.: АНК ИЛ, 2000.
4. Балабанова А.В., Шкарин А.Ю. Предпринимательские аспекты образовательной деятельности // Путеводитель предпринимателя. – 2014. – № 21. – С. 23–29.
5. Федорова И.Ю., Елистратова Е.Ю. Совершенствование механизма финансирования и повышение эффективности расходов в системе образования // Финансовый журнал. – 2012. – № 1. – С. 149–159.
6. Fedorova I.J., Dudin M.N., Prokof'ev M.N., Frygin A.V. The world experience of transformation of innovative approaches to assurance of financial stability of social economic systems // Life Science Journal. – 2014. – Vol 11, № 9. – P. 370–373.
7. Федорова И.Ю. Механизм управления финансами некоммерческих образовательных организаций // Ученые записки: «Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России. Сборник научных трудов». Выпуск XXXV. – М.: Российская академия предпринимательства, 2013.

Хвостов Д. А.
*аспирант кафедры «Менеджмент
и информационные технологии в экономике»,
ФГБОУ ВПО «Национальный исследовательский
университет «МЭИ», филиал (г. Смоленск)
e-mail: tatjank@yandex.ru*

Особенности управления инновациями на предприятиях строительных материалов

Обоснована необходимость реализации комплексного подхода к управлению энергосберегающими инновациями в инновационно-инвестиционно-строительном комплексе. Разработан организационный механизм реализации инноваций на предприятиях строительных материалов.

Ключевые слова: *инновационно-инвестиционно-строительный комплекс, цепь ресурсоэнергопотребления в строительной сфере.*

Hvostov D. A.
*postgraduate student, the Branch of National Research University
«Moscow Power Engineering Institute» in Smolensk*

Features of innovation management at the enterprises of building materials

The need for an integrated approach to the management of energy-saving innovations in innovation-investment-building complex is justified. Organizational mechanism for implementing innovations in enterprises of building materials is developed.

Keywords: *innovation and investment-building complex chain resursoenergopotrebleniya in the construction industry.*

В настоящее время развитие инвестиционно-строительного комплекса, в состав которого включают строительные и проектные организации, предприятия строительных материалов, а также инвестиционные компании, учитывая его значительный потенциал, можно рассматривать как один из возможных факторов повышения конкурентоспособности экономики Российской Федерации в целом¹.

Однако современные предприятия строительных материалов, как важнейший элемент инвестиционно-строительного комплекса, характеризуются низким уровнем технологического развития, значительной

¹ Дли М.И., Какатунова Т.В. Трехуровневая нечеткая когнитивная модель для анализа процессов инновационного развития региона// Прикладная информатика. – 2013. – № 1. – С. 5–10.

изношенностью производственных фондов, что приводит к их низкой конкурентоспособности. В данной ситуации одним из ключевых инструментов повышения конкурентоспособности предприятий строительных материалов могут стать инновации². В этой связи следует говорить об инновационно-инвестиционно-строительном комплексе, который также может включать вузы, НИИ, малые инновационные предприятия и центры трансфера технологий.

Продукция предприятий строительных материалов является сырьем для строительных компаний и в значительной степени определяет качественные характеристики возводимых зданий и сооружений. Как показывает практика, большая часть потребляемых энергоресурсов связана с отоплением зданий. В связи с этим возникает потребность в разработке и внедрении энергосберегающих инноваций, позволяющих не только сократить издержки при производстве строительных материалов и непосредственно в ходе строительства, но и уменьшить период возведения объектов и объемы потребления энергоресурсов при эксплуатации зданий и сооружений. При этом реализация комплексного подхода к управлению энергосберегающими инновациями на всех предприятиях инновационно-инвестиционно-строительного комплекса позволит строительным компаниям и конечным потребителям зданий и сооружений эффективно реализовать потенциал энергосбережения, заложенный на этапе разработки и производства ресурсоэнергоэффективных строительных материалов. Это может быть достигнуто, с одной стороны, за счет согласования внедряемых инноваций, реализуемых предприятиями строительных материалов и строительными компаниями, а также осуществляемых конечными потребителями, с другой стороны, в результате формирования новых компетенций в сфере энергосбережения у сотрудников организаций строительного комплекса и конечных потребителей³. Учитывая сказанное, следует предложить собственную трактовку понятия «цепи ресурсоэнергопотребления в инновационно-инвестиционно-строительном комплексе», представляющей собой линейно упорядоченное множество организаций и отдельных индивидуумов (домашних хозяйств), последовательно участвующих в процессе ресурсоэнергопотребления и потребляющих энергетические ресурсы, ис-

² Какатунова Т.В. Стратегическое управление региональными инновационными процессами // Путеводитель предпринимателя. – 2011. – №10. – С. 66–71.

³ Дли М.И., Литвинчук Ю.Я., Какатунова Т.В. Роль локальных инновационных процессов авиастроительного предприятия в условиях нестабильности внешней среды // Креативная экономика. – 2009. – № 4. – С. 59–63.

пользуемые для реализации производственных процессов (промышленные потребители) и обеспечения собственных (личных) нужд, связанных производством и использованием строительных материалов и технологий. Понятие «цепи ресурсоэнергопотребления» показывает, что задача энергосбережения является оптимизационной и комплексной, так как, например, звено «производитель энергосберегающих строительных материалов», с одной стороны, должно снижать свои производственные затраты, с другой стороны, уменьшать потребление энергоресурсов при строительстве и эксплуатации зданий и сооружений.

Рассмотрим организационный механизм реализации инноваций на предприятиях строительных материалов, блок-схема которого представлена на рисунке 1. Данный механизм позволяет учитывать возможность формирования «обратной инновационной воронки» при движении к каждому последующему звену цепи ресурсоэнергопотребления инновационно-инвестиционно-строительного комплекса на основе установления взаимосвязи реализуемых инновационных решений на предприятиях строительных материалов и повышения эффективности строительства и эксплуатации возведенных объектов. В этом случае управление инновационной деятельностью должно стремиться к максимальному увеличению количества инновационных идей на стадии генерации, подходящих для коммерциализации в звене «предприятия строительных материалов» цепи ресурсоэнергопотребления, а также их отбору и доработке наиболее перспективных из них с целью расширения инновационных возможностей всех последующих звеньев данной цепи в условиях ограниченности ресурсов.

Предложенный механизм отличается формированием системы отбора и трансфера собственных и заимствованных инноваций, одним из ключевых звеньев которой может стать центр трансфера технологий. Необходимость создания указанной системы обоснована низкой обеспеченностью российских предприятий строительных материалов собственными инновационными разработками, что связано с нехваткой квалифицированного научно-исследовательского персонала.

В качестве основных документов, определяющих особенности импорта инновационных технологий производства строительных материалов, необходимо рассматривать государственные программы, направленные на развитие строительной сферы, и соответствующие государственные стандарты.

Очевидно, что важную роль при отборе инноваций для российского строительного рынка должны играть конечные потребители строительных объектов, требования которых, в первую очередь, связаны с

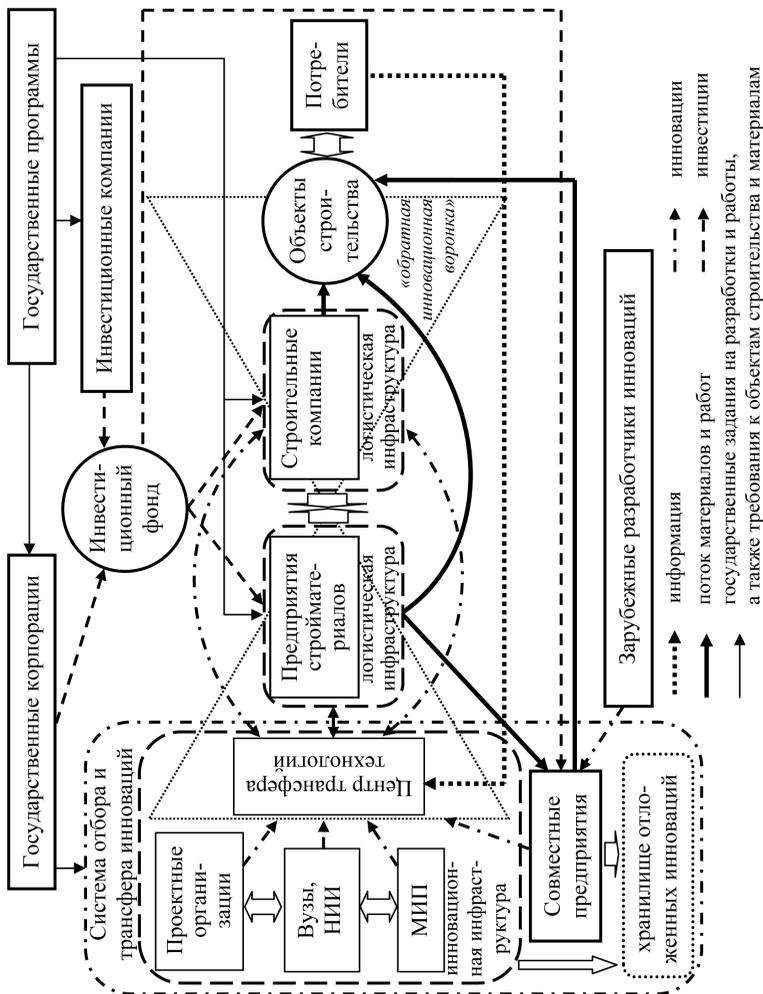


Рис. 1. Блок-схема организационного механизма реализации инноваций на предприятиях строительных материалов

необходимостью сокращения цены приобретения и себестоимости эксплуатации зданий. В случае преобладания инновационных технологий и разработок, требующих существенной адаптации для учета специфики российской строительной сферы, целесообразно создание совместных предприятий, на базе которых будет осуществляться апробация и адаптация инноваций для российского рынка. Заимствование инновационных технологий у зарубежных разработчиков и их адаптация в случае необходимости с целью учета климатических и иных особенностей российских регионов позволят значительно уменьшить сроки реализации инновационных проектов предприятий строительной индустрии.

Масштабность и значимость экономических, социальных и иных эффектов в области решения общегосударственных задач, связанных с повышением рациональности использования топливно-энергетических ресурсов, обуславливает увеличение влияния на процессы разработки и внедрения инноваций в инновационно-инвестиционно-строительном комплексе со стороны государственных корпораций. При этом Госкорпорации совместно со строительными компаниями, предприятиями строительных материалов, и представителями инновационной инфраструктуры будут выполнять госзадания, связанные с разработкой, апробацией и внедрением инноваций в данной области, формулировкой требований к объектам строительства и строительным материалам. Кроме того, Госкорпорации могут взять на себя контроль и координацию инновационных процессов поддержки жилищного строительства, а также определение ключевых направлений инновационной деятельности в данной сфере. Организации инновационной инфраструктуры, в число которых входят образовательные учреждения, отраслевые НИИ, проектные организации, малые инновационные предприятия, созданные с участием сотрудников образовательных и научных учреждений и промышленных предприятий, могут стать основными участниками инновационного процесса в инновационно-инвестиционно-строительном комплексе⁴.

Предложенный механизм предполагает формирование системы аккумуляции инвестиционных ресурсов. В этом случае финансирование инновационных проектов целесообразно осуществлять через специальный инвестиционный фонд, аккумулирующий инвестиционные

⁴ Дли М.И., Литвинчук Ю.Я., Какатунова Т.В. Процедура организации регионального инновационного процесса // Вестник Российской академии естественных наук. — 2009. — № 3. — С. 37–39.

ресурсы инвестиционных компаний, государственных корпораций и других субъектов инновационно-инвестиционно-строительного комплекса и обеспечивающий их рациональное распределение при реализации согласованных инновационных проектов. Реализация предложенного механизма позволит повысить эффективность управления инновационными процессами во всех звеньях цепи ресурсоэнергопотребления в строительной сфере и обеспечит получение нарастающего энергосберегающего эффекта в цепи в целом.

Используемые источники

1. Дли М.И., Какатунова Т.В. Трехуровневая нечеткая когнитивная модель для анализа процессов инновационного развития региона // Прикладная информатика. – 2013. – № 1. – С. 5–10.
2. Какатунова Т.В. Стратегическое управление региональными инновационными процессами // Путеводитель предпринимателя. – 2011. – № 10. – С. 66–71.
3. Дли М.И., Литвинчук Ю.Я., Какатунова Т.В. Роль локальных инновационных процессов авиастроительного предприятия в условиях нестабильности внешней среды // Креативная экономика. – 2009. – № 4. – С. 59–63.
4. Дли М.И., Литвинчук Ю.Я., Какатунова Т.В. Процедура организации регионального инновационного процесса // Вестник Российской Академии естественных наук. – 2009. – № 3. – С. 37–39.

Хромов С. С.
*аспирант кафедры «Биржевое дело и ценные бумаги»,
ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»
e-mail: ssk@fin-lab.org*

Понятие новостного анализа и возможности его применения в биржевых роботах

Статья посвящена вопросам разработки альтернативной и инновационной системы оценки путем использования новостного анализа на основе нейронных систем и возможности его применения для разработки комплексной системы для прогнозов цен на ценные бумаги.

Ключевые слова: *новостной анализ, рынок ценных бумаг, производные ценные инструменты, нейронные сети.*

Khromov S. S.
*postgraduate student of exchange stock and securities department,
Plekhanov Russian University of Economics*

Concept of news analysis and its application in exchange robots

Article is devoted to the development of alternative and innovative evaluation system through the use of news analysis based on neural systems and its application to develop an integrated system for forecasting prices for securities.

Keywords: *news analysis, market securities, derivatives instruments, neural networks.*

Рассмотрим, как появление тех или иных экономических, а так же политических новостей, влияет на цены акций, облигаций, а именно как меняется индекс ММВБ и РТС. Данные исследования легко могут быть перенесены на производные финансовые инструменты, так как их стоимость неразрывно связана с базовым активом, лежащим в их основе, которым в большинстве случаев является пакет из акций или облигаций, что характерно для Российского рынка. Согласно проведенным исследованиям, которые включают анализ показателей рынков России, косвенно отображаемые индексами ММВБ и РТС, и их зависимость на новостные сигналы. Так доходность облигаций показывает самый сильный отклик на изменение процентной ставки рефинансирования, в то время как цены на акции колеблются слабо.

Российские статистические службы, информационные службы при Московской бирже, а так же некоторые частные организации регулярно выдают статистические данные и отчеты о различных эконо-

мических показателях страны. Так стоит учесть, что большое влияние имеют отчеты об экономических показателях развитых стран, как США, Китай, Япония, Индия и т.д. На сегодняшний момент, стоит особенно учитывать мнение международных рейтинговых агентств, чьи рейтинги способны, как значительно снизить, так и повысить цены, и стоит отметить, что не всегда эти рейтинги отражают действительное положение вещей, а могут быть продиктованы исключительно геополитической ситуацией [1]. Все эти новостные сигналы могут значительно повлиять на корректировки цен на финансовых активы, участники рынка могут значительно и быстро пересмотреть свои взгляды текущего состояния экономики и его вероятного будущего развития, что делает анализ информационных потоков один из важнейших входных данных для формирования интеллектуальной системы прогнозирования цен базе нейронных сетей.

Естественно, характер и масштабы реакции рынка будут меняться в зависимости от объявления. Небольшие неожиданные изменения в определенных экономических показателях может быстро и очень значительно изменить цены на активы, пробив пороги сопротивления за несколько месяцев, в то время как ожидаемые изменения других индикаторов могут влиять на рынок значительно в меньшей степени. Более того, в то время как объявления о некоторых экономических показателях влияет на доходность облигаций и обменных курсов, новости о других может главным образом влиять на цены акций.

Эти исследования особенно актуальны в эпоху тотальной компьютеризации, для которой характерна высокая доступность «высокочастотных» данных о цены на активы, которые могут дискредитироваться на одну минуту или даже более короткие промежутки времени[4]. Рассмотрим влияние различных экономических показателей, наблюдаемых по реакции рынка на объявление экономические и политических новостей. В частности, как анонсы тринадцати основных экономических показателей влияют на цены базовых активов — облигации и акции. При этом отводиться большая роль политическим новостям, чьи анонсы могут быть более мощными драйверами для рынка. Под «новости», будем подразумевать неожиданный элемент, или разницу между фактическим значением объявленной информации и данными, которые ожидали участники рынка.

Так же стоит учесть, что у журналистов и репортеров никогда не было, такой большой аудитории, как сейчас. Информацию можно отправить по всему миру, что способствует более высокому распростра-

нению знаний. Новости и доклады, касающиеся фирм доступны для инвесторов в каждый час дня. Однако, хотя есть огромное количество новостей и информации, имеющееся качество информации может быть сомнительной. Низкий уровень докладов, написанных в газетах, может быть связан с отсутствием анализа и экономических знаний, проведенного журналистами. Газеты и большинство СМИ нацелены на обеспечение развлечений и что лучшие репортеры работают в областях развлечений нежеле, чем в таких, как областях юриспруденции, медицины, инвестиций и науки.

Эффект производимы новостными информационными потоками, до сих пор остаются мало изученными и наиболее плотно изучавший эту тему был исследователь Eugene Francis »Gene» Fama, который писал, что есть желание получить полное представление о том, как ожидаемые доходы будут работать в реальном секторе экономики и, как ожидаемая доходность со временем меняется. Пока это желание не будет выполнено, инвесторы будут уверены в том, что нет никакого правдоподобного объяснения. Попытки исследователей не смогли найти объяснения различий при крайней волатильности дохода от фондовых активов и цен на базовые активы. Это дало толчок для исследования связи между чрезвычайными новостями и крайней волатильностью на рынке. Fama установили, что индекс Dow Jones (1897–1988) зависил на 13,7% от экстремальных скачков вверх и на 9,1% от скачков вниз, что показывает, что была небольшая связь между новостями и чрезвычайными новостями.

Рост волатильности, часто ассоциируется с уменьшением цен на акции, что может быть объяснено с точки зрения инвесторов, которые хотят увеличить необходимый уровень доходности в связи с увеличением риска. Однако, когда уровень волатильности падает, возможна слабая реакция цены, которая может быть результатом менее активного освещения в СМИ. Эти данные показывают то, что как уровень сложности возрастает в чувствительности связи на финансовых рынках, отражается на новостных сигналах в сторону увеличения.

Цены акций реагируют в течение часа после того, как раскрывается конкретная информация. Крупные и средние рынки были склонны реагировать на индекс цен производителей в течение примерно 15 минут. Это в значительной степени в результате отсутствия подготовки в первые минуты торгового дня [1].

Другой распространенной формой новостей, которая значительно влияет на цены, на акции является политическая новость. Примером

может быть воздействия на американский рынок акций событий во время второй войны в Персидском заливе. 20 марта 2003 года Соединенные Штаты начали наступление на район где был, как считалось, Саддам Хусейн. Однако за месяц до этого события президент Буш объявил о своем намерении изменить правительство Ирака, но из-за политических препятствий и логистических проблем потребовалось время для подготовки. В этот период времени мир ожидал ближайшей развязки войны, и доллар США ослаб по отношению к евро из-за ожиданий того, что американская экономика ослабнет из-за потенциально дорогой войны. Цены на акции снизились и стали корректироваться постепенно по мере поступления политических новостей. Во время войны ожидания скорого падения Саддама привели к тому, что доллар США укрепился по отношению к евро, а цены на нефть снизились.

Инвесторы интерпретировали новости о войне по-разному по сравнению с до и после начала войны. Во время довоенного периода рост ожиданий падения Саддама означало, что вероятность войны была больше и, следовательно, будет стоить американской экономике значительных вложений. Однако во время войны ожидание падения Саддама дало инвесторам надежду, что война скоро закончится, и поэтому будет менее дорогостоящей для американской экономики, в результате чего цены на нефть снизились, и появилось чувство большей безопасности на территории Соединенных Штатов Америки.

Цены акций постепенно и соответственно реагируют на политические новости. Так стоит отметить, что количество внимания, которое уделяет СМИ той или иной проблеме, пропорционально силе влияния на цены акций [2].

Можно дать объяснение, что опубликованные различные типы новостей или информации, вызывает различные типы поведения. Это означает, что способ, которым анонсируются новости, и тип новостей влияет на действия инвесторов по-разному. Типичное поведение менеджера, это скрыть плохие новости, пока они не накопятся до определенного уровня, но мгновенно разглашать хорошие новости для инвесторов. Следовательно, реакция инвесторов более острая, когда появляются плохие новости по сравнению с появлением хороших новостей.

Это подтверждается при анализе волатильности цен акций в отношении «хорошие» и «плохие» новости, что даже при наличии стимула облегчения судебного риска, управляющие, скорее всего, отложат оглашение плохих новостей для инвесторов.

Хотя частная информация существует, все равно у менеджеров есть возможность, выдать информацию по собственному желанию. Таким образом, выявляется некоторая асимметрия между информацией, которая появляется у управляющих и инвесторов. Менеджеры могут решить оглашать или скрывать личную информацию, которой они располагают. Один из основных выводов заключается в том, что за счет быстрого анонсирования хороших или плохих новостей, которые были ранее частными, возникает домино-эффект, минимизирующий асимметрию информации, что в свою очередь приводит к сокращению «неблагоприятного» выбора спреда.

Это теоретически увеличивает рыночную стоимость компании, так как стоимость капитала снижается. Менеджеры могут выбрать, анонсировать хорошие либо плохие известие, как средство повышения стоимости своих собственных опционов или акций. Было обнаружено, что менеджеры раскрывают позитивные новости, прежде чем повышать заем внешних средств [2].

Элемент неожиданности — это опыт, который инвесторы связывают с восторгом. Анализируя эту интересную связь между тем, как клиенты обычно показывают эмоции восторга, когда удивляются, можно сделать вывод, что это приводит к более высокому уровню удовлетворенности клиентов. Клиенты, которые удивлены, испытывают более высокий уровень удовлетворенности и неудовлетворенности, чем клиенты, которые не удивлены. Эта практика было применено специально для сделки по удовлетворения клиентов, а не по отношению к инвесторам на фондовом рынке [3]. Это показывает, что предприятия могут использовать удивление, применимо к своим клиентам, в качестве мощного маркетингового инструмента.

Однако есть также негативные последствия, если происходят регулярные сюрпризы, давая клиентам новую надежду. Это во многом относится и к тому, как корпорации раскрывают свои прогнозы на следующий квартал и каким образом инвесторы ожидают прогнозов аналитиков с точки зрения того, как они должны быть выполнены. Если корпорации может снизить эффект неожиданности от более низкой прибыли, то волатильность может быть уменьшена.

Однако, если прогнозы постоянно опровергаются, инвесторы скорректируют свои ожидания и больше не будут удивляться показателям корпорации. Поэтому, хотя первоначальное удивление будет увеличивать или уменьшать степень удовлетворенности клиентов кажется, более подходящим для корпорации раскрывать информацию более рано.

Исходя из вышеприведенного анализа, можно сделать вывод о том, что современные компьютерные технологии до сих пор не используют в своих аналитических алгоритмах методы, используемые при новостном анализе. Сейчас в разрезе сразу нескольких наук, таких как математика, кибернетика, психология и экономика, остро стоит вопрос о качественном скачке в методах анализа информации. Наиболее эффективными методами являются попытки смоделировать работу мозга, так как до сих пор возможности мозга стоят на недостижимом уровне для вычислительных машин. Новостной анализ как раз лежит в разделе традиционно анализируемого человеком. Большое количество задач сейчас выполняются компьютерам. При этом все алгоритмы, используемые в анализе данных, используют технический анализ. В то же время важнейшая из этих задач – новостной анализ, приводящие к нетривиальным решениям, до сих пор не используется в компьютерных технологиях. Алгоритмы проведения новостного анализа стали крайне актуальны и необходимы для комплексного прогноза торговыми роботами с целью увеличения их эффективности.

Используемые источники

1. Отчеты и статистика биржевого холдинга ООО «Московская биржа» – mscx.ru.
2. Элдер А. Как играть и выигрывать на бирже / Пер. с англ. М. Волковой, А. Волкова. – М.: Крон-Пресс, 1996. – 336 с.
3. Сорос Дж. Алхимия финансов / Пер. с англ. Аристова Т.С. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 416 с.
4. Меладзе В. Курс технического анализа. – М.: Серебряные нити, 1997. – 272 с.

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Бариев А. Р.

аспирант ИСГЗ

e-mail: www.borya2007@mail.ru

Малый бизнес: проблемы и пути решения

В статье рассмотрены проблемы малого бизнеса и пути их решения для Республики Татарстан.

Ключевые слова: *малый бизнес, проблемы, решения, Республика Татарстан.*

Bariev A. R.

postgraduate student, ISGK

Small business: problems and solutions

Article considers the problems of small business and their solutions for the Republic of Tatarstan.

Keywords: *small business, problems, solutions, the Republic of Tatarstan.*

Развитие малого бизнеса является одним из решающих условий становления здоровой рыночной экономики страны. Вопросы развития малого предпринимательства не перестают быть актуальными для России уже 20 лет. И на каждом этапе развития нашей страны малый бизнес играет свою особую роль: насыщение рынка товарами, создание конкурентной среды, обеспечение занятости, повышение уровня жизни населения, структурные сдвиги в экономике. Тем не менее, малое предпринимательство, как особый сектор рыночной экономики России, еще не сформировался, а значит, фактически не используется и его потенциал.

Государственная поддержка малого предпринимательства в России позволила обеспечить поступательное развитие сектора малого предпринимательства в стране. Вместе с тем, для ускорения развития малого предпринимательства, обеспечения его устойчивости и увеличения вклада в социально-экономическое развитие Российской Федерации необходимо устранение имеющих место недостатков в системе государственной поддержки малого бизнеса. Для реализации политики государственной поддержки предпринимательства на федеральном

и региональном уровнях и решения ключевых проблем развития малого бизнеса необходимы совершенствование механизма поддержки малого предпринимательства, повышение его эффективности, разработка методов эффективного государственного управления развитием малого бизнеса с использованием государственных и негосударственных ресурсов.

При формировании региональной системы поддержки малого бизнеса необходимо помнить, что бюджетное финансирование не в состоянии заменить другие способы привлечения финансовых средств для субъектов малого предпринимательства не только в силу ограниченности средств бюджета, но и по причине нецелесообразности выполнения государственными структурами функций коммерческих и некоммерческих финансовых институтов, успешно ими реализуемых. Это касается и непосредственно кредитования, и использования новых финансовых инструментов, и технологий, таких, как факторинг, овердрафт, взаимное финансирование, лизинг и др.¹

Вместе с тем, государственная финансовая поддержка малого бизнеса в форме гарантий и субсидирования части процентных ставок по кредитам банков не только облегчает финансовое положение субъектов малого предпринимательства, но и стимулирует дополнительное привлечение ресурсов в малый бизнес из внебюджетных источников.

Роль и задача государственной поддержки должна ориентироваться на развитие и доступность всего спектра финансовых инструментов для малого предпринимательства. Этим будут достигнуты 3 цели:

- экономия бюджетных средств на прямом бюджетном финансировании малого бизнеса,
- обеспечение доступности новых финансовых инструментов и технологий для малого бизнеса,
- дальнейшее развитие банковского сектора и банка капиталов, обусловленное растущим спросом на ресурсы².

Рассмотрим возможные варианты воздействия государственного сектора на развитие элементов финансового обеспечения малого бизнеса в таблице 1.

Если на федеральном уровне совершенствование механизма поддержки предпринимательства в основном базируется на совершенствовании нормативной базы развития и поддержки предпринимательства,

¹ Комаров В. Малый бизнес идет в регионы // Малое предприятие. – 2009 г. – № 8. – С. 9.

² Механизмы развития малого предпринимательства в России: Сб. статей. – М., 2009. – 124 с.

**Методы воздействия государственного сектора на развитие элементов
финансового обеспечения малого бизнеса**

Вид финансового обеспечения МБ	Меры воздействия на развитие элементов финансового обеспечения со стороны органов государственной поддержки МБ
Самофинансирование	Налоговая политика, позволяющая аккумулировать средства для дальнейшего развития предприятия
	Амортизационная политика
Финансирование через механизмы рынка капитала	Создание баз данных инвестиционных и инновационных проектов
	Участие государства в создании венчурных фондов
	Работа с потенциальными отечественными и зарубежными инвесторами по продвижению проектов СМП
Кредитование	Упрощение процедуры банковского кредитования для СМП
	Создание гарантийных фондов и банков кредитных историй
	Организация финансового консультирования
	Возмещение части процентов по кредитам банков, полученных СМП для реализации социально-значимых проектов
Взаимное финансирование	Формирование полноценной нормативной правовой базы работы институтов взаимного кредитования и взаимного страхования
	Содействие организации обществ взаимного кредитования
	Выделение бюджетных средств в качестве первоначальной поддержки для создания негосударственных микрофинансовых организаций
Лизинг	Участие средств региональных бюджетов в создании лизинговых компаний
	Организация финансового консультирования на предмет целесообразности и перспективности использования лизинга для достижения целей СМП
	Возмещение части лизинговых платежей по оборудованию, полученному для реализации социально-значимых проектов
Бюджетное финансирование	Сокращение прямого финансирования проектов СМП
	Организация тщательного и своевременного контроля за целевым использованием бюджетных средств и инвестиционных ресурсов, выделяемых при поддержке государства
	Конкурсное определение получателей бюджетных средств для реализации мероприятий по поддержке и развитию малого предпринимательства

то на региональном уровне совершенствование механизма поддержки представляет собой в большей степени совершенствование способов и методов, с помощью которых реализуется процесс поддержки и развития предпринимательства³.

Одной из проблем развития малого бизнеса в России, которой до настоящего времени не уделено должного внимания, обозначена проблема неэффективного использования средств, направленных на развитие и поддержку малого бизнеса. Решение данной проблемы, по нашему мнению, существенно повысит эффективность механизма поддержки предпринимательства в регионе. В связи с чем, мною предлагаются два пути решения данной проблемы:

- определение стратегических целей государственных органов поддержки предпринимательства и индикаторов их достижения, что повысит эффективность функционирования системы и механизма реализации государственной поддержки;
- выделение бюджетных средств на поддержку предпринимательства на основании оценки эффективности и степени важности соответствующих мероприятий, а также в соответствии с целью развития малого бизнеса в регионе.

Для формирования эффективной системы региональной поддержки требуется регулярный контроль уровня достижения поставленных целей через соответствующие индикаторы, что значительно увеличит перечень выполняемых государственным органом функций, но позволит контролировать эффективность и целесообразность вложения бюджетных средств. Учитывая широкий спектр индикаторов развития малого бизнеса, к процессу контроля должны быть подключены органы, традиционно выполняющие соответствующие функции УМНС (в части контроля поступлений доходов в бюджет от СМП) и органы статистики (в части наблюдения за развитием малого бизнеса в районах республики).

Используемые источники

1. Доклад о состоянии и развитии малого предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его государственной поддержке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nisse.ru/business>, свободный.
2. Комаров В. «Малый бизнес идет в регионы» // Малое предприятие. – 2009 г. – № 8. – С. 9.

³ Доклад о состоянии и развитии малого предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его государственной поддержке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nisse.ru/business>, свободный.

3. Комитет по развитию малого и среднего предпринимательства Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.krp.tatar.ru, свободный.
4. Абулханова Г.А. Формирование и развитие культуры предпринимательства: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Уфа: Уфимская государственная академия экономики и сервиса, 2010. – 10 с.
5. Авилова В.В. Роль малого бизнеса в экономике Татарстана / В.В. Авилова, Е.В. Хворова // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2009. – № 2. – С. 46–49.
6. Механизмы развития малого предпринимательства в России: Сб. статей. – М., 2009. – 124 с.

Гапеенко Д. Ю.

*адъюнкт кафедры «Административное право»,
Московский университет МВД России
e-mail: dima.gapeenko@yandex.ru*

Административно-правовое регулирование организации и проведения азартных игр

Автор рассматривает состояние административно-правового регулирования организации и проведения азартных игр на территории России. Анализируются направления правового обеспечения рассматриваемой сферы.

Ключевые слова: азартные игры, лотерея, тотализатор, незаконный игорный бизнес, административная ответственность.

Gapeenko D.Yu.

*postgraduate student of the Moscow University
of the Ministry of Internal Affairs
of the Russian Federation*

Administrative and legal regulation of the organization and conduct of gambling

The author examines the state of administrative and legal regulation of the organization and conduct of gambling in the territory of Russia. Analyzed areas of legal security is considered sphere.

Keywords: gambling, lottery, betting, illegal gambling, administrative responsibility.

Борьба с асоциальными явлениями, связанными с чрезмерным игорным азартом, с давних времен выступала одной из задач административной и уголовной политики в большинстве стран мира. Общественная вредность игорного азарта проявляется в развитии у населения стремления к легким нетрудовым доходам, закономерно приводящего к паталогической и психической зависимости людей и их последующему обнищанию. Склонность рисковать за чужой счёт, увеличивает количество совершаемых растрат и присвоений вверенных денежных средств, способствует развитию мошеннических проявлений¹.

В России издавна были известны многие азартные игры, из которых игру в карты и зернь преследовали и духовенство и правительство, поручавшее воеводам вести за этим наблюдение. Из воеводских нака-

¹ П. И. Люблинский «Азартная игра» // Большая советская энциклопедия, 1-е издание. — М.: Советская энциклопедия. — 1926. — Т. 1. — С. 635–638.

зов XVII столетия видно, что игравших в карты и зернь наказывали кнутом, а сами карты и зернь велено было отбирать и сжигать².

Советской властью в период, предшествующий новой экономической политике, всякого рода азартные игры сурово преследовались как вид спекулятивного обогащения. В течение одного месяца после Октябрьской революции 1917 года Петроградский Военно-Революционный Комитет принял постановление о закрытии всех игорных клубов и притонов. Однако в постреволюционный и последующие периоды игорный бизнес продолжал существовать на нелегальном положении, преследуемый со стороны закона в виде уголовной ответственности за мошенничество и в виде административной ответственности за азартные игры на деньги. Следует признать, что при этом делались робкие попытки вывести данное явление из «подполья». Например, весной 1918 года Совет Комиссаров Петроградской Трудовой Коммуны отверг предложение М. И. Калинина о легализации и налогообложении (10–30 % от дохода) игорных заведений Петрограда³.

Из всего многообразия форм азартных игр вплоть до середины 80-х годов 20 века под административно-правовым запретом находилась игра в карты на деньги, ответственность за которую устанавливалась решениями исполкомов соответствующих местных советов, где указанное правонарушение квалифицировалось в качестве противоправного посягательства на общественный порядок.

Вступивший в силу с 1 января 1985 года первый Кодекс РСФСР об административных правонарушениях правовую ситуацию относительно рассматриваемой проблематики не изменил. И лишь 28 мая 1986 года глава 13 КоАП РСФСР, содержащая административные правонарушения, посягающие на общественный порядок, была дополнена статьей 164.1 – «Азартные игры». Административная ответственность по данной статье наступала за участие в азартных играх (в карты, рулетку «наперсток» и другие) на деньги, вещи и иные ценности, а равно принятие ставок частными лицами на спортивных и иных состязаниях, а также за организацию азартных игр⁴.

В 1988 году было принято решение об установке около 200 игровых автоматов в гостиницах «Интурист» для развлечения иностранцев.

² Азартные игры // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86-и тт. (82 т. и 4 доп.). – СПб., 1890–1907.

³ Олег Тарасов «Азартные игры в Советском Союзе» (23.07.2010).

⁴ Ведомости ВС РСФСР. – 1986. – № 23, ст. 638; – 1988. – № 33, ст. 1081.

Весной 1989 года в Таллинне открылось первое казино, а в августе того же года казино появилось в московской гостинице «Савой»⁵. Начиная с 1990 года, после распада СССР, казино и залы игровых автоматов стали возникать в России практически повсеместно без каких-либо ограничений. Несмотря на бурное развитие и большие перспективы, игровой бизнес оставался одной из неурегулированных на законодательном уровне сфер предпринимательской деятельности.

Что касается лотерей, то в СССР их организация, как и любая другая финансовая деятельность, являлась государственной монополией.

Характеризуя состояние правового обеспечения рассматриваемой сферы, полагаем уместным выделить в ее структуре ряд направлений, требующих самостоятельной юридической оценки:

1) незаконный игровой бизнес, существующий вопреки установленным правовым запретам;

2) легальные азартные игры, осуществляемые на ограниченной территории России, согласно федеральному законодательству;

3) лотереи, тотализаторы и букмекерские конторы.

Федеральным законом от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации»⁶ в целях защиты нравственности, прав и законных интересов граждан, были определены правовые основы государственного влияния на данную сферу предпринимательства и установлены ограничения для осуществления такого рода деятельности. В соответствии со статьей 9 данного закона на территории Российской Федерации разрешено создание четырех игровых зон. Порядок создания и ликвидации таких игровых зон, а также их наименования, границы и иные параметры отнесены к компетенции Правительства РФ⁷. При этом законодатель предусмотрел, что действие указанного Федерального закона не распространяется на деятельность по организации и проведению лотерей, а также на деятельность организаторов торговли.

⁵«Об истории азартных игр» [Электронный ресурс] — // URL: <http://www.casinojack.ru/casino-games/istoriya-azartnih-igr-rossiya.html>.

⁶ Российская газета. — 31 декабря 2006 г. — № 297.

⁷ См.: Постановлением Правительства РФ от 18 июня 2007 года № 376 «Об утверждении Положения о создании и ликвидации игровых зон» // Российская газета. — 22 июня 2007 г. — № 132.

Относительно региональных государственных, муниципальных, негосударственных и стимулирующих лотерей (за исключением экспертизы выигрышных лотерейных билетов и лотерейных квитанций) действующее законодательство предусмотрело, что их проведение, выплата, передача или предоставление выигрышей участникам прекращается до 1 июля 2014 года⁸. Предполагается, что после этой даты в России будут разрешены только два вида лотерей – Всероссийская государственная лотерея и Международная лотерея, проводимая на основании международного договора на территории двух и более государств. Получить право проведения лотереи можно будет на конкурсной основе. При этом конкурс будут обеспечивать только два федеральных ведомства – Минспорт России и Минфин России. Следует учитывать, что закон устанавливает запрет на проведение лотереи с использованием игрового оборудования (в том числе игровых автоматов).

Введение дополнительных правил обуславливает установление административной ответственности за их нарушение. В частности, кодекс об административных правонарушениях РФ дополнится статьей, устанавливающей штрафы за: проведение лотереи без разрешения Правительства РФ; нарушение сроков перечисления средств от лотереи; отказ в предоставлении выигрыша; неопубликование в СМИ годового отчета о проведении лотереи⁹.

Российское законодательство запрещает также организацию азартных игр посредством сети Интернет¹⁰. В целях избегания данного ограничения хозяева игровых сайтов регистрируют их на зарубежных серверах. При этом Интернет-трафик за пределы территории Российской Федерации проходит через узлы связи и линии связи магистральных операторов. На сегодняшний день только 27 компаний обладают лицензией на осуществление этого вида деятельности. А количество нелицензированных игровых клубов превышает число легальных в несколько раз. По разным подсчетам, незаконный доход букмекерских организаций составляет порядка 2–2,5 миллиардов рублей в год.

Несмотря на значительную работу федеральных органов исполнительной власти по обеспечению законности в сфере азартных игр и лотерей, на территории Российской Федерации продолжают функци-

⁸ См.: Федеральный закон от 28 декабря 2013 года № 416-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О лотереях» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Российская газета. – 30 декабря 2013 г. – № 295.

⁹ Российская газета. – 30 декабря 2013 г. – № 6271.

¹⁰ Собрание законодательства РФ, 07.01.2002, № 1 (ч. 1), ст. 1.

онировать незаконные игорные заведения, что негативно влияет на криминальную обстановку, способствует получению неконтролируемых государством доходов, подрывает экономическую безопасность России, создает условия для финансирования преступности.

В настоящее время часть организаций, осуществляющих незаконную игорную деятельность, противоправно используют документы на проведение различных лотерей, маскируют проведение азартных игр под деятельность Интернет-клубов, букмекерских контор. Основная часть игорных заведений перешла на подпольные схемы работы. Для игры используются квартиры, загородные дома, принадлежащие частным лицам, вход в такие помещения, осуществляется по рекомендации, с использованием паролей, соблюдением правил конспирации и маскировки.

Организаторы азартных игр не допускают накопления в игорных заведениях денежных средств по своему размеру достигающего рубежа уголовной ответственности. Периодически касса снимается, из купюроприемников автоматов изымаются денежные средства. В результате в процессе документирования противоправной деятельности выявляются незначительные суммы, хотя совокупный суточный доход нередко составляет несколько миллионов рублей.

Вместе с тем анализ ситуации в сфере азартных игр и лотерей показал, что активные действия предпринимателей по легализации незаконного игорного бизнеса в обход действующего законодательства, низкий размер административных штрафов, высокий размер ущерба, который необходимо доказать для возбуждения уголовных дел, а также недостаточный профессионализм сотрудников федеральных органов исполнительной власти, позволяет недобросовестным хозяйствующим субъектам изыскивать возможности для организации и проведения незаконных азартных игр и более того благополучно осуществлять противоправную деятельность.

С 1 января 2012 года вступили в силу изменения в Налоговый кодекс РФ, согласно которым пункты приема ставок букмекерских контор и тотализаторов являются объектами налогообложения¹¹. Например, по данным УФНС России по г. Москве за 9 месяцев 2012 года в качестве объектов налогообложения зарегистрировано 344 пункта приема ставок букмекерских контор и 21 пункт ставок тотализаторов. За этот период в качестве налога на игорный бизнес в бюджет города поступило

¹¹ Парламентская газета. — 10 августа 2000 г. — № 151—152.

30 млн. 510 тыс. рублей, что составляет 134,3% бюджетных назначений на 2012 год, а размер целевых отчислений, поступивших в бюджеты субъектов Российской Федерации и муниципальные бюджеты — только 5.3 млн. рублей. При этом региональные и муниципальные лотереи были зарегистрированы только в 35 субъектах Российской Федерации. На наш взгляд, максимальный размер ставки налога за один пункт приема ставок букмекерской контор и тотализатора, установленный Налоговым кодексом России (7 тыс. рублей в месяц), является чрезвычайно низким и фактически стимулирует увеличение количества пунктов приема ставок букмекерских контор. В среднем ежемесячно Федеральная налоговая служба России вносит в реестр лицензий более 20-ти адресов новых пунктов приема ставок на территории только одной Москвы.

Противостоять рассматриваемым правонарушениям, в первую очередь, призваны органы внутренних дел. С момента вступления в силу Федерального закона от 20 июля 2011 г. № 250-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»¹², подразделениями экономической безопасности и противодействия коррупции органов внутренних дел, было проведено более 13 тысяч проверок деятельности игорных и лотерейных заведений, расположенных вне игорных зон, по результатам которых выявлено 552 преступления, в том числе 180 преступлений, предусмотренных статьей 171.2 УК РФ, направлено в суд более 120 уголовных дел, из них 40 по статье 171.2 УК РФ, осуждено 76 лиц. Кроме того, за указанный период выявлено 22275 административных правонарушений, из которых по статье 14.1.1 КоАП РФ — 13220. Изъято более 335 тысяч единиц игорного оборудования. По выявленным административным правонарушениям наложено штрафов на сумму свыше 200 миллионов рублей.

В то же время позитивных изменений в поведении организаторов азартных игр после привлечения их к административной ответственности не наступает. Зачастую после уплаты штрафов, несоизмеримых с полученным доходом, они возобновляют свою незаконную деятельность. При этом нелегальный теневой капитал остается вне поля зрения государства.

Привлечение виновных лиц к уголовной и административной ответственности не является достаточной мерой реагирования, так как не лишает хозяйствующих субъектов возможности возобновить противоправную деятельность даже при конфискации игрового оборудования.

¹² Российская газета. — 26 июля 2011 г. — № 161.

Таким образом, актуальность борьбы с противоправным поведением в сфере по организации и проведению азартных игр не снижается, требует научно обоснованного комплексного и системного подхода.

Используемые источники

1. П. И. Люблинский «Азартная игра» // Большая советская энциклопедия, 1 издание, — М.: Советская энциклопедия. — 1926. — Т. 1. — С. 635–638.
2. Азартные игры // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86-и тт. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890–1907.
3. Олег Тарасов «Азартные игры в Советском Союзе» (23.07.2010).
4. Ведомости ВС РСФСР. — 1986. — № 23, ст. 638; — 1988. — № 33, ст. 1081.
5. «Об истории азартных игр» [Электронный ресурс] — // URL: <http://www.casinojack.ru/casino-games/istoriya-azartnih-igr-rossiya.html>.
6. Российская газета. — 31 декабря 2006 г. — № 297.
7. Постановление Правительства РФ от 18 июня 2007 года № 376 «Об утверждении Положения о создании и ликвидации игорных зон» // Российская газета. — 22 июня 2007 г. — № 132.
8. Федеральный закон от 28 декабря 2013 года № 416-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О лотереях» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Российская газета. — 30 декабря 2013 г. — № 6271.
9. Российская газета. — 30 декабря 2013 г. — № 6271.
10. Собрание законодательства РФ, 07.01.2002, № 1 (ч. 1), ст. 1.
11. Парламентская газета. — 10 августа 2000 г. — № 151–152.
12. Российская газета. — 26 июля 2011 г. — № 161.

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гирфанов И. И.

*аспирант кафедры «Экологическое, трудовое право
и гражданский процесс»,
Казанский (Приволжский) федеральный университет
e-mail: girfanof@gmail.com*

Особенности создания физкультурно-спортивных организаций

В статье проанализированы традиционные способы создания и предложен новый механизм учреждения физкультурно-спортивных организаций. В качестве оптимального способа автор предлагает смену основной деятельности юридического лица на цели и задачи в области физической культуры и спорта.

Ключевые слова: *физкультурно-спортивные организации; правосубъектность; юридические лица; правоотношение; государство.*

Girfanov I. I.

*postgraduate student of ecological, labor law and civil process department,
Kazan (Volga) federal university*

Features of creation of the sports organizations

In article typical ways of creation of the sports organizations are analysed. The author offers the new mechanism of establishment of the sports organizations. Optimum way is change of primary activity of the legal person on the purpose and tasks in the field of physical culture and sports.

Keywords: *the sports organizations; the subject of the right; corporations; the legal relation; the state.*

Вопросы учреждения физкультурно-спортивных организаций приобретают в последнее время особый интерес в связи с усилением негосударственных средств контроля в сфере физической культуры и спорта. Крупнейшие федерации спорта, а также международные спортивные организации, наглядно демонстрируют тенденцию к специальному учету корпоративных субъектов спорта на фоне развитой в Российской Федерации системы государственной регистрации юридических лиц. При этом законодательство устанавливает единую для

всех обязанность прохождения данной процедуры вне зависимости от специфики деятельности той или иной организации.

Однако, несмотря на унифицированный процесс государственного контроля в данной сфере, некоторые авторы придерживаются идеи, что не любая физкультурно-спортивная организация подлежит соответствующей регистрации¹. В частности, конституционно гарантированная свобода объединений допускает в отдельно взятых случаях существование коллективных субъектов, осуществляющих свою деятельность в области физической культуры и спорта без регистрации. Особенно наглядным данный тезис представляется при использовании такой организационно-правовой формы, как общественное объединение, в которой могут существовать достаточно многие физкультурно-спортивные организации некоммерческого характера (общества, клубы, центры спортивной подготовки, спортивные лиги, федерации спорта и др.)². Такой вывод, в целом, имеет под собой законодательную основу. В частности, в соответствии со ст. 3 Федерального закона «Об общественных объединениях»³ общественная организация понимается как форма общественного объединения граждан, которая может являться как зарегистрированным юридическим лицом, так и коллективным образованием без соответствующей регистрации. Вместе с тем, в данном же законе сделан акцент на том, что незарегистрированные общественные объединения, в том числе в области физической культуры и спорта, не приобретают статус юридического лица, однако это не умаляет их прав и обязанностей, которые имеются у зарегистрированных объединений.

По нашему мнению, несмотря на постулируемые законодательством об общественных объединениях принципы, реальность существования незарегистрированных физкультурно-спортивных органи-

¹ Братановский С.Н., Вулах М.Г., Майстровой В.В. Теоретико-административные предпосылки государственной регистрации общественных спортивных объединений // Спорт: экономика, право, управление. – 2012. – № 2. – С. 13.

² См.: Карлина Т.Д. Общественное объединение: понятие, основные черты, принципы создания и деятельности // Бизнес и закон. Международный экономико-юридический журнал. – 2007. – № 3. – С. 83; Аброськин А.В. Проблемы реализации конституционно-правового ограничения создания и деятельности общественных объединений // Проблемы в российском законодательстве. – 2011. – № 5. – С. 37; Фатов И.С. Процедуры создания и деятельности общественных объединений // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. – 2013. – № 5 (34). – С. 43.

³ Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1995. – № 21. – ст. 1930; – 2013. – № 52 (часть I), ст. 6961.

заций далека от их нормативно установленного правового статуса. Более того, в логике построения аргументации сторонников рассматриваемого подхода наблюдается внутренняя противоречивость. Прежде всего, возможность существования организаций без государственной регистрации исходит из теории правосубъектности юридических лиц, внутри которой ведется полемика о зависимости правового статуса от его государственно-правового признания⁴. Из этого отдельными исследователями сделан закономерный вывод о сущности физкультурно-спортивной организации и вопросах её создания, при котором она может пониматься и в качестве организационно-правовой формы, и формы объединения граждан⁵. Соответственно, некоммерческие физкультурно-спортивные организации и некоммерческие физкультурно-спортивные юридические лица не могут отождествляться⁶. Поэтому, на фоне такого обязательного признака юридического лица, как наличие государственной регистрации факта его создания, приверженцы этой концепции допускают вариант существования физкультурно-спортивных организаций без соответствующей регистрации⁷.

Обладая многими внешними атрибутами юридического лица, среди которых выделяются учредительные документы, официальное наименование, организационное единство, физкультурно-спортивные организации преследуют зачастую цели, которые выведены за пределы правовой регламентации и при необходимости могут быть реализованы

⁴ См.: Козлова Н.В. Правосубъектность юридического лица по российскому гражданскому праву: диссертация на соискание ученой степени доктора юридических наук. — М., 2004. — С. 47; Мельникова Т.В. Некоторые вопросы правосубъектности юридического лица // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2008. — № 7. — С. 106; Рыженков А.Я., Черноморец А.Е. Концепция юридического лица, отрицающая его собственническую правосубъектность // Труд и социальные отношения. — 2010. — № 10. — С. 75; Гарипов Р.Ф. Деликтоспособность как правовая категория: диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Казань, 2010. — С. 33.

⁵ См.: Соيفер Т.В. Некоммерческие организации: некоторые проблемы гражданско-правового статуса // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2010. — № 2. — С. 3; Козлова Н.В. Понятие и сущность юридического лица. Очерк истории и теории. — М.: Статут, 2003. — С. 22.

⁶ См.: Вострикова Е.А. Правовая природа международных спортивных организаций как международных неправительственных организаций частного характера // Современное право. — 2011. — № 7. — С. 141; Бычкова А.В. Проблемы и недостатки правового саморегулирования физкультурно-спортивных организаций в Российской Федерации // Юридические исследования. — 2013. — № 3. — С. 33.

⁷ Беляев А.А. Правосубъектность спортивных организаций // Проблемы законности. — 2011. — № 116. — С. 80.

вне зависимости от факта их признания в качестве субъектов гражданского права⁸. Однако рассмотренная концепция не получила отражения ни в гражданском, ни в физкультурно-спортивном законодательстве. Так, ст. 2 Федерального закона № 329-ФЗ вполне определенно указывает на обязательность наличия статуса юридического лица при раскрытии понятия физкультурно-спортивных организаций. Учитывая, что к их числу относятся и организации, образованные в форме общественных объединений, дискуссии о необязательности прохождения государственной регистрации, по нашему мнению, малосостоятельны.

Во многом данный вывод подтверждается сложившимися в правовой доктрине представлениями о правосубъектности, центральным элементом которой выступает категория правоспособности. Последняя однозначно выступает средством признания со стороны государства возможности обладания определенным субъектом соответствующими права, т.е. выступает определяющим фактором в решении вопроса, является ли конкретное лицо субъектом права. И если в части общественных объединений законодательство не устанавливает четких критериев, то у организаций, претендующих на специальный статус в качестве физкультурно-спортивных организаций, определяющий параметр законом предусмотрен — наличие правосубъектности юридического лица.

По нашему мнению, применение субъективной свободы на объединение в аспекте физкультурно-спортивных организаций не может пониматься в качестве средства признания объединения лиц субъектом права. Поэтому при наличии коллективных образований, принимающих участие в физкультурно-спортивных правоотношениях, необходимо говорить о правовом статусе их непосредственных участников, а не о целом физкультурно-спортивном объединении. Это означает, что члены физкультурно-спортивного объединения, утвердившие определенный учредительный документ, но не прошедшие процедуру государственной регистрации данного объединения, в общем виде не представляют собой единый субъект гражданского права в структуре физкультурно-спортивных правоотношений. Не случайно на этом фоне положения ст. 48 ГК РФ, среди основных признаков, имеющихся у юридического лица, выделяется категория «организация», что, в свою очередь, позволяет в рамках гражданского законода-

⁸ См.: Сойфер Т.В. Некоммерческие организации: некоторые проблемы гражданско-правового статуса // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2010. — № 2. — С. 3; Козлова Н.В. Понятие и сущность юридического лица. Очерк истории и теории. — М.: Статут, 2003. — С. 3.

тельства воспринимать термины «юридическое лицо» и «организация» как равнозначные⁹.

Таким образом, факт создания любой физкультурно-спортивной организации подлежит обязательной государственной регистрации для возникновения у неё специальных прав и обязанностей, необходимых для осуществления основной деятельности. Данное положение распространяется и на такой способ образования физкультурно-спортивной организации, как внесение соответствующих изменений в учредительный документ юридического лица, ранее не занимавшегося деятельностью в области физической культуры и спорта, т.е. смена основной деятельности.

Этот специфический порядок учреждения в правовой литературе не назван в качестве способа создания физкультурно-спортивной организации по целому ряду причин. Прежде всего, в цивилистике исторически сложилось представление о том, что юридические лица могут создаваться двумя способами: открытием новой организации и реорганизацией ранее существующих юридических лиц¹⁰. При изменении целей существования определенной организации, по существу, не происходит возникновения нового субъекта гражданского права¹¹. Для большинства юридических лиц, обладающих специальной правоспособностью, кардинальная переориентация на другие направления деятельности законодательно запрещена, что соответствует особенностям регламентации их функциони-

⁹ См.: Бараненков В.В. Понятие юридического лица в современном гражданском праве России // Государство и право. — 2003. — № 11. — С. 56; Мельникова Т.В. Проблема определения понятия «юридическое лицо» // Философия образования. — 2009. — № 2. — С. 39; Косякова Н.И. Юридические лица в современном праве и их межотраслевые связи // Юриспруденция. — 2009. — № 13. — С. 28.

¹⁰ См.: Захаров В.А. Правовое регулирование создания юридических лиц. Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. Екатеринбург, 2001. С. 23; Емельянцева В.П. Создание юридических лиц: исторический опыт и направления модернизации действующего гражданского законодательства // В сборнике: Актуальные проблемы развития института юридических лиц в российском законодательстве материалы круглого стола «Корпоративное право и проблемы правового статуса юридических лиц» / Отв. Ред. В. М. Жуйков. 2011. С. 64; Поротикова О.А. Процесс создания юридического лица: в теории и на практике // Гражданское право. — 2013. — № 4. — С. 27.

¹¹ См.: Асадуллин М.Р. Система субъектов гражданского права как основа системы субъектов отраслей материального частного права // Правовая политика и правовая жизнь. — 2008. — № 4. — С. 130; Минникес И.В. Коллегиальные субъекты и юридические лица в гражданском праве // Вестник Российской правовой академии. — 2012. — № 1. — С. 31; Нуждин Т.А. Некоммерческие организации как субъекты гражданского права: проблемы теории и практики // Право. Журнал Высшей школы экономики. — 2010. — № 2. — С. 61.

рования как субъектов со специальным правовым статусом (например, политические партии, религиозные, кредитные, страховые организации и др.). Во многом это объясняется сложной процедурой учреждения подобных организаций, которая варьируется от обязательности получения лицензии до постановки на специальный учет в соответствующем органе государственной власти.

Для физкультурно-спортивных организаций, по общему правилу, отсутствует обязанность прохождения специальных контрольных процедур, кроме государственной регистрации факта их создания. Физкультурно-спортивная деятельность не относится законодательно к лицензируемым видам деятельности, не требует аккредитации и постановки на учет в специализированных органах власти, за исключением отдельных корпоративных субъектов физкультурно-спортивной сферы (федерации спорта, центры спортивной подготовки, образовательные спортивные организации), для которых специальными нормами предусмотрена особая, более усложненная процедура контроля над фактом их учреждения.

Исходя из этого, довольно многие юридические лица, в том числе коммерческого характера, по желанию их учредителей могут сменить свою основную деятельность на физкультурно-спортивную путем внесения соответствующих изменений в учредительные документы при сохранении организационно-правовой формы. Напротив, для отдельных видов физкультурно-спортивных организаций подобный способ может быть значительной ограничен законодательством в силу особой заинтересованности государства в осуществлении ими отдельных задач физкультурно-спортивной политики¹². Однако именно для таких корпоративных субъектов процедура создания представляет собой цельный юридический состав.

Используемые источники

1. Братановский С.Н., Вулах М.Г., Майстровой В.В. Теоретико-административные предпосылки государственной регистрации общественных спортивных объединений // Спорт: экономика, право, управление. – 2012. – № 2. – С. 12–15.

¹² См.: Васин В.А. Организационные, социально-экономические и правовые аспекты деятельности спортивных организаций на современном этапе. Диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. – М., 2000. – 161 с.; Якубов Ю.Д. Роль государства в развитии спортивной системы современной России // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2013. – № 4–1 (80). – С. 193–201.

2. Карлина Т.Д. Общественное объединение: понятие, основные черты, принципы создания и деятельности // Бизнес и закон. Международный экономико-юридический журнал. — 2007. — № 3. — С. 83–86.
3. Аброськин А.В. Проблемы реализации конституционно-правового ограничения создания и деятельности общественных объединений // Пробелы в российском законодательстве. — 2011. — № 5. — С. 37–40.
4. Фатов И.С. Процедуры создания и деятельности общественных объединений // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. — 2013. — № 5 (34). — С. 43–45.
5. Козлова Н.В. Правосубъектность юридического лица по российскому гражданскому праву. Диссертация на соискание ученой степени доктора юридических наук. — М., 2004. — 449 с.
6. Мельникова Т.В. Некоторые вопросы правосубъектности юридического лица // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2008. — № 7. — С. 105–108.
7. Рыженков А.Я., Черноморец А.Е. Концепция юридического лица, отрицающая его собственническую правосубъектность // Труд и социальные отношения. — 2010. — № 10. — С. 72–80.
8. Гарипов Р.Ф. Деликтоспособность как правовая категория. Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Казань, 2010. — 156 с.
9. Сойфер Т.В. Некоммерческие организации: некоторые проблемы гражданско-правового статуса // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2010. — № 2. — С. 3–13.
10. Козлова Н.В. Понятие и сущность юридического лица. Очерк истории и теории. — М.: Статут, 2003. — 476 с.
11. Вострикова Е.А. Правовая природа международных спортивных организаций как международных неправительственных организаций частного характера // Современное право. — 2011. — № 7. — С. 140–144.
12. Бычкова А.В. Проблемы и недостатки правового саморегулирования физкультурно-спортивных организаций в Российской Федерации // Юридические исследования. — 2013. — № 3. — С. 33–35.
13. Беляев А.А. Правосубъектность спортивных организаций // Проблемы законности. — 2011. — № 116. — С. 79–86.
14. Бараненков В.В. Понятие юридического лица в современном гражданском праве России // Государство и право. — 2003. — № 11. — С. 53–59.
15. Мельникова Т.В. Проблема определения понятия «юридическое лицо» // Философия образования. — 2009. — № 2. — С. 36–42.
16. Косякова Н.И. Юридические лица в современном праве и их межотраслевые связи // Юриспруденция. — 2009. — № 13. — С. 20–35.
17. Захаров В.А. Правовое регулирование создания юридических лиц: диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Екатеринбург, 2001. — 174 с.

18. Емельянцеv В.П. Создание юридических лиц: исторический опыт и направления модернизации действующего гражданского законодательства // В сборнике: Актуальные проблемы развития института юридических лиц в российском законодательстве материалы круглого стола «Корпоративное право и проблемы правового статуса юридических лиц» / Отв. Ред. В. М. Жуйков. 2011. – С. 62–84.
19. Поротикова О.А. Процесс создания юридического лица: в теории и на практике // Гражданское право. – 2013. – № 4. – С. 27–30.
20. Асадуллин М.Р. Система субъектов гражданского права как основа системы субъектов отраслей материального частного права // Правовая политика и правовая жизнь. – 2008. – № 4. – С. 129–137.
21. Минникес И.В. Коллегиальные субъекты и юридические лица в гражданском праве // Вестник Российской правовой академии. – 2012. – № 1. – С. 30–34.
22. Нуждин Т.А. Некоммерческие организации как субъекты гражданского права: проблемы теории и практики // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2010. – № 2. – С. 57–74.
23. Васин В.А. Организационные, социально-экономические и правовые аспекты деятельности спортивных организаций на современном этапе. Диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. – М., 2000. – 161 с.
24. Якубов Ю.Д. Роль государства в развитии спортивной системы современной России // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2013. – № 4–1 (80). – С. 193–201.
25. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1995. – № 21. – ст. 1930; – 2013. – № 52 (часть I), ст. 6961.

Костаница А. А.

*консультант информационного центра аппарата
Избирательной комиссии Ханты-Мансийского автономного округа — Югры,
аспирант кафедры «Государственное и муниципальное право»,
Институт государства и права «СурГУ» (г. Сургут)
e-mail: KostanitsaAA@admhmao.ru*

Реализация административной ответственности за нарушения избирательных прав граждан

В статье автором изучаются различные подходы ученых к административной ответственности за нарушения избирательных прав граждан, на основании которых автор делает собственные выводы и дает определение специфики административной ответственности за нарушение избирательных прав. В статье также анализируется содержание некоторых глав КоАП РФ, в которых автор подмечает некоторые неточности в законодательстве, которые требует доработки и согласованности.

Ключевые слова: административная ответственность; административная юрисдикция; административная юстиция; выборы; избирательное право; избирательное законодательство.

Kostanitsa A. A.

*Consultant of information center of the office of Election commission
of the Khanty-Mansi autonomous district Yugra,
postgraduate student of the state and municipal law department,
Institute of the state and law of «SURGU», Surgut*

Implementation of administrative responsibility for violation of electoral rights of citizens

Paper looks at the opinions of scientists studying the administrative responsibility for violation of electoral rights of citizens, draws conclusions and provides a definition of the specificity of administrative responsibility for violation of electoral rights. The article also analyzes the content of some chapters of the Administrative Code, in which notices some discrepancies in the legislation that requires refinement and consistency.

Keywords: administrative responsibility, administrative jurisdiction, administrative justice elections; suffrage electoral legislation.

В Российской Федерации право граждан избирать и быть избранными закреплено в Конституции Российской Федерации. Согласно пункту 2 статьи 32 Конституции Российской Федерации, «граждане Российской Федерации имеют право избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления, а также участвовать в референдуме». Для защиты своих конституционных прав граждане имеют право обращаться лично, а также направ-

лять индивидуальные и коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления (ст. 33 Конституции РФ) и участвовать в отправлении правосудия (п. 5 ст. 32 Конституции РФ).

Современные авторы выделяют, что общим является целевое предназначение административной юстиции — судебный контроль за законностью правовых актов публичной власти, принятых в отношении не подчиненных им субъектов (граждан и их организаций). И хотя «говорить об административной юстиции в России как о целостно и эффективно действующей системе правосудия, пока преждевременно», нельзя не видеть и того, что за последние годы отечественная правовая наука в России выработала целый ряд теоретических моделей института административной юстиции¹.

В настоящее время доминирующей является точка зрения, определяющая институт административной юстиции через деятельность судов общей юрисдикции по рассмотрению административных споров. Наиболее последовательно эту позицию отстаивает Ю.Н. Стариков, подчеркивая, что административная юстиция — это специальный вид правосудия, направленный на деятельность администрации и полиции, на разрешение спора о праве административном (публичном)². В развитие этой позиции Н.В. Громова определяет административную юстицию как «правовой институт, регулирующий организацию и деятельность судов (общей юрисдикции или специальных административных) по разрешению публично-правовых споров о законности правовых актов, действий (бездействии) субъектов публичного управления, осуществляемому в соответствии со специальными процессуальными правилами».

При всем разнообразии подходов к определению административной юстиции, неоспоримым и принципиальным является суждение Д.Н. Бахраха о том, что административная юстиция, являющаяся необходимым атрибутом (признаком) современного правового государства, может обеспечивать правовым (легальным) путем преодоление возникающих юридических коллизий как в области обеспечения прав и свобод человека и гражданина, так и в сфере судебного контроля за законностью правовых актов управления³.

¹ Масленников М.Я. Административная юстиция и административное судопроизводство: соотношение с административным процессом, процессуально-правовая регламентация, перспективы развития // Государство и право. — 2002. — № 9. — С. 10–18.

² Стариков Ю.Н. Административная юстиция. Теория, история, перспективы. — М.: Норма. 2001. — С. 55.

³ Бахрах Д.Н. Административное судопроизводство и административная юстиция / Д.Н. Бахрах // Современное право. — 2005. — № 5. — С. 40.

В отличие от административной юстиции, находящейся в стадии формирования, административная юрисдикция уже сегодня выступает действенным инструментом в механизме административно-правовой защиты избирательных прав граждан.

А.Б. Зеленцов, размышляя над процессом формирования в стране правового государства, отстаивает верный и вполне обоснованный концептуальный подход к административной юрисдикции как форме властно-принудительного разрешения административно-правовых споров и дел об административных правонарушениях. При этом автором дается весьма убедительная аргументация положения о том, что административное судопроизводство должно предполагать исковую форму разрешения административно-правовых конфликтов. По мнению А.Б. Зеленцова, административная юрисдикция — это государственно-властная деятельность суда по разрешению конфликтных ситуаций в сфере публичного управления, осуществляемая в порядке административного судопроизводства (общее правило), а в качестве исключения — как деятельность коллегиальных учреждений и должностных лиц органов исполнительной власти по разрешению таких дел, реализуемая в рамках административно-юрисдикционного процесса⁴.

«В практическом плане любой спор о праве (разногласия сторон по поводу права — субъективного или объективного). В литературе по проблематике правовых споров различной отраслевой принадлежности, как правило, выделяются два вида причин их возникновения: объективные и субъективные. Административно-правовые споры, несомненно, также имеют свои причины, часть из которых объективно схожа с причинами иных отраслевых споров, другая часть — обусловлена самой спецификой этих споров»⁵. Применяя данное определение к реализации административной ответственности за нарушение избирательных прав граждан, можно выделить следующие два вида нарушений:

1) Нарушения объективного права, содержащего запреты, за соблюдение которых предусмотрена карательная, административно-наказательная ответственность по КоАП и др.

2) Нарушения субъективного избирательного права, предполагающие административно-правовосстановительную ответственность.

⁴ Зеленцов А.Б. Административно-правовой спор (теоретико-методологические подходы к исследованию) // Правоведение. — 2000. — № 1. — С. 70.

⁵ Зеленцов А.Б. Административно-правовой спор: вопросы теории. Монография. — М.: Изд-во РУДН, 2005. — С. 456.

В большинстве глав Особенной части КоАП РФ можно выделить преобладание административных правонарушений, в которых субъектом может выступать любое лицо, либо сочетание субъектов (граждане, должностные лица, юридические лица), отвечающих признакам общего субъекта административного правонарушения, т.е. любой гражданин, любое должностное лицо, любое юридическое лицо.

Следовательно, могут быть выделены административные правонарушения субъектами которых могут быть:

1) любые субъекты, как физические, так и юридические лица;

2) только физические лица:

а) только граждане, не являющиеся кандидатами, доверенными лицами или уполномоченными представителя кандидата; председателем, заместителем председателя, секретарем, иным членом избирательной комиссии, комиссии референдума;

б) граждане и должностные лица, не являющиеся кандидатами, доверенными лицами или уполномоченными представителя кандидата; председателем, заместителем председателя, секретарем, иным членом избирательной комиссии, комиссии референдума;

в) кандидаты, доверенные лица или уполномоченные представители кандидата;

г) председатель, заместитель председателя, секретарь иной член избирательной комиссии, комиссии референдума.

Субъективная сторона административных правонарушений вообще и в сфере избирательных правоотношений в частности характеризуется виной лица, совершившего административное правонарушение ⁶.

При этом закрепленные в ст. 2.2 КоАП РФ формы вины (умысел и неосторожность) применимы исключительно к физическим лицам. Конструкция вины юридического лица в КоАП РФ прописана, на наш взгляд, недостаточно удачно и по замыслу законодателя подтверждается самим фактом несоблюдения правил и норм, для соблюдения которых у юридического лица имелась возможность, однако им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, и за нарушение которых статьями Особенной части КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

⁶ Ныркова Т.Ю. Избирательная система субъектов Российской Федерации: некоторые актуальные проблемы // Конституционное и муниципальное право. – М.: ИГ «Юрист». – 2009. – № 5. – С. 13–19.

Вполне очевидно, что рассмотрение круга субъектов, наделенных административно-юрисдикционными полномочиями вообще и, в частности, в сфере избирательных правоотношений предполагает обращение к КоАП РФ.

Избирательные права, являясь частью системы конституционных прав граждан РФ, обладают особым механизмом обеспечения. Это выражается в установленных законом мерах ответственности за нарушение электоральных прав граждан⁷. Административная ответственность за нарушение избирательных прав граждан и порядка организации и проведения выборов установлена Кодексом РФ об административных правонарушениях (КоАП РФ глава 5, ст ст. 5.1–5.25, 5.45–5.52, 5.58).

Основной целью существования административной ответственности в сфере избирательного права является то, что она призвана воздействовать на различные правонарушения со стороны должностных лиц государственных органов, кандидатов, граждан и других лиц во время проведения избирательной кампании и, в конечном счете, снижать число правонарушений путем общей и частной превенции⁸.

А.С. Дугенец считает, что административная ответственность является отражением потребности государства и общества в противодействии деструктивной системе – административной деликтности. Последняя определяется действием многих социальных, экономических, личностных факторов, которые, однако, не остаются неизменными. Динамизм административной деликтности, формы проявления, содержание и направленность противоправных деяний оказывают существенное влияние на выбор модели административной ответственности в разные периоды развития российского общества⁹.

Теоретически динамичное развитие избирательного законодательства должно оказывать определяющее влияние на развитие правоприменительной судебной практики. В свою очередь, судебная практика по делам о нарушениях избирательных прав должна ставить перед законодателем новые проблемы, требующих правового решения и, сле-

⁷ Волченко В.Н. К вопросу о защите избирательных прав // Наука и образование; хозяйство и экономика; предпринимательство; прав и управление. – 2011. – № 12. – С. 35–38.

⁸ Собачевская Ю.А. Особенности административной ответственности за нарушения избирательного законодательства // Административное право и процесс. – М.: ИГ «Юрист». – 2011. – № 7. – С. 55–57.

⁹ Дугенец А.С. Административная ответственность в российском праве: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. – М., 2005. – С. 8.

довательно, оказывать неизбежное влияние на развитие избирательного законодательства¹⁰.

Вместе с тем, в настоящее время судебная практика по делам о нарушениях избирательных прав столь незначительна, что вряд ли возможно говорить о ее влиянии на развитие избирательного законодательства. И подобное положение дел лишь усиливает недовольство как в обществе, так и в руководстве оппозиционных политических партий.

И.Н. Барциц, отмечал, что не всеми признается возможность существования правовой системы субъекта Российской Федерации, по его мнению, законодательство субъекта Российской Федерации в настоящее время представляет зачастую эклектичный набор правовых актов, который может поэтапно превратиться в строгую правовую систему, органично вписывающуюся в единую правовую систему России при соблюдении определенных принципов¹¹.

В юридической литературе отмечается, что специфика реализации административной ответственности за нарушения избирательного законодательства и законодательства о референдуме, состоит в том, что общественные отношения регулируются нормами конституционного права, а охраняются — нормами административного законодательства¹². Действительно, нормы, регулирующие составы административных правонарушений за нарушение избирательных прав, содержатся в Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях. Однако нормы, определяющие признаки и сущность данных правоотношений в сфере избирательного законодательства, содержатся в конституционном законодательстве.

Специфика административно-правовой ответственности за нарушение избирательных прав позволяет сформулировать ее определение. Так, под административно-правовой ответственностью за нарушение избирательных прав следует понимать вид юридической ответственности, которая выражается в применении судьями административного наказания в виде штрафа (или штрафа и конфискации) к лицу, совершившему правонарушение, предусмотренное нормами КоАП РФ и посягающее на избирательные права граждан.

¹⁰ Пугиев Г.Л. Административная ответственность за нарушения в сфере избирательных правоотношений: дисс... канд. юрид. наук. — Ростов-на-Дону, 2012. — С. 85.

¹¹ Барциц И.Н. Правовое пространство России. Вопросы конституционной теории и практики. — М., 2000. — С. 66–67.

¹² Дзюба О.Н. Административная ответственность за нарушения законодательства о выборах и референдуме: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 2004. — С. 9.

Используемые источники

1. Бахрах Д.Н. Административное судопроизводство и административная юстиция / Д.Н. Бахрах // Современное право. — 2005. — № 5. — С. 40.
2. Волченко В.Н. К вопросу о защите избирательных прав // Наука и образование; хозяйство и экономика; предпринимательство; права и управление. — 2011. — № 12. — С. 35–38.
3. Дзюба О.Н. Административная ответственность за нарушения законодательства о выборах и референдуме: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 2004. — С. 9.
4. Дугенец А.С. Административная ответственность в российском праве: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. — М., 2005. — С. 8.
5. Зеленцов А.Б. Административно-правовой спор: вопросы теории. Монография. — М.: Изд-во РУДН, 2005. — С. 456.
6. Масленников М.Я. Административная юстиция и административное судопроизводство: соотношение с административным процессом, процессуально-правовая регламентация, перспективы развития // Государство и право. — 2002. — № 9. — С. 10–18.
7. Мишальченко, Ю. В., Фархутдинов, И. З. Реализация административно-правовых норм и международных стандартов в институте избирательного права России: сравнительно-правовой анализ // Евразийский юридический журнал. — 2012. — № 4. — С. 12–15.
8. Ныркова Т.Ю. Избирательная система субъектов Российской Федерации: некоторые актуальные проблемы // Конституционное и муниципальное право. — М.: ИГ «Юрист». — 2009. — № 5. — С. 13–19.
9. Пугиев Г.Л. Административная ответственность за нарушения в сфере избирательных правоотношений: дисс... канд. юрид. наук. — Ростов-на-Дону, 2012. — 210 с.
10. Собачевская Ю.А. Особенности административной ответственности за нарушения избирательного законодательства // Административное право и процесс. — М.: ИГ «Юрист». — 2011. — № 7. — С. 55–57.
11. Стариков Ю.Н. Административная юстиция. Теория, история, перспективы. — М.: Норма, 2001. — С. 55.

Хвалынский Д. С.

*кандидат экономических наук, докторант,
Алтайский государственный университет
e-mail: hdms@email.ru*

Почему английские аукционы «буксуют» на российских дорогах

В России аукционы в электронной форме определены основным способом публичных закупок еще с 2011 г. При этом ежегодно 50% стоимости государственного заказа по результатам электронных аукционов размещается в условиях отсутствия конкуренции. Более того, всего за один год уровень конкуренции в российских аукционах снизился более, чем в 1,5 раза. Для поиска причин происходящего автор обращается к работам всемирно известного эксперта в области организации и проведения аукционов Пола Клемперера. По результатам исследования вносится ряд предложений в целях повышения уровня конкуренции на публичных аукционах в России.

Ключевые слова: *определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей), государственный заказ, публичные закупки, эффективность, конкуренция, контрактная система в сфере закупок, аукцион.*

Khvalynskiy D. S.

PhD (Economics), Altai state university, doctoral candidate

Why English auctions «slipped» on Russian roads

The English reverse electronic auctions in Russia are determined by the basic method of the public procurement since 2011 and every year about 50% of the cost of public contracts is placed in electronic auctions in the absence of competition. In just one year the level of competition in the Russian auctions fell by more than 1.5 times. To find the causes of what is happening the author refers to the work of world-renowned expert in organizing and conducting auctions Paul Klempere. The study introduced a number of proposals to improve the level of competition in public auctions in Russia.

Keywords: *identification of suppliers (contractors, executors), public order, public procurement, efficiency, competition, contract system in the sphere of procurement, auction.*

Почему во всем мире продавцы предпочитают аукционы? Простой ответ заключается в том, что аукционы заставляют участников торгов конкурировать в режиме реального времени, и это выгодно для продавцов. Но когда участие в аукционе влечет издержки, аукционы становятся неэффективными. К таким выводам приходит в своей работе [1] всемирно известный эксперт в области организации и проведения аукционов Пол Клемперер (Paul D. Klempere). Доктор Клемперер является профессором экономики Оксфордского университета, председателем совета Оксфордского института экономической политики,

созданного в 2004 году в Оксфордском университете, членом комиссии по конкуренции Великобритании и систематически приглашается для консультаций Европейской комиссией, Федеральной торговой комиссией США, Банком Англии и рядом других государственных учреждений и частных компаний. Всего 117 его публикаций получили по данным сайта academic.research.microsoft.com более 6,5 тыс. цитирований по всему миру.

По результатам проводимых за рубежом опросов около 80% частных фирм указывают, что они предпочитают использовать аукционы для продажи своих товаров. При этом около 90% тех же компаний говорят о том, что они предпочитают избегать аукционов, действуя в качестве покупателей [1]. Крупнейший в мире и один из наиболее известных инвесторов Уоррен Эдвард Баффетт, состояние которого на 30 апреля 2014 года оценивалось в 66 млрд долл. США, каждый год в своем ежегодном отчете в графе «критерии приобретения» указывает «Мы не хотим тратить свое время ...мы не участвуем в аукционах». Аналогично, несколько крупных нефтехимических компаний США также известны тем, что принципиально отказываются из-за издержек участвовать в аукционах для покупки бизнеса или для поставок продуктов.

Булоу и Клемперер акцентируя внимание читателя на значимости конкуренции в аукционах, показывают в своей работе, что даже простой английский аукцион без входной платы является более выгодным, чем передовые закупочные практики, если последние проводятся с меньшим количеством участников [2]. Когда же участие в аукционе влечет издержки, аукционы становятся даже менее эффективными, чем закупки по результатам переговоров с поставщиками (при условии, что такие переговоры проводились с большим количеством поставщиков) [1]. Даже будучи ярким сторонником аукционов, Клемперер утверждает, что, за исключением редких случаев, потенциальная конкуренция, которой славятся аукционы, не является хорошей заменой для реальной конкуренции, если последняя может быть обеспечена в переговорах. Таким образом, если заказчик не может гарантировать конкуренцию в аукционе, ему лучше отказаться от его проведения.

В России аукционы в электронной форме определены основным способом публичных закупок еще с 2011 г. В соответствии с ч. 2 ст. 59 вновь принятого Федерального закона № 44-ФЗ от 05.04.2013 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» заказчик обязан проводить электронный аукцион в случае, если осуществляются закупки товаров, работ, услуг, включенных в перечень, установленный распо-

ряжением Правительства РФ от 31 октября 2013 г. № 2019-р. При этом в указанный перечень входит преимущественная часть приобретаемой заказчиками продукции (в 2013 г. – 71,2% стоимости продукции, закупленной на открытых торгах [4]). При этом органами государственной статистики наблюдается значительное снижение конкуренции на электронных аукционах. Согласно данным Росстата, если в 2012 г. на каждый аукцион приходилось 4,1 заявки участников, то в 2013 г. – только 2,7 заявки участников. В результате, более чем 50% стоимости государственного заказа размещается по результатам электронных аукционов в условиях отсутствия конкуренции [3].

Представляется, что сложившаяся ситуация напрямую связана с доводами Клемперера о крайне негативном влиянии любых издержек участия в аукционах на конкуренцию в последних. В частности, для участия в российских публичных аукционах предприниматель должен нести расходы на получение электронной цифровой подписи, обучение специалиста, отвлечение оборотных денежных средств на обеспечение заявки на участие в аукционе и на обеспечение исполнения контракта. Все это не только снижает конкуренцию на рынке государственного заказа, но и приводит к существенному увеличению стоимости приобретаемой на средства налогоплательщиков продукции.

Отмена ФАС России с 1 января 2014 г. платы за участие в аукционах, проводимых на электронных площадках, не способна кардинально изменить ситуацию, т.к. данная плата составляла издержки не участия в аукционе, а победы в нем, взыскивалась с победителя и выступала скорее дополнительным «налогом» предпринимателя на цену контракта.

Таким образом, первоочередными мерами, направленными на повышение эффективности проводимых в России государственных закупок, должны стать не столько реформы законодательства (за последние 8 лет федеральные законы о публичных закупках претерпели 44 редакции), сколько обеспечение любыми мерами реальной конкуренции во всех проводимых публичных аукционах, и в первую очередь – за счет снижения издержек участия в них.

Для этого нами предлагаются к реализации, как минимум, три мероприятия:

- 1) субсидирование за счет бюджетных средств (возможно на ограниченный период времени) получения электронных цифровых подписей всеми предпринимателями, заинтересованными в государственных контрактах, или хотя бы компенсация стоимости электронной цифровой подписи победителю, получающему государственный контракт на аукционе впервые;

2) исключение требований об обеспечении заявки теми участниками аукциона, которые по результатам переторжки не имеют шансов быть признанными победителями. С учетом существующих правил проведения аукциона в части двукратного рассмотрения комиссией заявок участников (до и после переторжки), наиболее логичным представляется внесение участником, в качестве гарантии заключения договора, денежных средств уже после победы в переторжке и снятие с торгов участников, которые не выполнили данное условие, при рассмотрении вторых частей заявок;

3) исключение требований об обеспечении исполнения контракта для добросовестных предпринимателей (например, для поставщиков, которые имеют положительные отзывы заказчиков по результатам исполнения нескольких государственных контрактов, не имели санкций, обеспечили уплату в бюджет налоговых выплат в размере не менее стоимости государственного контракта, на который претендуют, и т.д.). Кроме того, целесообразно субсидировать участникам, надлежаще исполнившим свои обязательства по контракту, затраты на привлечение кредитных средств в целях обеспечения исполнения контракта, например, в размере ставки рефинансирования Центрального Банка РФ.

Размер субсидий, предлагаемых в целях привлечения на аукцион предпринимателей, не соизмерим со стоимостью государственных контрактов, заключаемых на аукционах с единственным участником без снижения начальной цены (1,2 трлн. рублей – в 2013 г. [4]). Даже 5% экономии от указанных расходов достаточно для того, чтобы обеспечить бесплатное участие в аукционах 15 млн. российских предпринимателей.

В заключение отметим, что в условиях существенного снижения конкуренции на рынке государственного заказа требуется принятие неотложных мер, направленных на привлечение к торгамкратно большего количества предпринимателей, или использование для публичных закупок других, более конкурентных закупочных процедур, разработанных в мировой экономической науке в течение последнего десятилетия (например, англо-датских аукционов, прокси-аукционов, аукционов пакетных ставок и др.). В данной работе нами внесены предложения в отношении способов снижения лишь прямых издержек предпринимателей от участия в проводимых сегодня электронных аукционах для государственных и муниципальных нужд. Вместе с тем существует также ряд косвенных издержек участия в аукционах (затраты времени, издержки раскрытия информации о себестоимости продукции, учредителях компаний, репутационные издержки «проигры-

ша» в аукционе и т.д.). Выявление, оценка и принятие мер по снижению таких издержек является актуальным объектом дальнейших исследований.

Используемые источники

1. Klemperer, P. Why Do Sellers (Usually) Prefer Auctions? // American Economic Review, American Economic Association. – 2009 (September). – Vol. 99(4): 1544–75.
2. Bulow, J., Klemperer, P. Auctions versus Negotiations // American Economic Review. – 1996. – Vol. 86(1): 180–94.
3. Проведение торгов и других способов размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ и оказание услуг для государственных нужд [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. Классификаторы. – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru/metod/torg.html>.

Царева Г. Р.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Управление и право»,
ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный
технологический университет»
e-mail: tsarevagr@volgatech.net*

Шулепов В. И.

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Менеджмент и бизнес»,
ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный
технологический университет»
e-mail: mailto:shulepovi@volgatech.net*

Маркетинговые исследования потребителей кондитерских изделий сахаристой группы

В статье рассмотрены особенности проведения маркетингового исследования кондитерских изделий сахаристой группы, а также разработаны практические рекомендации предприятиям производителям с учетом особенностей современной экономики.

Ключевые слова: *маркетинговые исследования, поведение потребителей, рынок кондитерских изделий.*

Tsareva G. R.

PhD (Economics), associate professor of the Management and law department, Volga State University of Technology

Shulepov V. I.

PhD (Economics), associate professor, associate professor of the Management and business department, Volga State University of Technology

Marketing consumer research group sugary confections

The peculiarities of the market research group sugary confections, as well as practical recommendations enterprises manufacturers taking into account features of the modern economy.

Keywords: *marketing research, consumer behavior, confectionery market.*

Рынок кондитерских изделий сахаристой группы растет достаточно быстрыми темпами, вместе с ним меняется поведение потребителей, его вкусы, приоритеты, ожидания, этим обусловлена актуальность данной темы. А так как кондитерские изделия является товаром по-

вседневногo спроса, то маркетинговые исследования в данной области должны проводиться на регулярной основе, чтобы производители и посредники могли ориентироваться на удовлетворение потребностей потребителей рынка кондитерских изделий сахаристой группы, и следовательно, благодаря этому получать прибыли.

При изучении поведение потребителей, целесообразно создавать идеальные модели, выделяя из реальности только то, что можно интерпретировать причинно-следственными связями. Следовательно главная функция любой модели – объяснительная. Основной вопрос на который необходимо ответить при помощи модели: почему в определенных ситуациях покупатель ведет себя так? Ответить на этот вопрос пытались такие исследователи, как Ф. Котлера, Р. Блэкуэлла, Д. Энджела, Д. Сондерса, Г. Армстронга, В. Вонгаи др. В их работах рассмотрены примерные модели процессов принятия решений потребителям, его индивидуальные различия и т.д.

Целью проводимых маркетинговых исследований является определение предпочтения потребителей кондитерских изделий сахаристой группы, их мотивы и поведение.

Объектом исследования являются жители города Йошкар-Ола.

Задачи исследования:

1. Выявление вкусовых предпочтений потенциальных покупателей.
2. Определение наиболее популярных среди покупателей торговых точек.
3. Определение осведомленности покупателей о производителях кондитерских изделий, торговых марках.

Для достижения необходимого уровня репрезентативности, исследование проводилось при объеме выборки в 400 респондентов. Все респонденты были разделены на восемь равных по количеству групп: мужчины и женщины в возрастных диапазонах 18–30, 31–45, 46–60 и старше 60 лет, следовательно в каждой группе было опрошено 50 респондентов.

С целью определения предпочтений потребителей при покупке кондитерских изделий сахаристой группы респондентам было предложено ответить на вопрос: «Какие кондитерские изделия вы приобретаете?». Результаты опроса представлены графически на рис. 1.

На предложенный вопрос наиболее часто респонденты выбрали ответ «мармелад» (233 человека или 35% каждого пола). Результаты опроса были ожидаемы, ведь в настоящее время в прессе и по телевидению большое внимание уделяется полезным свойствам мармелада и его пользе здоровью. Мармелад считается одним из самых полезных кондитерских изделий.

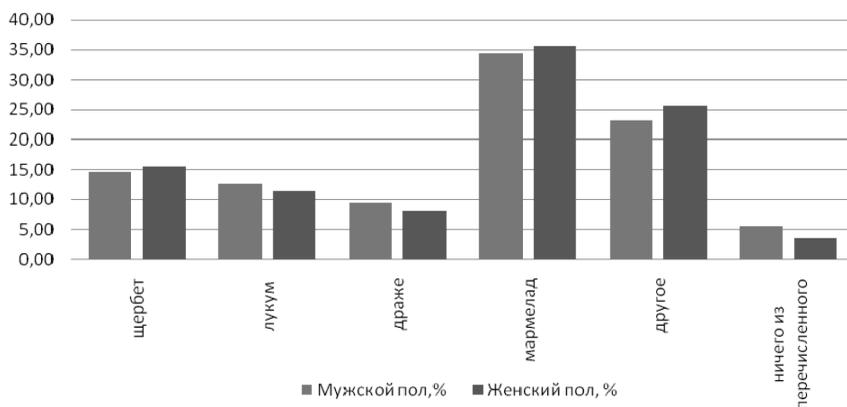


Рис. 1. Предпочтение респондентов по видам кондитерских изделий сахаристой группы

Шоколадным конфеты, зефир, печенье и вафли не были представлены в качестве вариантов, но выбирая ответ «другое» их перечислили 23% респондентов мужчин и 26% женщин.

Спрос на шербет остается достаточно высоким его выбрали 15% респондентов, «драже» и «лукум» выбрали 9% и 12% соответственно. Среди респондентов встречались те, кто не предпочитает кондитерские изделия (6% мужчин и 4% женщин).

Рассмотрим подробнее предпочтения покупателей по видам кондитерских изделий сахаристой группы, исходя из возрастных групп респондентов, результаты представлены на рис. 2.

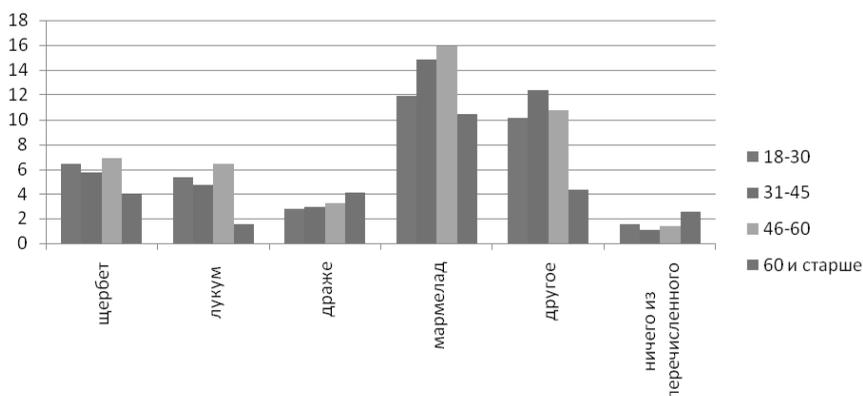


Рис. 2. Предпочтения покупателей по видам кондитерских изделий сахаристой группы, исходя из возраста респондентов

Таким образом, в разрезе возрастных групп опрошенных респондентов видно, что спрос на «мармелад» и на «другие» кондитерские изделия достаточно высок среди всех опрошенных возрастных групп. «Мармелад» набрал большее количество предпочтений респондентов в возрастной категории «от 46 лет до 60». «Другое кондитерское изделие» наиболее популярен у возрастной группы – «от 31 года до 45 лет».

В возрастной категории от 18 до 30 лет мужской и женский пол имеют одинаковые предпочтения. «Мармелад» предпочитают предпочитает 7,9% респондентов-мужчин и 4% респондентов-женщин, что-либо другое из кондитерских изделий 6,3% респондентов-мужчин и 3,8% респондентов-женщин.

В возрастной категории от 31 до 45 лет уменьшаются у мужчин предпочтения на «щербет» – 2,9% респондентов. У женской половины предпочтения к кондитерскому изделию «щербет» выросло в сравнении с предыдущей возрастной категорией на 7 респондентов или 0,6%.

В возрастной категории от 46 до 60 лет как у женщин, так и у мужчин самым популярным кондитерским изделием является «мармелад» 6,1% и 9,8% соответственно.

В самой старшей возрастной категории (от 60 лет и старше) за ответ «мармелад» ответило практически одинаковое количество респондентов обеих возрастных категорий (у женщин 3,2%; у мужчин 7,3%). Какой-либо другой вид кондитерских изделий предпочитают женщины после «мармелада» (5%). Мужчины на второе места поставили ответ «драже» (3%). На третьем месте у мужчин (2,5%) и у женщин (1,5%) – «щербет» респондентов соответственно выбрали этот вариант ответа.

Как отмечалось ранее, мармелад является одним из самых продаваемых продуктов среди кондитерских изделий сахаристой группы, это подтверждалось различными российскими маркетинговыми исследованиями, поэтому неудивительно, что региональное исследование показало идентичные результаты.

Следующей задачей исследования стояло выявление приверженности потребителей кондитерских изделий сахаристой группы к определенной торговой марке. Результаты опроса приведены в таблице 1.

Согласно проведенному исследованию, 64,3% опрошенных не привержены к какой-либо торговой марке. Только 14,3% респондентов выбирают кондитерские изделия определенного и проверенного производителя. Таким образом, при выборе кондитерских изделий сахаристой группы (Щербет, Лукум, Драже и Мармелад) потребители в основном не подвержены влиянию торговой марки как производителя, так и конкретного товара.

Предпочтения определенной торговой марки кондитерских изделий сахаристой группы

	Кол-во	Кол-во в %
Отдаете предпочтения одной и той же марке	76	21,3%
Предпочитаете изделия нескольких опробованных марок	51	14,3%
Марка и производитель не имеют значения	229	64,3%

Рассматривая результаты опроса в разрезе мужчин и женщин, следует отметить, что предпочтение конкретной марки ярко выражено у потребителей женского пола – в два раза выше, чем у мужчин (соответственно 14,3% и 7,0%). При этом в общей массе наблюдается равноценное отношение к торговой марке – женщины 32,3%, мужчины 32,% – не привержены к определенному производителю и торговой марке.

Рассматривая вопрос приверженности потребителей к торговой марке по возрастным группам, следует отметить, что в возрасте от 46 до 60 лет покупатели главным образом отдают приоритет конкретной марке (а именно женская часть – 7,6%). В то время как отсутствие приверженности ярко демонстрируют покупатели как младше 45 лет, так и старшее поколение от 60 и старше. Также следует отметить, что мужчины в большинстве своем не являются приверженцами определенного марочного товара, в то время как женщин различных возрастных групп демонстрируют от явного предпочтения определенной товарной марки (от 46 до 60 лет) до незаинтересованности в определенном производителе и торговой марке – младше 45 лет.

Результаты данного опроса – повод задуматься производителям кондитерских изделий сахаристой группы об упаковке своей продукции, ее имидже и товарной марке. Если потребитель не видит разницы между одной продукцией и другой, он никогда не станет постоянным покупателем определенного товара. В данной ситуации необходимо выделиться среди конкурентов запоминающейся товарной маркой, разработать яркую упаковку, выставить в местах продаж стенды для выкладки продукции с фирменным логотипом производителя. Покупатель должен знать производителя, его продукцию и отличать ее от аналогичной.

Важность сбытовой политики нельзя недооценивать, поэтому перед предприятиями всегда стоит вопрос: где лучше реализовывать свою продукцию? Что касается продуктов питания, то в настоящее время гастрономы и «магазины у дома» уходят на второй план, с рынка их вытесняют супермаркеты. Также открывается множество специализи-

рованных отделов и даже магазинов, которые занимаются реализацией исключительно кондитерских изделий. Где же потребитель предпочитает покупать кондитерские изделия? Ответ на этот вопрос является объектом следующего направления исследования потребителей (таблица 2).

Таблица 2

Предпочтение потребителей по выбору точки покупки кондитерских изделий сахаристой группы

В каких торговых точках Вы обычно приобретаете кондитерские изделия (Шербет, Лукум, Драже, Мармелад), чел.		В % от общего числа респондентов
Гипермаркет (например, гипермаркет «Магнит»)	103	25,7
Супермаркет (крупный магазин самообслуживания, например, магазины «Наш», «Радуга»)	276	69
Минимаркет (небольшие продуктовые магазины)	25	6,3
Гастроном (имеет несколько секций: молочную, мясную, напитки, бакалею, хлебобулочные изделия)	45	11,3
Специализированные магазины по продаже кондитерских изделий	57	14,3
Открытые рынки	9	2,3
Другое	16	4

Как и следовало ожидать, большинство потребителей, а именно 276 респондентов (69%) предпочитают покупать кондитерские изделия сахаристой группы в супермаркетах типа «Наш», «Радуга», «Кувшинка». Второе место заняли крупные гипермаркеты «Магнит», «EuroSpa», «Перекресток» (25,7% – 103 респондента). На третьем месте оказались специализированные магазины по продаже кондитерских изделий – 14,3%, именно 57 респондентов отдали предпочтение именно им. Из данных опроса можно сделать вывод о не перспективности продажи кондитерских изделий в гастрономах, минимаркетах и на рынке.

Исходя из пола респондента, предпочтения по выбору точки покупки кондитерских изделий распределились одинаково.

Мужчины и женщины предпочитают покупать кондитерские изделия в супермаркетах – 29,5% и 39,5% соответственно. На втором месте по популярности ответ «гипермаркеты» – 15% и 10,8%, удивительно, но мужчины больше предпочитают посещать супермаркеты.

На третьем месте – специализированные магазины по продаже кондитерских изделий, 5,8% и 8,5%. Неудивительно, что женщины больше предпочитают специализированные магазины, ведь они внимательнее относятся к покупкам, в таких магазинах больше выбор, всегда свежая продукция и цены зачастую ниже.

Далее выявим, какие факторы влияют на потребителя при выборе торговой точки. Результаты опроса представлены в таблице 3.

Таблица 3

Факторы, влияющие на потребителя при выборе точки покупки кондитерских изделий сахаристой группы

Что влияет на Ваш выбор места покупки кондитерских изделий (Шербет, Лукум, Драже, Мармелад) (Пронумеруйте в порядке убывания значимости для Вас)	Количество баллов
Удобное расположение магазина (рядом с работой, домом)	680
Широта ассортимента	875
Наличие товара данной «марки» в торговой точке	994
Цена	744

Респонденту необходимо было пронумеровать факторы в порядке убывания значимости, поэтому факторы, набравшие большее количество баллов являются самыми малозначимыми для потребителя.

Основываясь на полученных данных, можно сделать следующий вывод, что наиболее значимым фактором для потребителя является удобное расположение магазина. Наименее значимым параметром при выборе места покупки кондитерских изделий стало наличие товара данной «марки» в торговой точке. Этот параметр имеет наибольшую сумму баллов, его чаще всего ставили на четвертую позицию по значимости в выборе места покупки.

На первый взгляд вызывает сомнение, что цена заняла третье место среди значимости факторов, можно говорить о том, что потребителю не так важна цена при выборе кондитерских изделий, ведь по их мнению она везде практически одинаковая.

Немаловажным фактором остается широта ассортимента, следовательно, производителям необходимо задуматься об его развитии, выпуске новых видов и вкусов кондитерских изделий сахаристой группы.

Если рассматривать результаты опроса по гендерному признаку, наблюдается следующая тенденция:

мужчины:

- самым важным фактором остается удобное расположение магазина (289 респондентов);
- цена для мужчин имеет большее влияние, чем ассортимент, они менее притязательны в этом плане (330 респондентов);
- респондентам практически одинаково не важен ассортимент продукции, как и торговая марка производителя, следовательно мужчинам все равно какую продукцию брать;

женщины:

- наибольшее значение при выборе места приобретения кондитерских изделий имеет удобное расположение данной точки (144 респондента);
- наличие товара данной «марки» в магазине не имеет для них особого значения;
- такие параметры, как ширина ассортимента и цена имеют среднюю степень значимости.

По результатам опроса были сделаны следующие выводы:

1. Покупателями кондитерских изделий сахаристой группы чаще всего выступают женщины в возрасте от 30 до 45 лет.

2. Мотивом для покупки является обеспечение семьи кондитерскими изделиями.

3. Самым популярным продуктом среди кондитерских изделий сахаристой группы является мармелад.

4. Кондитерские изделия сахаристой группы чаще всего покупают 1–2 раза в месяц.

5. Потребитель не обращает внимания на торговую марку и наименование производителя, но в процессе исследования выяснилось, что все-таки предпочтение больше отдается местным производителям.

6. Чаще всего кондитерские изделия покупаются в супермаркетах, заодно с остальными продуктами питания, но некоторые потребители все же отдают предпочтение только фирменным, специализированным магазинам.

7. Потребители предпочитают не только кондитерские изделия сахаристой группы, такие как мармелад, драже, щербет и лукум, но и такие кондитерские изделия как зефир, шоколадные конфеты, печенье и другие мучные изделия.

8. Как выявило маркетинговое исследование, решающим фактором при выборе точки покупки кондитерских изделий является удобное расположение магазинов. Менее значимыми факторами является цена и ширина ассортимента.

Исходя из сделанных выводов, можно дать следующие рекомендации:

1. Разработать фирменную весовую упаковку продукции, которая бы привлекала внимание потребителя, также немаловажным условием является максимальное сохранение свежести продукции.

2. Необходимо развивать такие ассортиментные группы как лукум, щербет, драже, так как они наименее популярны у потребителя. Возможно есть необходимость в последующих маркетинговых исследованиях потребительских предпочтений по данным группам.

3. Разработать фирменную фасованную упаковку для потребителей покупающих небольшое количество сладкого (для детей, пожилых детей).
4. Для узнаваемости торговой марки установить в местах продаж фирменные стойки с логотипом предприятия для выкладки продукции.
5. Следить за указанием на ценниках в супермаркетах название производителя.
6. Стремится распространять продукцию через супермаркеты («Кувшинка», «Радуга», «Наш», «Пятерочка»), их чаще всего посещают потребители.
7. Рассмотреть возможность производства новой ассортиментной группы – зефира, один из наиболее часто отмечаемых потребителями.
8. Отслеживать свежесть и условия хранения продукции в местах продаж.
9. Ориентироваться в рекламной деятельности на женщин, так как они наиболее часто покупают кондитерские изделия, активно использовать рекламный образ женщины – домохозяйки.

Используемые источники

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Учебник. – М.: Финпресс, 2006. – 315 с.
2. Электронная статья «Российский рынок мармелада» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.my-ki.ru/articles.php?c=30&n=175&a=6392&l=0> 24.08.11.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Аналитика кондитерского рынка России. Тенденции: <http://www.promizdat.com/upload/iblock/fd2/jwgnwrhmx%20gstqz.pdf>.
4. Электронная статья «Обзор российского рынка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://abrikosov-sons.ru/obzor_rossiyskogo_rynka_
5. Аналитика. Обзор рынка кондитерской продукции: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.expertyug.ru/analitics/23-obzor-rynka-konditerskoj-produkcii/>.
6. Обзор маркетинговых новинок в области кондитерских изделий: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.foodsmarket.info/news/content.php?id_news=416&id_groups=3.
7. Обзор отраслевых рынков России: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.all-market.info/2011-06-29-20-10-39/37-2011-07-20-18-18-47>.

8. Шулепов В.И., Акцораева Н.Г., Методические подходы к ценообразованию образовательных услуг высших учебных заведений // Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. науч. трудов. Вып. XXII / Под общей ред. В.С. Балабанова. – М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2010. – С. 209–215.
9. Шулепов В.И., Акцораева Н.Г., Методические подходы к проведению маркетинговых исследований рынка кондитерских изделий // Вестник Марийского государственного технического университета. Серия «Экономика и управление». Йошкар-Ола: МарГТУ. – 2008. – № 1. – С 48–56.

Чередов И. Г.
*кандидат политических наук,
доцент кафедры «Социально-политические науки»,
Санкт-Петербургский государственный университет
телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича
e-mail: cheredov@m.gf-sut.ru*

Инструменты исследований в сети Интернет

В статье исследуются инструменты сбора и анализа данных о поведении целевых аудиторий и активности конкурентов в Интернете. Описываются популярные сервисы веб-аналитики, анализа сайтов, статистики поисковых запросов, мониторинга социальных медиа, проведения полевых исследований и др.

Ключевые слова: *маркетинговые исследования; веб-аналитика; интернет, анализ аудиторий, социальные медиа, поисковые запросы.*

Cheredov I. G.
*PhD (Economics), associate professor of the Social
and Political Sciences department,
The Bonch-Bruevich Saint-Petersburg State University of Telecommunications*

The Internet research tools

In this article author explores the analysis tools of target audiences behavior and competitors' activities in the Internet. It comprises a description of the popular web analytics and site analysis services, tools of statistics searches, social media monitoring, fieldworks, etc.

Keywords: *marketing research; web analytics; Internet, audience analysis, social media, search queries.*

Любая организованная активность в Интернете, также как в реальности, начинается с создания маркетинговой информационной системы. Источники информации для неё, также как и офлайн, можно разделить на четыре группы:

1. Внутренняя информация.
2. Открытая информация.
3. Открытые исследования.
4. Заказные исследования.

Исследование этих четырех групп источников и предоставляет возможность сформировать портреты целевых аудиторий, что в свою очередь позволяет формировать стратегию коммуникации с ними в Интернете в зависимости от их поведения в сети.

1. Внутренняя информация. Если компания уже осуществляет коммуникацию в сети, то, с высокой долей вероятности, можно утверждать, что у неё есть собственный сайт. Следовательно, существует возможность исследования статистики его посещаемости с помощью инструментов веб-аналитики.

Согласно наиболее распространенному определению, веб-аналитика – это измерение, сбор, анализ и интерпретация информации о посетителях веб-сайтов¹. Программы и сервисы веб-аналитики позволяют определить источники трафика, степень популярности страниц, время посещения, количество вернувшихся пользователей и др.

Для сбора статистической информации можно использовать как встроенные в систему управления сайтом модули, так и сторонние счётчики (например, от Liveinternet). Однако, наиболее популярными сервисами веб-аналитики являются Яндекс.Метрика и Google Analytics. Это бесплатные системы, обладающие наиболее широким функционалом для анализа посещаемости сайта и визуализации полученных данных. Принцип работы всех интернет-счетчиков прост: на каждой странице сайта устанавливается специальный код, благодаря которому происходит фиксация информации о посетителях².

Яндекс.Метрика и Google Analytics отслеживают большое количество параметров: географию по странам, половозрастную структуру, коммерческие интересы, данные посещаемости по времени суток, особенности устройства доступа (вплоть до разрешения дисплея и марки мобильного телефона), тип операционной системы и браузера. Также эти сервисы позволяют анализировать характеристики поведения пользователей на сайте в зависимости от источника трафика.

Сервисы веб-аналитики также позволяют оценить степень лояльности посетителей сайта. Чаще всего для этого отслеживаются 3 показателя:

- показатель отказов (количество пользователей прекративших взаимодействие с сайтом на конкретной странице);
- время пребывания на странице (промежуток времени между входом пользователя на страницу и переходом на следующую страницу сайта);

¹ Как увеличить продажи с сайта. Веб-аналитика // Ingate Digital Agency, 2012. URL: <http://smm.ingate.ru/smm-issledovaniya/#/pdf/>.

² Быков И. А., Мажоров Д. А., Слуцкий П. А., Филатова О. Г. Интернет-технологии в связях с общественностью / Под ред. И. А. Быкова, О. Г. Филатовой. – СПб.: Роза мира, 2010. – С. 101.

- пользовательская активность (действия, которые совершают посетители, находясь на вашем ресурсе).

Отследить действия пользователей на сайте можно с помощью инструментов Яндекс.Метрики: карт ссылок, кликов и скроллинга, а также вебвизора — сервиса просмотра видеозаписей всех посещений. Google Analytics позволяет просматривать количество переходов по каждой ссылке на страницах в процентах (раздел «Стандартные отчеты», вкладка «Поведение»).

Если компания ведёт корпоративные аккаунты в социальных сетях, то анализ статистики их посещаемости может предоставить дополнительный блок информации о целевых аудиториях и способах повышения эффективности коммуникаций с ними.

Всё это предоставляет широкие возможности для составления портретов целевых аудиторий и определения моделей их поведения в Интернете.

2. Открытая информация. Среди источников этой группы можно выделить публикации на сайтах профессиональных отраслевых ассоциаций, ведомственных государственных органов, маркетинговых агентств, интернет-СМИ, а также записи специальных мероприятий (вебинаров, выставок, конференций). Большинство из них индексируются поисковыми системами и могут быть найдены при правильной формулировке поисковых запросов. Автоматизацию оперативного сбора актуальной информации можно осуществить с помощью различных сервисов мониторинга сети, таких как Оповещения Google (Google Alerts), Mention (*mention.net*) и др.

Мониторинг упоминаний в СМИ можно проводить, используя информационно-аналитическую систему Медиалогия (*www.mlg.ru*) или интернет-библиотеку СМИ Public.Ru (*www.public.ru*). В рамках последней платформы и без оформления платной подписки доступно составление перечня публикаций, содержащих ключевые слова, за последние 2 дня.

Еще одним источником открытой информации являются социальные медиа, в которых также можно отслеживать интересующие отрасли по упоминаниям ключевых слов. Самыми простыми инструментами являются Поиск по блогам Яндекса (*blogs.yandex.ru*) и Google (*www.google.ru/blogsearch*). Также существуют интеграционные платформы, позволяющие работать сразу в нескольких медиа. Среди них выделяется Klout (*klout.com*), которая не только осуществляет поиск материалов конкретной тематики, но определяет популярность его у ваших подписчиков в социальных сетях. Кроме того, многочисленные специализированные системы мониторинга помогут произвести подроб-

ный анализ аудитории социальных сетей, участвующих в обсуждении соответствующих тем. Среди наиболее популярных подобных сервисов в Рунете можно назвать имеющий бесплатный тариф Babkee.ru, относительно недорогие IQBuzz.ru и YouScan.ru³.

Анализ поисковых запросов также может многое сказать об интересах потенциальных и существующих клиентов. Специализированные сервисы поисковых систем (*wordstat.yandex.ru*, *www.google.com/trends/explore* и др.) являются бесценным источником данных для понимания объема, структуры, сезонности, динамики прироста и падения поискового спроса. Например, Google не только позволяет сравнить динамику популярности нескольких запросов между собой, но и выявить зависимость между ростом поискового интереса и упоминаниями в публикациях СМИ.

В современных условиях особенно важным становится анализ онлайн-активности конкурентов, а для компаний, работающих в секторе b2b, еще и клиентов. Прежде всего, нужно проанализировать аудиторию, посещающую их представительства в Интернете. Сделать это можно, если интересующие сайты имеют на своих страницах счётчик какого-либо популярного рейтинга и открытый доступ к этой статистике. В русскоязычном сегменте сети Интернет популярны следующие сервисы, предоставляющие статистику посещаемости онлайн-ресурсов: LiveInternet (*www.liveinternet.ru*), Openstat (*www.openstat.ru*), HotLog (*hotlog.ru*), Рамблер ТОП100 (*top100.rambler.ru*), Рейтинг@Mail.ru (*top.mail.ru*) и др. Все они позволяют анализировать аудиторию сайтов, в случае, если их администраторы предоставили такую возможность, по ряду основных параметров веб-аналитики, рассмотренных выше.

Анализ аудитории относительно популярных сайтов можно провести и в случае закрытого доступа к статистике счётчиков. Для этого можно воспользоваться платформой SimilarWeb (*www.similarweb.com*), позволяющей оценить количество, географию посетителей сайта, их интересы и подробности источников трафика.

Активность конкурентов в социальных медиа также заслуживает внимания. Подписчиков их аккаунтов можно проанализировать сервисами, определяющими долю реальных интернет-пользователей среди них, такими как Fakefollowers (*www.socialbakers.com/twitter/*

³ См. подробнее: Чередов И. Г. Системы мониторинга социальных сетей в России // PR-технологии в информационном обществе: Материалы VIII Научно-практической конференции. 11 апреля 2013 г. Санкт-Петербург / Под. ред. И.Е. Тиммерманиса. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – С. 99–101. URL: <http://www.gf-sut.ru/biblioteka>.

fakefollowercheck), Поиск «мёртвых» участников и подписчиков (*vk.com/app2732533_205775*) и др. Участников их групп можно сравнить между собой (*vk.com/compare_groups?mid=205775*), а также отследить популярность публикуемого в них контента (*vk.com/talk_to_friends?mid=205775*, *vk.com/app3429542_205775*).

В связи с ростом популярности продвижения сайтов в результатах выдачи систем поиска появилось множество автоматических сервисов анализа корпоративных сайтов именно с этой точки зрения. Наиболее популярными из них являются:

- PR-CY (*www.pr-cy.ru*) позволяет провести комплексный экспресс-анализ поисковой оптимизации ресурса. Представляются такие данные: ТИЦ, PR, количество проиндексированных страниц, возраст сайта, количество внешних и внутренних ссылок. Для отслеживания последнего параметра используются данные другого сервиса – Линкпад (*www.linkpad.ru*), до ноября 2013 года называвшегося Solomon.ru. Также, используя PR-CY, можно составить первоначальное представление о ключевых словах, по которым сайт продвигается в поиске на основании «видимости» его в основных системах, с указанием «основных конкурентов».
- SEMRUSH (*ru.semrush.com*) – известный международный сервис, большая часть функционала которого является платным. Однако в качестве демонстрации предоставляется возможность анализа нескольких сайтов, также существует возможность получить некоторое количество отчётов на e-mail. Сервис поможет узнать о поисковом и рекламном трафике (на основе данных Google) и его стоимости, основные ключевые слова и ближайших конкурентов в поисковой и контекстной выдаче.
- MegaIndex Audit (*audit.megaindex.ru*) по заявлению его создателей является самым популярным инструментом для проведения SEO-аудита сайтов. Отслеживаются общие показатели, неработающие ссылки, качество заголовков и метатегов сайта, форматирования текста, статистика редиректов, дублей страниц, исходящих ссылок и т.д.

Помимо поисковой оптимизации можно проанализировать и активность конкурентов в системах контекстной рекламы. Для этого можно воспользоваться сервисом ADVSE (*advse.ru*), который поможет проанализировать и сравнить контекстные рекламные компании конкурентов: найти конкурентов в контекстной выдаче по ключевым словам, а также проанализировать их рекламные кампании.

3. Следующей группой источников маркетинговой информации являются **отчёты о проведённых исследованиях**. Исследованиями Интернета занимается множество компаний и многие из них предоставляют к своим результатам открытый доступ. Google Think Insights (www.thinkwithgoogle.com) является интегратором таких публикаций (на английском языке), что существенно облегчает поиск нужных.

Комплексные исследования интернет-аудитории проводят Фонд «Общественное мнение», ComCon, Romir, GfK и др. Однако лишь первый (runet.fom.ru) предоставляет к ним открытый доступ. Историю мониторинга поведения пользователей Рунета с 2001 по 2011 г. можно найти на сайте ОнЛайн Монитора (www.onlinemonitor.ru/results-monitoring/rezultaty).

Данные по отдельным отраслям и рынкам предоставляют самые разные исследовательские компании и маркетинговые агентства. Среди них можно выделить российские ВЦИОМ (wciom.ru/database), DataInsight (www.datainsight.ru/public), iKS-Consulting (www.iks-consulting.ru) и др. На глобальном уровне интернет-исследования публикуют Nielsen (nielsen.com) Mckinsey&Company (www.mckinsey.com/insights), ClickZ (www.clickz.com), ComScore (www.comscoredatamine.com) и др. Отдельно можно выделить Consumer Barometer (www.consumerbarometer.eu), который осуществляет сравнение покупательского поведения и исследований рынка в онлайн и офлайн среде по странам и отраслям и предоставляет данные в понятной инфографике.

Несмотря на такое разнообразие исследовательских компаний, одним из главных источников подробной информации о российской аудитории сети с 2007 г. остаётся TNS WebIndex (www.tns-global.ru/services/media/media-audience/internet). В открытых ежемесячных отчётах этого исследования можно найти детальную информацию о количестве и характеристиках посетителей всех популярных сайтов Рунета.

Интернет-активность конкурентов можно также проанализировать по рейтингам уже упоминавшихся систем анализа посещаемости (LiveInternet, Openstat, Рамблер ТОП100) и других ресурсов ранжирования сайтов. Среди последних выделяется сервис Webomer (webomer.ru), позволяющих оценивать такие характеристики самых разных веб-ресурсов (включая блоги и аккаунты в Facebook, ВКонтакте, Твиттер и Google+), как охват по странам и регионам, количеству постоянных пользователей (так называемое «ядро») и др.

Самым же популярным рейтингом в мире является Alexa Rank (www.alexa.com) от одноименного интернет-агентства, формирующего его с 1996 г. Этот рейтинг не очень популярен в России, так как рассчи-

тывается по данным плагина для браузеров Alexa Toolbar, не столь распространённого в нашей стране, как на Западе. Отчасти, с этим связано небольшое число отечественных сайтов для которых предоставляется весь спектр информации — для этого ресурс должен ранжироваться в пределах первых 100 000 в мире.

Отдельно нужно упомянуть рейтинги аккаунтов в социальных медиа, которые составляют системы мониторинга. Среди них можно выделить рейтинги российской платформы JagaJam (www.jagajam.com/ru/ratings) и глобальной Socialbakers (www.socialbakers.com/all-social-media-stats).

И, безусловно, нельзя забывать об отчётах исследований поискового спроса Яндекса (company.yandex.ru/researches) и Google (www.google.com/trends).

4. Заказные исследования.

Проведение новых исследований всегда связано со значительными трудностями, обусловленными как большими временными и финансовыми затратами, так и сложностью организации исследований и интерпретации полученных результатов.

Тем не менее, существующий современный онлайн-инструментарий позволяет существенно облегчить решение хотя бы первых трёх проблем. Из всего комплекса исследовательских методов наиболее часто применяются анкетирование, сплит-тесты, фокус-группы и интервью.

Опрос является самым распространённым способом сбора информации о клиентах и перспективах бизнеса. В ходе опроса можно выяснить у потенциальных клиентов подробности их покупательского поведения: планы покупок на ближайший год, факторы, влияющие на выбор товаров и поставщиков. Можно собрать данные об их демографических характеристиках и уровне потребления определенной категории товаров.

Интернет-инструменты, использующиеся при проведении опросов, делятся на две группы: сервисы сбора и обработки анкет онлайн и по электронной почте. Первые применяются при необходимости проведения исследования на собственной площадке, куда предполагается привлекать респондентов через различные каналы продвижения. Для распространения опросников среди клиентов можно рассылать им информационные бюллетени или включать ссылки на них в транзакционные сообщения. Также их можно продвигать через корпоративные аккаунты в социальных медиа.

Среди сервисов онлайн-анкетирования мировым лидером является Survey Monkey (surveymonkey.com), имеющий среди прочих и русскоязычную локализацию. В бесплатной версии всем пользователям

доступно создание анкет из 10 вопросов и сбор 100 ответов на них, а также обработка и анализ результатов в режиме реального времени. Несмотря на такие, более чем скромные, возможности, на сервис стоит обратить внимание, так как он предоставляет готовые шаблоны опросов для самых разных видов деятельности (от исследований рынка до оценки результатов мероприятий). Базу для них из нескольких тысяч формулировок вопросов с вариантами ответов создавали профессионалы, что резко снижает вероятность ошибок при составлении программной части исследования. Ещё одним достоинством Survey Monkey является возможность интегрировать сформированную анкету как в CRM-систему организации или просто на собственный сайт и страницу в Facebook, так и в большое количество разнообразных популярных платформ: от систем автоматизации e-mail-рассылок (MailChimp, ActiveCampaign и др.) до сервисов онлайн-поддержки посетителей сайта (DropThough) или корпоративного аккаунта в социальных сетях (GroSocial).

Социальные медиа и сами по себе могут быть использованы в качестве инструмента для анкетирования пользователей. Многие площадки (как, например, ВКонтакте) обладают встроенными инструментами создания опросов, но пригласить своих подписчиков ответить на несколько интересующих вопросов можно практически в любой из них (даже в Твиттере).

Конечно, в Рунете существуют бесплатные инструменты создания и более сложных анкет, так можно воспользоваться сервисом Google Формы, позволяющим организовать, в том числе и совместную, работу над опросом непосредственно в Google Диске. Но проще воспользоваться специализированной платформой, такой как Webanketa (*webanketa.com*), которая позволяет создавать любое количество анкет с неограниченным числом вопросов, опрашивая до 200 респондентов каждый раз. Другим преимуществом этого русскоязычного сайта перед тем же Survey Monkey является возможность экспортировать полученные данные напрямую в Excel или SPSS уже на бесплатном тарифном плане.

Второй группой исследовательских инструментов являются системы автоматизации e-mail-рассылок, позволяющие составить собственную анкету, оформить в соответствии с потребностями и направить по собственной или предоставленной базе адресов потенциальных клиентов. Среди русскоязычных сервисов самыми популярными «бюджетными» решениями являются UniSender (*www.unisender.com*) и Smartresponder (*smartresponder.ru*). На бесплатном тарифе первый по-

зволяет отправлять 1500 писем 100 подписчикам в месяц, тогда как второй — до 50 000 писем 1000 подписчикам. Англоязычный Интернет предоставляет намного больший выбор — систем почтовых рассылок сотни. Самым распространённым является MailChimp (*mailchimp.com*), с помощью которого без финансовых затрат можно рассылать до 12 000 писем 2000 подписчикам ежемесячно. Хотя и эти значения показателей не предел, например, сервис Mad Mimi (*admimi.com*) увеличивает каждый из них на 500, оставаясь по-прежнему бесплатным.

Для повышения собираемости анкет можно стимулировать респондентов, например, предлагая им скидки или предоставляя подарочные сертификаты ⁴.

Сплит тестирование или А/В тестирование применяется для исследования онлайн-продуктов: дизайна веб-страниц и электронных писем, качества содержащихся в них текстов и изображений, общей компоновке контента и др. При проведении такого исследования контрольный образец сравнивается с рядом своих вариаций для определения лучшего из них. Например, все названные выше автоматические системы e-mail-рассылок позволяют провести тестирование степени «открываемости» писем с разными заголовками, вероятности перехода из писем с разным контентом и т.п. на небольшой группе подписчиков (обычно это 30%, но статистически значимые показатели могут быть достигнуты и при меньшей выборке) для определения самого эффективного варианта, который уже и будет разослан всем остальным. Для сплит тестов веб-страниц также существуют множество сервисов, одним из бесплатных вариантов достаточно популярным является сайт www.easywebsiteoptimizer.com.

При проведении исследования методом фокус-группы важно учитывать, что они не позволяют анализировать реальные поступки потребителей, собирая лишь их мнения. Поэтому использование на практике выводов, построенных только в результате таких обсуждений, чаще приводит к ошибкам. Тем не менее, для уточнения уже имеющихся данных фокус-группы вполне применимы. Существуют несколько способов их проведения онлайн: фокус-чат, фокус-форум, видео- или аудио-конференции ⁵.

⁴ Баловсяк Н. Как узнать больше о ваших клиентах и разработать стратегии маркетинга и продаж // «Ловим сетью» — 16.05.2012. URL: <http://lovim.net/2012/05/from-clients-to-strategies>.

⁵ См.: Дронова Е.А. Маркетинговые исследования с применением интернет-технологий: преимущества и недостатки // Вестник Академии. — 2011. — № 2. — С. 177–179. URL: <http://elibrary.ru/download/87745797.pdf>.

Фокус-чат (чат-группы) – это проведение online-дискуссий между респондентами и модератором в общем чате. Такие группы проводятся в режиме реального времени: все участники (обычно 6–8 человек) регистрируются на сайте и вместе с модератором ведут обсуждение в течение определенного времени (обычно 1–1,5 часов). Заказчик исследования отслеживает ход группы в режиме реального времени; он может вести скрытую от остальных переписку с ведущим группы, корректируя его действия.

Фокус-форум (форум-группы) – проведение дискуссий между респондентами и модератором в отложенном режиме. Респонденты отвечают на ежедневно размещаемые модератором группы вопросов общей тематики в течение недели, иногда двух.

Фокус-группы в формате видео- или аудиоконференции – это проведение дискуссии между респондентами и модератором в режиме «Real Audio» или «Real Video», который позволяет участникам конференции видеть и слышать друг друга и модератора, что уже максимально приближено к офлайн исследованиям. Модератор может посылать и письменные сообщения – вопросы или, например, адрес тестируемого сайта, или графические изображения упаковки. Организация подобных конференций наиболее трудна. Здесь требуется наличие специальной технической аппаратуры и программного обеспечения как у респондентов, так и у модератора (видеокамера, микрофон, специальный канал связи)⁶.

Максимально приближенным к офлайн методам исследования является и онлайн-интервью, представляющее собой беседу с модератором один на один в режиме реального времени по Skype (или используя другой сервис видеосвязи).

Многочисленные инструменты сбора и анализа данных в Интернете позволяют проводить полноценные маркетинговые исследования, получать достоверную информацию о потребителях, их предпочтениях, на основе чего в дальнейшем можно совершенствовать коммуникационную и маркетинговую стратегии компании.

⁶ См.: Вертайм К., Фенфик Я. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. – М.: Альпина Паблшер, Юрайт, 2010.

Используемые источники

1. Баловсяк Н. Как узнать больше о ваших клиентах и разработать стратегии маркетинга и продаж // «Ловим сетью» – 16.05.2012. URL: <http://lovim.net/2012/05/from-clients-to-strategies>.
2. Быков И. А., Мажоров Д. А., Слуцкий П. А., Филатова О. Г. Интернет-технологии в связях с общественностью / Под ред. И. А. Быкова, О. Г. Филатовой. – СПб.: Роза мира, 2010.
3. Вертайм К., Фенфик Я. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. – М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2010.
4. Дронова Е.А. Маркетинговые исследования с применением интернет-технологий: преимущества и недостатки// Вестник Академии. – 2011. – № 2. – С. 177–179. URL: <http://elibrary.ru/download/87745797.pdf>.
5. Как увеличить продажи с сайта. Веб-аналитика // Ingate Digital Agency, 2012. URL: <http://smm.ingate.ru/smm-issledovaniya/#/pdf/>.
6. Чередов И. Г. Системы мониторинга социальных сетей в России // PR-технологии в информационном обществе: материалы VIII Научно-практической конференции. 11 апреля 2013 г. Санкт-Петербург / Под. ред. И.Е. Тиммерманиса. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – С. 99–101. URL: <http://www.gf-sut.ru/biblioteka>.

Шацкая И. В.

*кандидат экономических наук, доцент,
научный сотрудник Института экономики РАН
e-mail: shatskaya@list.ru*

Модернизация системы образовательной подготовки как условие конкурентоспособности отечественных трудовых ресурсов

В статье обоснуется необходимость модернизации системы отечественного образования как одного из важнейших условий квалифицированной подготовки трудовых ресурсов для российской экономики. Особое внимание автора уделяется вопросу совершенствования системы дополнительного профессионального образования. Автор рассматривает альтернативные возможности повышения профессионализма отечественных кадров, такие как корпоративное образование и партнерство бизнес-сообщества с образовательными организациями.

Ключевые слова: модернизация системы образования, дополнительное профессиональное образование, корпоративный университет, технопарк, государственно-частное партнерство образовательных организаций и бизнес-сообщества.

Shatskaya I.V.

*PhD (Economics), associate professor, research associate
of the Institute of economics of the Russian Academy of sciences*

Modernization of educational system as a condition of competitiveness of domestic labor force

Current paper is devoted to a question of the necessity of modernization of an educational system as one of the most important conditions of the qualified preparation of a labor force for the Russian economy. According to the author, development of a system of additional professional education as a source of life learning of citizens and improvement of their professional skills during the whole vital period has to become the priority direction of modernization of an education system.

Keywords: educational system modernization, additional professional education, corporate university, science and technology park, state-private partnership of the educational organizations and business community.

Обилие дестабилизирующих факторов, характеризующих современную систему профессионального образования, стимулирует ее низкую инвестиционную привлекательность и снижение конкурентоспособности на мировом рынке образовательных услуг. В конечном итоге это приводит к невыполнению важнейшей функции образования по подготовке квалифицированных трудовых ресурсов для модернизируемой отечественной экономики. Потому обеспечение качественного, отвеча-

ющего потребностям современного общества образования требует обязательной институциональной перестройки всей образовательной системы, обеспечивающей трансформацию российской экономики в экономику знаний и инновационный прорыв. Учитывая важнейшую общественную роль, которая отводится образовательному институту, трансформация профессионального образования не может проходить бессистемно и выборочно. Задачей государства является создание комплексной системы мероприятий, направленных на устранение недостатков, препятствующих развитию системы профессионального образования. Модернизация образования должна основываться на научном осмыслении его сильных и слабых сторон, на построении инновационных образовательных систем как основы становления общества знаний, а также на принципах социальной ответственности, гарантирующих подготовку развитых, профессионально подготовленных общественно полезных граждан.

Стремительное развитие технологий, общественный прогресс вынуждают нас признать, что знания, актуальные вчера и сегодня, завтра обесценятся. По данным экспертной оценки, представленной в докладе Давыденко Т.М., директора Департамента профессионального образования Министерства образования и науки в РФ, «... в ближайшие десять лет 80% работников будет иметь образование, полученное более десяти лет назад, а около 80% технологий, используемых сегодня, устареет»¹. Это говорит о необходимости развития системного непрерывного образования, которое, по нашему мнению, должно основываться на усилении роли дополнительной профессиональной подготовки трудовых ресурсов.

К слову сказать, сегодня в этом направлении властями России уже предпринимается ряд мер. Так, 07 февраля 2011 г. подписано распоряжение Правительства России №163-р «О Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 гг.». Целью Федеральной программы развития образования является обеспечение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного социально ориентированного развития Российской Федерации². В рамках Программы сформированы стратегические проекты развития образования, а также модели управления образованием в условиях широкомасштабного использования информационно-телекоммуникационных технологий. Кроме того, к 2020 г.

¹ <http://mon.gov.ru/files/materials/8282/11.02.22-neprer-davydenko.pdf>.

² <http://www.fcpro.ru/>.

планируется создание около двадцати научно-образовательных центров мирового уровня, которые будут заниматься внедрением результатов передовых научных исследований в образовательные программы, вести инновационные проекты, и обеспечивать высококвалифицированными кадрами экономику нашей страны.

Успешная реализация данной программы, думается, позволит обеспечить развитие системы дополнительного профессионального образования, довести ее до уровня, отвечающего современным запросам российского общества, помочь стать одним из важнейших элементов экономики знаний и ключевого условия успешной модернизации. Ведь именно кадровый потенциал, наращенный в процессе профессионального обучения, по нашему глубокому убеждению, обеспечит динамичное социально-экономическое развитие России, а также глобальную долгосрочную конкурентоспособность человеческого ресурса.

Между тем, несмотря на бесспорную актуальность и амбициозность этих утверждений, развитию системы дополнительного профессионального образования сегодня препятствует целый ряд факторов.

Прежде всего, это ориентация на коммерческую выгоду и низкое качество предоставляемых образовательных услуг. Востребованность дополнительного профессионального образования спровоцировала чрезмерное распространение в географических масштабах данного вида образовательных услуг. Сегодня центры повышения квалификации действуют практически в каждой организации, занимающейся образовательной подготовкой граждан. Ориентируясь на потребительские ожидания, данные организации сокращают продолжительность образовательных программ (численность населения, прошедшего дополнительное профессиональное обучение в объеме 72 академических часов в 2010 г. составило 1787339 чел., т.е. около 80% общей численности получивших дополнительное образование)³, упрощают форму и содержание аттестации, переходят на дистанционное обучение, с тем, чтобы обеспечить потребителям услуг максимальное удобство, зачастую в ущерб качеству профессиональной подготовки.

Вторая очевидная проблема системы дополнительного профессионального образования – оторванность образовательной программы от практики. Согласно официальной статистике⁴, профессиональную подготовку на курсах повышения квалификации в 2010 г. прошли свыше

³ Дополнительное профессиональное образование работников в организациях в 2010 г. / Статистический бюллетень ДПО 2010 г. – М.: Росстат, 2010.

⁴ Там же.

70% обучающихся. Учитывая, что основная масса преподавателей, задействованных на подобных курсах — это профессорско-преподавательский состав организаций высшего и среднего профессионального образования, бесспорно, талантливые педагоги, но обладающие сравнительно низкими навыками непосредственно практической деятельности, можно только подчеркнуть низкую результативность такой подготовки.

Наконец, ни для кого не секрет, что спрос рождает предложение, и сегодня появляются все новые образовательные программы, востребованные рынком труда, но при этом вынуждающие профессорско-преподавательский состав образовательных организаций браться за те области образовательной подготовки, о которых, по меньшей мере, часть его имеет слабое представление, не говоря уже о полном отсутствии профессиональных знаний в передовых областях научной и технической мысли, которые должны стать движущей силой модернизации экономики России.

Таким образом, едва ли система дополнительного профессионального образования в ее нынешнем виде способна стать лейтмотивом качественных преобразований в отечественной экономике. Напротив, мы можем констатировать, что современная система отечественного образования не отвечает потребностям рынка труда ни в вопросе качества образовательных услуг, ни в части удовлетворения потребности в работниках востребованных специальностей. Потому сегодня мы наблюдаем колоссальный дисбаланс между рынками образовательных услуг и труда: в отдельных отраслях экономики до 70% молодых специалистов остаются невостребованными⁵ и не работают по полученной специальности, те же, кто трудоустраивается, часто нуждаются в переподготовке за счет предприятия. Все это свидетельствует о необходимости концептуальных и институциональных преобразований в сфере отечественного образования. Отметим, что в условиях постоянного роста требований к профессиональному мастерству и квалификации на фоне быстрого устаревания знаний совершенствование системы образования требует обеспечения непрерывной адаптированности к внешним факторам, а значит ликвидация дисбаланса между рынками образовательных услуг и труда возможна только на основе интенсивного взаимодействия образовательных организаций и бизнеса, который, собственно, и является конечным потребителем образовательных услуг организаций, осуществляющих подготовку специалистов.

⁵ Трунова Н.В., Антропов В.А. Перспективы развития механизмов государственно-частного партнерства в сфере высшего профессионального образования в России // ИнВестРегион. — 2012. — № 1.

Государственно-частное партнерство в сфере образования представляет собой систему долгосрочных обоюдно выгодных отношений между государством в лице образовательной организации и бизнес-сообществом с целью создания таких условий, которые способствовали бы повышению эффективности деятельности образовательной организации, развитию ее стратегического потенциала, а также обеспечению предоставления социально значимых качественных и доступных услуг российскому обществу.

Участие бизнеса в образовательной деятельности может стать обоюдно выгодным как для самих бизнес-структур, так и для образовательных организаций.

Для образовательных организаций создаются возможности для многоканального финансирования, в том числе обеспечения финансовыми ресурсами научно-исследовательских работ, доведения их до коммерческой готовности с закреплением авторских прав, улучшения материально-технической оснащенности образовательного процесса, создания возможности будущего трудоустройства выпускников на предприятиях-партнерах и др. Для предприятия выгоды партнерства с образовательной организацией означают, прежде всего, возможность участия в ее управленческой, образовательной и научной деятельности с позиции конечного потребителя результатов трудового процесса образовательной организации; участия в доработке образовательных программ и их корректировке в соответствии с требованиями рынка труда; создания на базе образовательной организации научно-производственной инфраструктуры для реализации собственных инновационных проектов; привлечения преподавателей и учащих к реализации бизнес-проектов.

Совокупным преимуществом государственно-частного партнерства в образовании является долгосрочный характер партнерских отношений, что гарантирует их надежность, стратегическую направленность и устойчивость.

Государство как участник партнерских отношений между образовательной организацией и бизнес-структурой выступает в качестве важнейшего регулятора экономики на основе установления нормативно-правовых границ ее функционирования, обеспечения равного доступа всех категорий населения к образованию, создания условий свободной конкуренции как важнейшего условия качественных партнерских отношений. Кроме того, именно государство должно способствовать становлению и развитию инициатив в области государственно-частного партнерства.

Надо отметить, что государственная поддержка инициатив в области государственно-частного партнерства, направленных на развитие инновационной экономики, уже способствовала появлению институтов развития, к которым сегодня относятся: инновационные фонды, банки развития, технопарки, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий и др. Данные институты играют крайне важную роль в развитии инфраструктуры, способствуют практическому воплощению стратегических инициатив, изложенных в программах развития отечественной экономики, а также содействуют реализации ее модернизационных преобразований.

Однако до сих пор государством не решена проблема подготовки профессиональных кадров, призванных обеспечить высокое качество оказываемых образовательных услуг, выполняя при этом важнейшую функцию по передаче навыков и практических знаний молодому поколению учащихся — будущих специалистов, которые в скором времени составят основу рынка трудовых ресурсов. Надо сказать, что предпринимательский сектор, по крайней мере, его самые могущественные представители, пытается решить проблему дефицита квалифицированных кадров своими силами. В частности, посредством самостоятельной образовательной подготовки и переподготовки своих сотрудников, т.е. внедрения и реализации системы корпоративного образования. Под корпоративным образованием понимается система обучения персонала корпорации, нацеленная на обеспечение его эффективной подготовки для успешной реализации корпоративных стратегических инициатив. Более точное, на наш взгляд, определение корпоративного образования предложили А.С. Минзов и Е.Н. Черемисина. В их интерпретации корпоративное образование — это система накопления и трансляции различного рода знаний: экономических, технологических, производственных, организационных, знаний в области корпоративной культуры, профессионально-этических, управленческих и др. для эффективного достижения поставленных перед корпорацией целей ⁶.

Из приведенного определения следует, что особенностью корпоративного образования является его неотделимость от целей корпорации, а значит, корпоративное образование является индивидуальным продуктом ее интеллектуальной деятельности. Основным содержанием корпоративного образования является развитие человеческого потенциала организации, навыков, знаний и умений персонала.

⁶ <http://minzov.ru/analytc/30.pdf>.

Вопрос участия предприятий в процессе профессионального обучения собственного персонала не является новым. История корпоративного образования уходит в начало XX в. В 1927 г. американская автомобилестроительная компания General Motors для обучения своего персонала создала первый в мире корпоративный институт General Motors. Данное структурное подразделение компании насчитывало девяносто девять подразделений в двадцать одной стране и штат в количестве свыше четырехста сотрудников. Современные западные корпоративные университеты представляют собой широко признанные и прочно закрепившиеся производственно-образовательные учреждения с опытом высокопрофессиональных образовательных программ. Это структурные подразделения корпораций, которые благодаря взаимодействию с поставщиком и проведению исследований обеспечивают обучение персонала, стратегически ориентируясь на развитие отдельных личностей для эффективной работы подразделений и всей организации.

В России первый корпоративный университет появился в 1999 г. в корпорации «ВымпелКом». В отличие от Запада, где основной причиной появления корпоративных университетов стало усиление конкуренции, вызванное, прежде всего, влиянием глобализации, в России корпоративные университеты представляют собой скорее совокупность концептуальных образовательных программ, стимулирующих развитие организации и распространение ее корпоративных ценностей. В отечественных корпоративных университетах используются разные формы образовательного процесса: лекции, семинары, тренинги, интерактивные формы. Э. Фрезина, основатель и президент крупной чикагской консалтинговой компании в области организационного развития, выделил три стратегические роли, в которых выступает корпоративный университет⁷:

- усиление и сохранение — университет должен аккумулировать корпоративные ценности, а также особенности корпоративной культуры, укреплять и распространять их;
- управление и перемены — через корпоративные университеты должно происходить продвижение организационных изменений, нацеленных на повышение эффективности предпринимательской деятельности;

⁷ Fresina A. The Three Prototypes of Corporate Universities // Corporate university review, 1997.

- управление и регулирование организации – корпоративный университет становится важнейшим структурным элементом, доводящим до персонала информацию о векторе развития предприятия.

Современный корпоративный университет – это структурное подразделение крупного предприятия, которое призвано обеспечить выполнение следующих функций:

- обучение сотрудников всех уровней – и это первоочередная функция корпоративного образования, призванная обеспечить персонал корпорации знаниями на основе единых корпоративных стандартов;
- управление знаниями, т.е. систематизация опыта и навыков персонала корпорации, а также его распространение среди обучающихся;
- разработка инноваций – корпоративное образование базируется на обмене опытом, знаниями, идеями между сотрудниками корпорации, которые в процессе дискуссий могут оформиться в новые бизнес-проекты;
- единый центр корпоративной культуры и ценностей – данная функция обеспечивает сплочение коллектива и формирование его приверженности корпоративным интересам.

Таким образом, корпоративное образование сочетает в себе черты классической профессиональной образовательной подготовки с инновационной деятельностью, а также служит инструментом мотивационной поддержки персонала и укрепления его корпоративного духа, что, с позиции теории социальной ответственности бизнеса стимулирует развитие человеческого потенциала и обеспечивает приверженность каждого индивида к интересам корпорации, т.е. подчинение индивидуального начала общему делу. Примечательно, что имея общий базис с системой профессионального образования, корпоративные университеты вобрали в себя принципиально иной механизм реализации профессиональной подготовки.

Во-первых, система высшего образования предоставляет учащимся универсальные знания, ориентируя их на работу в любой организации, в отличие от корпоративного образования, которое подстраивается под нужды и цели конкретного предприятия. Во-вторых, корпоративное образование находится в прямой зависимости от факторов внешней среды, а значит, данная система должна быстрее реагировать и внедрять инновационные проекты, в отличие от консервативной системы высшего образования. Наконец, в-третьих, корпоративное образование

должно быть рентабельным, так как является частью коммерческого бизнеса. В отличие от высшего образования, которое, прежде всего, имеет целью обеспечение учащихся профессиональными знаниями, и где суммарный эффект от предоставления образовательных услуг сложно отследить сразу.

Мы, безусловно, приветствуем практику распространения корпоративного образования в отечественной образовательной среде, которое может стать эффективным инструментом передачи практического опыта от одних сотрудников другим, повышая профессионализм последних и сводя к минимуму риск утраты ценнейших знаний и мастерства старшего поколения сотрудников. Однако мы считаем, что данный инструмент корпоративной социальной ответственности обладает недостаточным уровнем инклюзивности социальных программ, не предусматривает активного соучастия с государством и обществом. Рассматривая практику корпоративных университетов как сугубо фрагментарное явление в образовательной среде, доступное лишь крупнейшим корпорациям, едва ли можно говорить о развитии корпоративного образования как о перспективной возможности решения кадровой проблемы модернизации российской экономики. Кроме того, на современном этапе существует ряд проблем, которые препятствуют эффективному развитию корпоративного образования в России. Вот только некоторые из них.

1. Необходимость динамичного обновления содержания образовательных программ — в корпоративных университетах динамика обновления учебно-методических материалов значительно выше, чем в организациях профессионального образования. Поэтому преподавательский состав должен работать на опережение, что усиливает трудоемкость образовательной деятельности корпоративных университетов.

2. Большинство корпоративных университетов осуществляет свою деятельность в тесном контакте с основными поставщиками образовательных услуг — образовательными организациями, консалтинговыми компаниями, тренинговыми центрами и др. На нынешний момент отсутствуют единые стандарты оценки посредников и поставщиков образовательных услуг, поэтому качество образовательной подготовки в корпоративных университетах может быть посредственным, не соответствующим задачам корпоративного образования;

3. До сих пор образовательная программа корпоративных университетов рассматривается как элемент коммерческой тайны конкретной корпорации, доступ к которой, естественно, закрыт сторонним представителям бизнес-сообщества. Между тем, системный подход к управле-

нию доказывает, что чрезмерная закрытость чревата оторванностью отдельного бизнеса от мировых тенденций, от новых возможностей, а по-сему рискует превратить организацию в искусственно созданный закрытый инкубатор, не имеющий навыков адаптации к условиям внешней среды. Поэтому сегодня намечается тенденция производить образовательные услуги и распространять их за пределы одной организации. Кроме того, наблюдается повышенный интерес зарубежных корпоративных университетов к российским, а значит необходимо создание единой базы для взаимообмена опытом и информационного обогащения с целью развития корпоративного образования в мире. Сложность заключается в том, что сегодня отсутствуют единые стандарты корпоративного образования, так как каждый университет создается под конкретные цели бизнеса.

4. Низкая рентабельность корпоративного обучения. Большинство корпоративных университетов — это центры затрат. С учетом того, что образовательная деятельность не является основной для корпораций, высокая затратность корпоративного образования обуславливается чрезмерными расходами на содержание и обновление образовательного процесса, методическое и программное обеспечение, оплату услуг преподавателей и бизнес-тренеров и др. Образовательные программы могут быть эффективны при условии непрерывной поддержки со стороны владельцев бизнеса и представителей высшего руководства, которые осуществляют руководство университетом с позиции стратегического управления, постепенно диверсифицируя образовательную деятельность, например, за счет развития научного или инновационного направления деятельности университета, а также с помощью оказания консалтинговых услуг сторонним клиентам.

5. Низкая эффективность многих образовательных программ. Как было отмечено выше, поставщики образовательных услуг корпоративного университета — это либо преподаватели образовательных организаций и бизнес-тренеры, либо собственный персонал. В первом случае основная причина неэффективности образовательных программ — в оторванности преподавательского состава образовательных организаций от практических законов бизнеса. Теоретические знания, не адаптированные к реалиям конкретной компании, теряют практическую ценность, а потому рискуют оказаться бессмысленными. Во втором случае роль преподавателей принимают на себя отдельные сотрудники организации, очевидно, крупные специалисты в своей области, выступающие бесценным источником важнейшей практической информации. Однако отсутствие педагогической подготовки, слабое вла-

дение активными и интерактивными методами обучения и зачастую неспособность донести нужную мысль до целевой аудитории могут свести все усилия такого специалиста на нет. Поэтому корпоративное образование должно сочетать в себе навыки как педагогической, так и профессиональной деятельности в бизнес-сфере. Только совместное участие представителей образования и бизнеса в разработке учебной программы может стать гарантом качественной образовательной подготовки учащихся.

6. Проблема управления корпоративным университетом. Эффективное управление корпоративным университетом должно интегрировать как предпринимательские, так и образовательные принципы: как часть бизнеса корпоративные университеты должны приносить прибыль, как источник знаний – обеспечивать персонал качественным обучением на основе современных образовательных технологий.

Перечисленные проблемы усугубляются тем, что сегодня как бизнес, так и организации профессионального образования не замечают острой нужды в налаживании партнерских отношений, которые стали бы эффективным инструментом повышения результативности корпоративного обучения. Не замечают они и очевидной взаимной выгоды от партнерских связей. Для образовательных организаций высшего профессионального образования участие преподавателей в корпоративном обучении могло бы повысить их квалификацию за счет получения ими новых знаний и практических навыков. В свою очередь, партнерство с образовательными организациями выгодно корпоративным университетам. Преподаватели могли бы привлекать для выполнения научных работ и инновационных проектов способных студентов, которые получили бы перспективу трудоустройства в корпорации. Кроме того преподаватели образовательных организаций могли бы стать активными участниками совместных научно-исследовательских работ, перенося часть исследовательской работы в научные лаборатории своих университетов. Очевидно, что необходим импульс, способный подстегнуть предприятия работать в тесном контакте с образовательными организациями. И инициатива в этом вопросе должна принадлежать государству.

Показательным здесь, как нам представляется, является опыт государственной поддержки государственно-частного партнерства в сфере науки и инноваций. С целью развития инновационного бизнеса на основе взаимодействия предпринимательских структур и образовательных организаций при непосредственном участии государства в России были созданы технопарки, призванные сконцентрировать на одной террито-

рии специалистов разного профиля деятельности. В общем понимании технопарк — имущественный комплекс, объединяющий промышленные объекты, организации, занимающиеся образовательной деятельностью, научно-исследовательские институты, выставочные площадки и деловые центры, а также обслуживающую инфраструктуру. Идея создания технопарков принадлежит США, где после Второй мировой войны на территории Стэнфордского университета возник офисный парк, представленный высокотехнологичными компаниями, что позволило не только обеспечить выпускников университета перспективой выгодного трудоустройства, но и решило проблему дефицита высококвалифицированных специалистов. В Европе технопарки получили распространение в последней четверти прошлого века, однако темпы их развития были значительно ниже, чем в США. Ситуацию выправило размещение в технопарках бизнес-инкубаторов — производственных помещений для размещения начинающих инновационных компаний.

В России первый технопарк был открыт в 1990 г. в Томске на базе Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники, второй — спустя год при Московском институте электронной техники. Сегодня отечественные технопарки создаются не только при образовательных организациях, но и при научных центрах и в наукоградах.

Государство оказывает активную поддержку развитию технопарков. Так, 10 марта 2006 г. Правительством России была утверждена комплексная программа «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий», координатором которой выступает Министерство связи и массовых коммуникаций РФ. В 2011 г. Министерством связи и массовых коммуникаций РФ подписаны соглашения о сотрудничестве и поддержке в реализации проектов компаний-резидентов с инновационным центром «Сколково» и ОАО «РВК». Помимо этого, в России создано Некоммерческое партнерство «Ассоциация технопарков в сфере высоких технологий», членами которой на сегодняшний день является 15 технопарков. Данная ассоциация создана с целью координации действий технопарков в сфере экономических отношений; защиты их прав во взаимоотношениях с профсоюзными организациями, с органами государственной власти и местного самоуправления; содействия решению социальных, научно-технических, управленческих проблем, возникающих в деятельности технопарков — членов ассоциации⁸.

⁸ <http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/1255>.

Развитию технопарков способствует финансовая поддержка: только в 2011 г. в инфраструктуру технопарков вложено 7 млрд руб. федеральных средств, 8,5 млрд руб. региональных и 4 млрд руб. частных вложений. По итогам 2011 г. выручка компаний-резидентов технопарков составила 17 млрд руб.

Опыт технопарков, базирующийся на совместной деятельности образовательной сферы и бизнеса, доказывает успешность такого сотрудничества, но оно нуждается в дальнейшем развитии. Мы настаиваем на необходимости партнерства бизнеса и образовательной системы. Сегодня корпоративная социальная ответственность бизнеса должна быть инклюзивной, распространяя свое влияние на все общество. Социальная роль образовательных организаций должна усиливаться социальной вовлеченностью в образовательную деятельность предпринимательского сектора. И это естественная необходимость, вызванная особенностями нынешней волны цивилизационных преобразований во всем мире. Современные темпы общественного развития, непрерывно меняющиеся ожидания потребителей образовательных услуг, возросшие требования к профессионализму работников, как сферы образования, так и прочих сфер общественной деятельности, вынуждают систему образования искать поддержки у бизнеса.

Возможной мерой для активизации модели государственно-частного партнерства в сфере образования, по нашему убеждению, является эффективное налогообложение. Применяя действенную налоговую политику, государство может мотивировать предприятия внедрять в свою деятельность механизмы корпоративной социальной ответственности и, прежде всего, те, которые отвечают за развитие местного сообщества. Под действенной налоговой политикой мы понимаем грамотно разработанный налоговый режим, предусматривающий различные налоговые льготы и преференции за те или иные действия налогоплательщиков.

Мировой опыт доказывает, что налоговые льготы по корпоративному, социальному и другим видам налогов являются правомерным инструментом мотивационного воздействия государства на бизнес в части внедрения им принципов социальной ответственности. Налоговые послабления, используемые разными странами, зависят от целей государственной политики, а также особенностей общественного уклада страны. При этом введение налоговых мер должно основываться на определенных целях и планируемых результатах политики корпоративной социальной ответственности. Существует, по меньшей мере,

два направления налоговых мер, направленных на поддержку реализации политики корпоративной социальной ответственности. Первое направление — мотивационное, которое означает поощрение налогоплательщика, и включает меры по сокращению налогового бремени; второе — противоположное ему, порицательное, предполагающее увеличение налогового бремени для налогоплательщиков, чьи действия противоречат принципам корпоративной социальной ответственности, а значит, требуют дополнительной ответственности за неисполнение государственных программ. По нашему мнению, поощрительные меры могут оказаться более плодотворными в системе отношений между налоговыми органами и налогоплательщиками. Их главной целью является возмещение налогоплательщикам расходов или их части, связанных с определенной деятельностью в области социальной ответственности. Сюда относятся такие меры как дополнительные вычеты для целей налогообложения, освобождение от налогов, уменьшение налоговой ставки, право на отсрочку или рассрочку уплаты налогов, прочие налоговые преференции. Отметим также, что помимо налогового послабления государство может стимулировать социальную ответственность бизнеса с помощью прямого финансирования бизнеса, в частности на основе:

- предоставления бизнесу бюджетных займов и ссуд, т.е. денежных средств на возвратной основе;
- финансовой помощи — т.е. предоставления бюджетных денежных средств на безвозмездной основе.

Для того, чтобы данный механизм заработал в полную силу, необходимо разработать систему поддержки государством предприятий, которые занимаются финансированием социальных мероприятий, создавая единые для всех участников нормы и правила.

Надо сказать, что государство активно подключается к созданию условий для развития механизма государственно-частного партнерства: формируется нормативная база данного инструмента ответственности бизнеса перед обществом, прорабатываются основы институциональной среды для наращивания возможностей партнерских отношений. В Программе развития образования на 2013–2020 гг. упоминается, что в ближайшие годы переподготовка и повышение квалификации педагогических и управленческих кадров сферы образования будут осуществляться с учетом мероприятий государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика». Это означает, что проблема осознана на высшем уровне власти и запущены

механизмы ее решения, что позволяет нам надеяться на восстановление кадрового потенциала отечественной экономики по результатам образовательной подготовки на основе предоставления качественных образовательных услуг, отвечающих потребностям современного рынка труда и ожиданиям конечных потребителей.

Используемые источники

1. <http://mon.gov.ru/files/materials/8282/11.02.22-neprer-davydenko.pdf>.
2. <http://www.fcpro.ru/>.
3. Дополнительное профессиональное образование работников в организациях в 2010 г. / Статистический бюллетень ДПО 2010 г. – М.: Росстат, 2010.
4. Трунова Н.В., Антропов В.А. Перспективы развития механизмов государственно-частного партнерства в сфере высшего профессионального образования в России // ИнВестРегион. – 2012. – № 1.
5. <http://minzov.ru/analyt/c/30.pdf>
6. Fresina A. The Three Prototypes of Corporate Universities // Corporate university review, 1997.
7. <http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/1255>.

Под общей редакцией
доктора экономических наук, профессора,
Заслуженного деятеля науки РФ
В. С. Балабанова

У 68 Ученые записки Российской академии предпринимательства. Научно-практическое издание. Вып. XL / Под общей ред. В. С. Балабанова. – М.: Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2014. – 376 с.

ISBN 978-5-903893-75-1

В научно-практическом издании представлены статьи профессорско-преподавательского состава, соискателей Российской Академии предпринимательства и отечественных ученых, тесно сотрудничающих с Академией на протяжении многих лет.

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35

Научно-практическое издание

Серия

«Ученые записки Российской академии предпринимательства»

**РОЛЬ И МЕСТО
ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

Выпуск XL

Под общей редакцией В.С. Балабанова

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой
коммуникации **ПИ № 77 – 17478 от 18 февраля 2004 года.**

Подписано в печать 03.07.14
Формат бумаги 60x90 ¹/₁₆. Гарнитура «Newton7С, TextBookС»
Объем 21,85 усл. печ. л. Тираж 1000 экз.
Издательство Агентство печати «Наука и образование»
105005, г. Москва, ул. Радио, 14
(499)265-65-03, www.rusacad.ru, info@rusacad.ru