



ISSN 2073-6258

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ
Российской Академии предпринимательства

РОЛЬ И МЕСТО ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Сборник научных трудов

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

Москва
2009

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35
У 68

Рецензент

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

Редакционный совет:

Балабанов В.С. — д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, гл. редактор
Аристер Н.И. — д.э.н., профессор, Заслуженный экономист РФ
Ермакова Е.Е. — к.ф.н., профессор
Лехто Юха — кандидат общественных (политических) наук,
директор ООО «Transacta Consulting»
Суйц В.П. — д.э.н., профессор, член президиума ассоциации бухгалтеров
и аудиторов «Содружество», заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова
Чупров В.И. — д.с.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ
Юлдашев Р.Т. — д.э.н., профессор, академик РАЕН, зав. кафедрой «Страхование»
МГИМО, ген. директор Международного института исследования риска
Яковлев В.М. — д.э.н., профессор, профессор РАГС при Президенте РФ
Яновский Р.Г. — д.ф.н., профессор, член-корреспондент РАН,
председатель редакционного совета журнала «Безопасность Евразии»
Яхьяев М.А. — д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки Республики Дагестан

Редакционная коллегия:

Балабанова А.В. — доктор экономических наук, доцент
Бараненко С.П. — доктор экономических наук
Гаврилов Р.В. — доктор экономических наук, профессор
Гусов А.З. — доктор экономических наук, доцент
Журавлев Г.Т. — доктор экономических наук, доктор философских наук, профессор
Киселев В.В. — доктор экономических наук, профессор
Лезина М.Л. — доктор экономических наук, с.н.с.
Маршак А.Л. — доктор философских наук, профессор

Содержание

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ю. В. Бабанова

Современные тенденции развития российских организаций
в условиях неопределенности 6

В. М. Баринов

Европейский Союз: основные этапы развития,
институциональная структура, система финансирования 16

В. М. Яковлев, Е. Ю. Безруков

Предпринимательство и теневая экономика
в условиях экономического кризиса 31

Н. В. Михайлова

Развитие микрофинансирования в России 45

А. А. Панкратов

Развитие нормативно-правовой базы ГЧП:
достижения и тенденции 52

А. Ю. Семенихин

Управление инвестициями в условиях
государственно-частного партнерства 68

С. Н. Смирнов

Обзор рынков суверенного долга стран Еврозоны 76

Ю. А. Сухановский

Причины и последствия мирового финансового кризиса 87

В. А. Козлюк

К вопросу структурированного финансового продукта 95

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Ю. В. Бажданова

Влияние оснований классификаций жилой недвижимости
на стоимость квадратного метра квартир в г. Москве 105

В. В. Бандурин, А. А. Полютов Определение отраслевого кластера как формы квазиинтеграции	116
Т. В. Воронченко Стратегический подход к формированию системы ценообразования на предприятии	125
В. Н. Владимиров Новое в планировании ТМЦ на предприятиях по реализации автокомпонентов	132
С. М. Егоров Проблема финансирования гостиничных проектов	140
З. М. Камилова Организационные аспекты формирования интегрированной системы управления устойчивым развитием регионального туристского комплекса	146
В. Д. Квасова Современное положение внутреннего банковского контроля	158
Ю. В. Сорочан, С. Г. Камшилов Становление и развитие системы менеджмента качества образовательных услуг в Челябинском филиале Российской Академии предпринимательства	166
Е. Н. Орлова Бюджетирование в основе управления компанией	182

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

А. Е. Курило Региональный кластер инновационного предпринимательства	189
В. С. Михель Формирование организационно-экономического механизма развития типографского производства в условиях кризиса	206

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. Я. Матвеев Корпоративная социальная ответственность как фактор экономической устойчивости предприятия	218
Л. В. Безбородова Учет влияния инвестиций в человеческий капитал в период кризиса	231
В. В. Дзюбан, Курить или не курить – вот в чем вопрос! (социологический аспект)	238
Е. А. Зеленова Совершенствование благотворительной политики в современных условиях	246
С. А. Моксина, Е. А. Костромина Персоналистский подход к построению системы мотивации персонала	255
Н. А. Ноздрин Современные СМК как фактор социализации человека	264
А. В. Шабельская Роль корпоративной культуры в формировании мотивации персонала	271

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ю. В. Бабанова,
старший преподаватель Челябинского филиала
Российской Академии предпринимательства,
кандидат экономических наук

Современные тенденции развития российских организаций в условиях неопределенности

Аннотация. В статье выявляется сущность и различие понятий «развитие» и «рост». Анализируются основные тенденции развития российских предприятий: укрупнение, усложнение структуры собственности, ускорение динамики внутреннего организационного развития, расширение использования информационно-коммуникационных технологий. Особое внимание уделяется определению роли инновационного потенциала в развитии организации, а также особенностям его формирования и использования в российском бизнесе. Обосновывается необходимость применения инновационного подхода при решении проблем развития современной организации в условиях высокого уровня неопределенности среды.

Ключевые слова: развитие организации, экономическое развитие, экономический рост, тенденции развития, корпорация, интеграционные процессы, инновационный потенциал.

Анализ тенденций и выявление основного вектора развития современных организаций в сложных условиях экономической неопределенности является одной из актуальных проблем, лежащей в сфере как научных, так и практических интересов. В настоящее время большинство руководителей организаций понимают под развитием увеличение масштабов своей деятельности. Однако расширение организации еще не означает ее развития. Поэтому необходимо разграничить такие понятия как «развитие» и «рост», имеющие принципиальные различия.

Развитие, согласно философскому словарю, это «существенное, необходимое движение, изменение во времени»¹.

¹ Философский словарь. — М.: Политиздат, 2000.

Развитие с точки зрения экономики — это многофакторный процесс, отражающий эволюцию хозяйственного механизма во времени. Причем данный процесс можно охарактеризовать как циклический, так как периоды подъема в экономике неизбежно сменяются периодами спада (рис. 1). Однако общую динамику экономического развития графически можно изобразить в виде прямой, отражающей основную вектор развития. Данная прямая носит название тренда экономического развития.

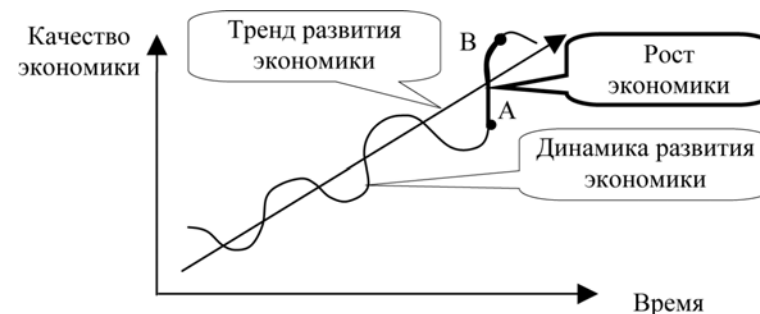


Рис. 1. Экономическое развитие и экономический рост

Составной частью экономического развития является экономический рост (рис. 1, отрезок АВ). Экономический рост — это увеличение объемов производства за определенный период времени.

В данном исследовании особый интерес представляет понятие «развитие организации», сущность которого заключается в качественном совершенствовании организации в течение определенного временного периода. По словам Стивена Макклеллана, «компании, развитие которых остановилось, практически идут к банкротству. Любая фирма, которая не успевает адаптироваться к постоянным изменениям, происходящим в отрасли, не выдерживает конкурентной борьбы». Как справедливо указывает Гербер, «процесс развития бизнеса должен быть динамичным просто потому, что мир с присущим ему движением не станет терпеть стационарный объект»².

Для современной действительности свойственен высокий темп изменений. Л. Кэррол очень точно сформулировал основное правило

² Клейтон К.М., Рейнор М. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / Клейтон М. Кристенсен, М.Е. Рейнор: пер. с англ. — М.: Альпита Бизнес Букс, 2004.

развития: для того, чтобы стоять на месте, нужно быстро бежать вперед. Это утверждение становится особенно актуально в настоящее время, когда инновации стали обязательным и достаточным условием создания и развития эффективного бизнеса. Причем, инновации в данном случае не ограничиваются технической сферой, они должны пронизывать все организационные процессы: культуру, управление, маркетинг, финансы, дизайн, кадровую политику, разработку и реализацию новых продуктов. Только всеобщая или тотальная инновационность является ценной в современном бизнесе, она должна определять состояние души, образ мыслей, направление деятельности каждого сотрудника организации постоянно и повсеместно. Таким образом, уровень инновационности всей организации в целом и новизна каждого реализованного проекта в отдельности определяют конкурентоспособность бизнеса.

Выявление и исследование тенденций развития той или иной экономической системы, анализ факторов, влияющих на ключевые направления основных изменений, определение преобладающих и перспективных трендов является необходимым условием для эффективного управления любым исследуемым объектом. Особенно это касается управления развитием современной организации в сложную и динамичную эпоху глобализации, информатизации и интеллектуализации общества.

Учитывая условия, в которых осуществляется деятельность современных организаций, к основным тенденциям их развития следует отнести:

- 1) укрупнение организаций, направленность на глобализацию, повышение своей роли в мировой экономике и научно-техническом прогрессе;
- 2) усложнение структуры собственности организаций, концентрация, переливы и взаимопроникновение капиталов;
- 3) ускорение динамики внутреннего организационного развития организации, усиление взаимосвязи темпов и направления развития с качеством менеджмента, возрастание роли человеческого капитала;
- 4) преобладание высокоскоростных информационно-коммуникационных технологий как неперенных спутников успешно развивающихся организаций;
- 5) формирование и использование инновационного потенциала как основы развития организации.

Рассмотрим данные тенденции более подробно, уделив особое внимание последнему тренду.

Первая значимая тенденция – укрупнение организаций, стремление повысить свою роль в мировой экономике, в определении будущего мирового сообщества. Данная тенденция отражает направление всеобщей экономической интеграции и формируется она как под влиянием внешней среды, так и в силу внутренней логики организационного развития. Как отмечает Ричард Паскаль, доминирующими социальными институтами нашего времени являются корпорации³. Корпорация – сравнительно новая форма организационных объединений в России, сформированная в ходе массовой приватизации государственных предприятий в процессе перестройки экономики. За рубежом термин «корпорация» применяется уже давно и означает, чаще всего, крупный субъект хозяйствования, организованный в форме открытого акционерного общества и имеющий сложную структуру: материнскую компанию, дочерние и внучатые фирмы, зависимые общества.

Возникновение корпораций связывают, прежде всего, с тенденцией концентрации капитала, глобализацией мировой экономики, переходом к постиндустриальному обществу. Корпорирование (создание крупных предприятий) позволяет обеспечить единство управления сложными экономическими системами, экономить на трансакционных издержках, повышать уровень прибыльности бизнеса и его стоимость. К основным конкурентным преимуществам современных корпораций перед мелкими и средними организациями следует отнести возможности быстрого захвата рынка и ускоренного внедрения инноваций, значительно более высокую степень инвестиционной привлекательности, возможность лоббирования финансовых интересов и обеспечения определенной правительственной поддержки, а также предпосылки для успешной диверсификации производства и более равномерной загрузки мощностей.

В то же время нельзя не отметить и слабые стороны излишнего укрупнения корпораций: возможная потеря гибкости в реакции на потребности рынка; снижение уровня управляемости, если укрупнение не сопровождается адекватным развитием информационного пространства и эффективными методами управления; возможный рост противоречий между материнской компанией и дочерними структурами, вызванный неравномерностью любого развития; возможные конфликтные линии, возникающие между крупными акционерами; возрастающая сложность гармонизации интересов всех участников бизнес-процесса и т.д.

³ Pascale Richard. Management on the Edge. 1990.

Тем не менее, во всем мире идет активное укрупнение бизнеса. Это объективная тенденция изменений. Так, лидеры мирового хайтека — именно крупные корпорации, такие как IBM, Sony, Microsoft, Siemens, Intel и Samsung. В России роль крупных предприятий всегда была достаточно высокой. В частности, это обусловлено географическими масштабами страны и высокой численностью населения, из чего вытекала необходимость именно массового производства основных благ и услуг.

Вся сложность в том, что укрупнение современных корпораций в России происходит во многом при сохранении качественного уровня без изменения. Таким образом, расширение деятельности организации должно сопровождаться развитием управленческого фактора, человеческого капитала и инновационного потенциала, только тогда это приведет к развитию, а не росту.

Наряду с тенденцией укрупнения очень важной для нашей страны явилась и вторая тенденция — усложнение структуры собственности предприятий, усиление концентрации, переливов и взаимопроникновения капиталов. Известно, что данная тенденция развивается через две основные формы:

- концентрацию капитала через накопление и расширенное воспроизводство (внутренний органический рост);
- слияние и поглощение компаний (внешний рост).

Оба направления успешно используются в современном корпоративном строительстве и формируют его правовую и организационную основу.

Процессы слияний и поглощений приводят к созданию суперкорпораций, которые по своему экономическому измерению сопоставимы с внутренним валовым продуктом целой страны. Таким образом, возникает новый тип сверхмощных мирохозяйственных структур. Сегодня всего 300 крупных корпораций контролируют 25% всех производственных мощностей на земле. Масса создаваемой добавленной стоимости некоторых транснациональных корпораций превышает ВВП отдельных развитых государств⁴.

Особенно данные процессы получили развитие в условиях экономического кризиса. В России наиболее активные интеграционные процессы идут в нефтяной и нефтехимической промышленности, в

цветной и черной металлургии. Так, в России в марте 2007 г. в результате слияния алюминиевых и глиноземных активов компаний «Русский алюминий» («Русал»), Группы СУАЛ и швейцарской Glencore, создана объединенная глобальная компания United Company Rusal («Российский алюминий», UC Rusal), которая ведет бизнес сразу на нескольких континентах и занимает второе место в мире по производству алюминия и глинозема. Среди металлургических и горнодобывающих предприятий выделяется одна из крупнейших в мире вертикально-интегрированная компания Evraz Group («Евраз Груп С.А.»). Кроме того интеграция осуществляется и в строительной сфере, примером тому служит группа строительных компаний ЗАО «М-индустрия» (основное направление деятельности — строительство кирпичных и монолитно-кирпичных домов повышенной комфортности в Петербурге и пригородах). Аналогичные процессы просматриваются в авиационной и других отраслях промышленности⁵.

В экспансии крупнейших российских организаций четко прослеживаются два направления. Первое — это монополизация, наиболее ярко выразившаяся в цветной металлургии, и второе — диверсификация производства, проявившаяся в строительстве и банковской сфере.

Следующая рассматриваемая нами тенденция — это тенденция ускорения внутреннего организационного развития организаций, усиление взаимосвязи темпов их роста с качеством менеджмента и развитием персонала, что связано с обеспечением выживания в условиях ужесточения конкурентной борьбы.

Логическим осмыслением происходящих процессов стала так называемая теорема Р. Эшби о необходимости разнообразия управления: «для того, чтобы противостоять среде, сложность и быстрота принятия решений в фирме должны соответствовать сложности и быстроте изменений, происходящих в среде»⁶. По словам известного исследователя проблем организационного управления С. Бира, «уникальность современных проблем управления связана с необходимостью учитывать темп перемен окружающего нас мира. Возможно, что отставание способности наших систем приспособляться к его изменениям превышает средний интервал проявления следствий новой техники и технологии, а если это так, то неприятностей не избежать»⁷.

⁵ <http://www.std1.ru>

⁶ Эшби У.Р. Принципы самоорганизации. — М.: Мир, 1996.

⁷ Бир С. Мозг фирмы: пер. с англ. М.М. Лопухина. — М.: Радио и связь, 1993.

⁴ Полтерович В. Стратегии модернизации, институты и коалиции. // Вопросы экономики. — 2008. — № 4. — С. 4–21.

В этой связи многие современные корпорации, причем как западные, так и российские, активно ищут новые, адекватные внешним вызовам, формы организационного управления. Развиваются горизонтальные, матричные и проектные организационные структуры управления бизнесом; принимаются Кодексы корпоративного поведения; многие компании вводят независимых директоров в свои Советы директоров (в частности, для защиты интересов мелких акционеров); привлекают для анализа, контроля и консультаций известные международные консалтинговые и аудиторские фирмы; проводят активную реструктуризацию, освобождаясь от непрофильных и неэффективных активов; переходят на единые международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) и качества (TQM); более осознано относятся к определению и развитию элементов прогрессивной корпоративной культуры, созданию самообучающихся организаций. Все это свидетельствует о тенденции к повышению качества корпоративного управления, к возрастанию роли человеческого капитала.

Четвертая существенная тенденция развития корпоративных организаций — это расширение использования высокоскоростных информационно-коммуникационных технологий как неперенных спутников современных корпораций. Известно, что, начиная с 80-х годов прошлого века, человечество вступило в новую стадию своего развития — стадию построения информационного общества, основой которой является информационно-компьютерная революция. Прогресс информатизации разрушил замкнутость организации, а следствием этого стало практически мгновенное распространение новых идей и интеллектуальных наработок. Ужесточение конкурентной борьбы потребовало от организации формирования своего информационного пространства, в котором фиксируются все новые требования внешнего окружения и новые возможности развития. Информация стала необходимым стратегическим инструментом эффективного функционирования и развития организации в долгосрочной перспективе.

В настоящее время более 50% европейских фирм используют высокоскоростные информационно-коммуникационные технологии и сложный интеллектуальный труд. В США лишь 3% всех работающих занято в сельском хозяйстве, 10% — в производстве, а остальные — в информационно-интеллектуальной сфере. По образному выражению К. Нордстрема, «инфраструктура — электронная нервная система любой компании, становится важнее инфраструктуры. Организация со слабой инфраструктурой будет выглядеть как 65-летняя легкоатлет-

ка, пытающаяся пробежать олимпийский марафон на высоких каблуках и в вечернем платье»⁸.

Современные информационные системы охватывают следующие основные области: информацию о клиентах, о поставщиках и производстве, данные о персонале, о финансовых результатах деятельности и о капитализации корпорации и, самое главное — информацию о новых бизнес-идеях и бизнес-моделях, новых технологиях и технических средствах, организационно-экономических и социально-управленческих инновациях и т.д. Достижения науки и техники в области информатики — электронные носители информации, факс, телекоммуникационные системы, оптоволоконные системы передачи информации, сотовый телефон, электронная почта — позволяют корпорациям своевременно и стратегически реагировать на изменения во внешней среде и наиболее эффективно функционировать в пространстве и во времени. Распространение глобальной информационной системы — Internet — позволил перевести многие управленческие операции и, прежде всего, процесс купли-продажи в виртуальное измерение.

В связи с этим, резко возрастает значение скорости принятия решений и распространения новаций. По словам Дависа Вайса (Northern Telecom): «или ты быстрый, или ты мертвый»⁹. Так, «в полупроводниковой отрасли открыли закон Мура: каждый новый чип в два раза превосходит предыдущий по быстродействию и выходит через 18–24 месяцев после него. В этой гонке ни одна компания не может позволить себе не работать со всей возможной скоростью и упорством, иначе конкуренты проглотят ее на завтрак»¹⁰.

Вышерассмотренные тенденции глобализации и сетизации, укрупнения и диверсификации, информатизации и интеллектуализации непосредственно связаны с последней из рассматриваемых динамик — тенденцией инноватизации. Только непрерывный поиск и внедрение инноваций позволяет современным организациям быть адекватными внешним изменениям и побеждать в жестокой конку-

⁸ Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк навсегда: капитализм в удовольствие / Кьелл Нордстрем, Йонас Риддерстрале: пер. с англ. Кр. Вагнер; Стокгольмская школа экономики. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.

⁹ Вайс М.Д. Делай деньги во время паники на биржи. — СПб.: Питер, 2005.

¹⁰ Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями: руководство к действию: пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2002.

ренции как со стороны национального, так и интернационального бизнеса. Инновационная активность становится важнейшим качеством, определяющим развитие организации.

Тенденция инновационного развития выражается через осознание роли инноваций в современном мире и увеличение инновационной составляющей в структуре бизнес-процессов. Так, все большая часть сотрудников организации становится занятой в инжиниринге, разработках и исследованиях, поисковых и аналитических работах в сфере маркетинга, новых технологий, организационных изменений. Многие крупные корпорации на практике создают специальные отделы инновационного развития (службы нововведений, научно-технические центры), подразделения НИОКР (лаборатории и мастерские), прогнозно-аналитические департаменты и отделы развития («офисы будущего»), инновационно-маркетинговые бюро, технопарки и агентства по трансфертам технологий и т.п., развивают системы управления знаниями на основе Интернета. Кроме того, для инновационного поиска и усиления интеллектуализации принимаемых решений все чаще привлекаются сторонние консультанты, специалисты и эксперты. Некоторые корпорации начинают непосредственно специализироваться на инновационных проектах и их коммерциализации (технологические компании, венчурные фирмы). Другие делают значительное внутреннее смещение к высокотехнологичной индустрии и наукоемким продуктам.

Для инновационно-ориентированных организаций характерны:

- массовая творческая активность персонала, поощрение самовыражения личности, инициативы и поиска, высокий уровень развития коммуникаций, межличностных отношений и современных информационных технологий;
- предпринимательское поведение, направленное на освоение новых процессов и реализацию новых идей, способность персонала к непрерывному обучению, к соединению теории и практики;
- преобразующий и проактивный характер менеджмента, оптимизация рисков и доходности, вариативность, гибкость и адаптивность организационных форм.

Основной эффект инноватизации заключается в том, что через осознанное формирование и использование инновационного потенциала современная организация обеспечивает себе эффективное выживание и высокие темпы развития в долгосрочной перспективе.

Таким образом, проведенный анализ важнейших тенденций развития современных организаций позволяет утверждать, что основой выживания и качественного развития бизнеса в условиях экономической неопределенности является инновационный потенциал. Именно он позволяет не только предотвращать негативные последствия для организации кризисных явлений в мировой и национальной экономике, но и опережать конкурентов на стадии повышения предпринимательской активности, создавая не копируемые конкурентные преимущества.

Литература

1. <http://www.std1.ru>
2. Pascale Richard. Management on the Edge. 1990.
3. Бир С. Мозг фирмы / Пер. с англ. М.М. Лопухина. М.: Радио и связь, 1993.
4. Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями: руководство к действию: пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2002.
5. Вайс М.Д. Делай деньги во время паники на бирже. СПб.: Питер, 2005.
6. Клейтон К.М., Рейнор М. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / Клейтон М. Кристенсен, Рейнор М.Е.: пер. с англ. М.: Альпита Бизнес Букс, 2004.
7. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк навсегда: капитализм в удовольствии / Кьелл Нордстрем, Йонас Риддерстрале: пер. с англ. Кр. Вагнер; Стокгольмская школа экономики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
8. Полтерович В. Стратегии модернизации, институты и коалиции. // Вопросы экономики. 2008. № 4. С. 4–21.
9. Философский словарь. М.: Политиздат, 2000.
10. Эшби У.Р. Принципы самоорганизации. М.: Мир, 1996.

В.М. Баринов,

аспирант Российской Академии предпринимательства

Европейский Союз: основные этапы развития, институциональная структура, система финансирования

Аннотация. Статья посвящена процессу эволюции западноевропейской экономической интеграции, в результате которого появилось новое уникальное образование — Европейский Союз.

В статье рассмотрен теоретический аспект основных этапов развития международной региональной экономической организации, в соответствии с которыми описываются аналогичные процессы в Западной Европе.

Рассмотрены основные элементы институциональной структуры Европейского Союза, а также обеспечивающая ее функционирование финансовая система.

Ключевые слова: Европейский Союз, основные этапы развития международной региональной экономической организации, Преференциальные торговые соглашения, Зона свободной торговли, Таможенный союз, Общий рынок, Экономический союз, «Декларация Шумана», Договор об учреждении Европейского объединения угля и стали (ЕОУС), Договор об учреждении Европейского экономического сообщества (ЕЭС), Договор Европейского сообщества по атомной энергии (Евратом), Римский договор, «Плана Вернера», Договор о слиянии, Пакт стабильности и роста, Европейская валютная система (ЕВС), Европейская валютная единица (ЭКЮ), Единый европейский акт (ЕЕА), Маастрихтский договор, Критерии конвергенции, Экономический и валютный союз (ЭВС), Амстердамский договор, Ниццкий договор, Институциональная структура Европейского Союза, Европейский Совет, Совет ЕС (Совет министров), Европейская комиссия, Европейский парламент, Счетная палата (Палата аудиторов), Европейский центральный банк, Финансовая система ЕС, Бюджет ЕС, Бюджетный процесс в ЕС.

1. Основные этапы развития международной региональной экономической организации

В настоящее время в мире насчитывается свыше 60 региональных экономических интеграционных объединений, крупнейшим из которых является Европейский Союз, включающий 27 стран-участниц.

Региональное экономическое интеграционное объединение представляет собой созданную по региональному признаку международную экономическую организацию, которая проходит в своем развитии несколько этапов.

На *первом этапе* заключаются **преференциальные торговые соглашения**, предусматривающие снижение тарифных цен и устранение других барьеров во взаимной торговле между двумя странами или между группой стран и отдельной страной, в то время как национальные тарифы в отношении третьих стран сохраняются.

На *втором этапе* происходит формирование **зоны свободной торговли**, характерными чертами которых является отмена тарифных и нетарифных барьеров во взаимной торговле, свободное перемещение между странами участниками товаров и услуг, а также создание межгосударственных секретариатов.

На *третьем этапе* на основе единого тарифного и нетарифного регулирования в отношении третьих стран и создания наряду с межгосударственным секретариатом межгосударственного совета на уровне министров стран-членов происходит формирование **таможенного союза**.

На *четвертом* этапе осуществляется свободное перемещение товаров, капиталов и рабочей силы между странами-членами, что означает создание **общего рынка**. Работу межгосударственного секретариата и межгосударственного совета министров дополняют встречи глав государств.

На *пятом* этапе на основе создания и функционирования наднациональных органов регулирования осуществляется координация и гармонизация макроэкономической политики стран участниц, что позволяет говорить о создании **экономического союза**.

На *шестом* этапе региональная организация достигает наивысшего уровня в своем развитии — экономический союз дополняется единым валютным пространством, что позволяет говорить об **экономическом и валютном союзе (ЭВС)**.

Создание единого валютного пространства на базе экономического союза является вполне закономерным. Гармонизация макроэкономической политики региональной организации возможна на основе гармонизации входящих в нее денежно-кредитной, валютной и финансовой политик. Это неизбежно приводит к необходимости создания единой валютной, кредитной и финансовой систем. При этом единство первой является основой единства вторых.

Создание единого валютного пространства способствует как развитию самого общего рынка, так и положению региональной организации в мировой экономике. При этом значительные выгоды в связи с переходом к единой валютной системе получают как сами государства, так и их экономические субъекты (предприятия и население).

Единая валюта способствует существенному сокращению расходов по налоговым расчетам и масштабам сокрытия и уклонения от уплаты налогов. В рамках единого валютно-кредитного пространства сокращаются расходы предприятий на расчетное обслуживание в банковской системе, а также сроки прохождения денежных переводов. При внутрирегиональных расчетах в единой валюте устраняются валютные риски, а, следовательно, и связанные с их реализацией расходы. Снижение расходов по конверсионным валютным операциям способствует удешевлению международного туризма — важной составляющей международных экономических связей. Практически нулевые валютные риски помогут снизить процентные ставки по банковским кредитам, а также сделать безопасными вложения физических лиц в кредитную систему.

Значительные потери могут понести только участники валютного рынка, осуществляющие спекулятивные операции, так как количество валют сократится. Однако следует помнить, что повышение доходности спекулятивных операций на валютном рынке всегда приводит к излишней его активности и, как следствие, увеличения скорости обращения денег и к повышению темпов инфляции.

К тому же спекулятивные операции на валютном рынке отвлекают огромные средства экономических субъектов от их размещения на кредитном рынке и рынке ценных бумаг, которые призваны насыщать экономику кредитными ресурсами и, таким образом, способствовать развитию экономики страны.

В целом, переход к единой валюте внутри региональной экономической организации, основанный на фиксации курсов национальной валют к единой валюте требует повышения дисциплины денежных и финансовых властей государств-членов региональной экономической организации.

Выгоды от введения единой валюты получают не только страны-члены, но организация в целом. Региональная валюта встает на один уровень с резервными валютами и сокращает зависимость региональной организации от капитала страны-эмитента ведущей резервной валюты мира.

Таким образом, создание единого валютного пространства на базе экономического союза может оказать положительное влияние не только на развитие самой региональной экономической организации, но и на мировую экономику и мировую валютную систему в целом.

Создание валютного и экономического союза вовсе не является последним из возможных этапов развития региональной экономической интеграции.

2. Основные этапы западноевропейской экономической интеграции

Создание Европейского Союза стало результатом усилий по объединению Западной Европы, предпринятых в конце второй мировой войны. В своем развитии европейская интеграция прошла несколько этапов, неоднократно изменяя название и расширяя свой состав.

Инициатором послевоенного объединения западноевропейских стран стала Франция. В годовщину победы СССР во второй мировой войне — 9 мая 1950 года — министр иностранных дел Р. Шуман выступил с декларацией о намерении Франции сделать первый шаг в строительстве новой Европы. Шуман также призвал Германию прекратить ее многовековое соперничество с Францией и выступить в поддержку идеи объединения. В соответствии с *«Декларацией Шумана»* предполагалось создать совместное франко-германское производство угля и стали под управлением специально созданного межгосударственного руководящего органа. Кроме Франции и Германии в переговорах по плану Шумана приняли участие Бельгия, Нидерланды, Люксембург и Италия. В результате 18 апреля 1951 года сроком на 50 лет был подписан *«Договор об учреждении Европейского объединения угля и стали» (ЕОУС)*.

В соответствии с Договором контроль над производством в сталелитейной и угольной промышленности в странах-членах осуществлял специально созданный наднациональный орган. В целях формирования общего внутреннего рынка в сфере добычи и производства угля и стали, были отменены пошлины во взаимной торговле на продукцию этих отраслей. Также предусматривалась реконструкция нерентабельной сталелитейной и угольной промышленности.

Создание ЕОУС ознаменовало начало поэтапного развития европейской интеграции. Объединение рынков продукции сталелитейной и угольной промышленности стран-участниц ЕОУС положило начало интеграции остальных отраслей их экономики.

25 марта 1957 года в Риме странами-участницами ЕОУС были подписаны и с 1 января 1958 года вступили в силу *«Договор об учрежде-*

нии *Европейского экономического сообщества» (ЕЭС)* и *«Договор об учреждении Европейского сообщества по атомной энергии» (Евратом).*

В соответствии с Договором о создании Европейского экономического сообщества с 1 июля 1968 года были отменены таможенные пошлины во взаимной торговле между Францией, Германией и странами Бенилюкс¹, которые также стали проводить совместную торговую и сельскохозяйственную политику. Названные договоры по месту подписания получили название Римских договоров, а позже — *Римского договора.*

Европейское сообщество по атомной энергетике (Евратом) должно было содействовать:

- 1) развитию мирного использования ядерной энергии государствами-членами;
- 2) формированию общей энергетической политики стран-участниц;
- 3) координации принятия решений;
- 4) снижению цен на энергоносители;
- 5) повышению стабильности энергетических отраслей промышленности;
- 6) обеспечению контроля над атомной энергетикой.

Таким образом, на *первом этапе* развития западноевропейской интеграции были заключены *преференциальные торговые соглашения.*

В результате подписания Римского договора территория названных стран стала зоной свободной торговли, но в долгосрочной перспективе преследовались другие более масштабные цели. Договор о ЕЭС предусматривал последовательное создание сначала таможенного, затем экономического, а, впоследствии и политического союза.

Таким образом, на *втором этапе* развития западноевропейской интеграции была создана *зона свободной торговли*, которая характеризовалась отменой таможенных пошлин, квот и других ограничений в торговле между странами-членами при условии проведения ими независимой таможенной и торговой политики по отношению к третьим странам. Зона свободной торговли должна была стать основой для создания таможенного, а затем экономического и валютного союза западноевропейских стран.

В 1967 было осуществлено объединение высших органов трех Сообществ (ЕОУС, ЕЭС, Евратома) в единые Совет и Комиссию, которые вместе с Европейским парламентом и Судом ЕС (изначально

занимавшимися вопросами всех трех Сообществ) образовали общую институциональную структуру западноевропейской интеграции.

Таможенный союз предполагалось сформировать в течение трехэтапного переходного периода, рассчитанного на 12-15 лет. В договоре было предусмотрено мероприятия для достижения намеченных целей, в том числе:

- 1) отмена таможенных пошлин, количественных и других торговых ограничений на пути перемещения товаров и услуг;
- 2) введение общего таможенного тарифа, а также разработка и проведение единой торговой политики в отношении третьих стран;
- 3) отмена ограничений на пути передвижения капитала и рабочей силы;
- 4) проведение общей аграрной и транспортной политики;
- 5) создание условий конкуренции внутри сообщества;
- 6) координация и постепенное сближение экономических политики стран-участниц;
- 7) выравнивание национальных законодательств, регулирующих деятельность экономических субъектов.

К 1 июля 1968 года — с опережением графика на 18 месяцев было завершено создание таможенного союза, отменены все таможенные тарифы, взимавшиеся ранее между государствами-членами, а также завершено формирование общей системы таможенных сборов на внешних границах ЕЭС.

Был также осуществлен переход к единой торговой политике и к единому аграрному рынку, предприняты шаги к унификации налоговых систем и созданию европейской валютной системы. В октябре 1970 года комиссия экспертов по финансовым и валютным вопросам, возглавляемая премьер-министром Люксембурга П.Вернером, представила план дальнейшей унификации экономической политики и создания валютного союза — так называемый *«План Вернера»*, на основании которого позже в 1980 г. было запланировано создание полного экономического и валютного союза с единой валютой. В апреле 1972 года появилась «валютная змея» — были зафиксированы границы изменения валютных курсов стран-членов.

В марте 1979 года в Париже состоялась сессия Европейского совета, на которой было принято решение о введении в действие *Европейской валютной системы (ЕВС)*. ЕВС включает в себя четыре составляющих: *Европейскую валютную единицу (ЭКЮ)*, механизм валютного обмена и информации, кредитные условия и трансфертный механизм.

¹ Страны Бенилюкс — общее название Бельгии, Нидерландов и Люксембурга.

Таким образом, на *третьем этапе* развития западноевропейской интеграции был создан *таможенный союз*, появление которого стало преамбулой к формированию единого внутреннего рынка стран ЕЭС, обеспечивающего свободное перемещение товаров и услуг, капиталов и рабочей силы. Но, если создание таможенного союза не вызвало проблем, то на пути создания общего рынка страны столкнулись с определенными препятствиями.

В начале 70-х гг. разразился мировой экономический кризис (перепроизводства) и внимание западноевропейской группировки было сосредоточено на проведении мероприятий по стабилизации экономики своих стран.

К тому же последние расширения ЕЭС привели к усилению диспропорций в уровнях экономического развития стран-членов. В 1973 г. произошло первое расширение ЕЭС. Новыми членами стали Великобритания, Дания и Ирландия — страны с доходом на душу населения ниже среднего по Сообществу.

Только в начале 80-х гг. в ЕЭС вновь обратились к вопросу о дальнейшем развитии интеграционных процессов: были подготовлены ряд проектов и предложений о переходе к единому внутреннему рынку посредством ликвидации препятствий на пути свободного передвижения товаров, услуг, рабочей силы и капиталов.

В 1981 г. в ЕЭС вошла Греция, экономика которой, по сравнению с ведущими странами группировки, находилась на качественно более низком уровне. В 1986г. произошло очередное расширение Сообщества за счет принятия в члены Испании и Португалии, что привело к очередному резкому обострению диспропорций.

Возникшие проблемы требовали незамедлительного урегулирования, и, прежде всего, расширения юрисдикции Сообщества. В сентябре 1985 г. в Люксембурге открылась межправительственная конференция, целью которой явился пересмотр Римских договоров и оформление политического сотрудничества стран-членов. В декабре того же года на сессии Европейского Совета в Люксембурге принимается *Единый европейский акт (ЕЕА)*, призванный усовершенствовать Римский договор и создать к 31 декабря 1992 г. единый внутренний рынок.

Единый европейский акт (ЕЕА) — учредительный договор, содержащий изменения и поправки в действующие акты европейских сообществ, и предусматривающий трехэтапную программу построения единого внутреннего рынка. ЕЕА также подтвердил и закрепил расширение полномочий сообществ, которые стали также распространяться на защиту окружающей среды, расширение сотрудничества в

социальной сфере, научные исследования и создание новейших технологий, защиту прав потребителей².

К 1992 г., в конце *четвертого этапа* развития западноевропейской интеграции, в ЕЭС был осуществлен переход к *единому внутреннему рынку*, после чего страны-члены ЕЭС приступили к созданию *Экономического и валютного союза*.

В феврале 1992 г. в г. Маастрихт (Нидерланды) был подписан и с 1 ноября 1993 г. вступил в силу Договор о создании Евросоюза, который предусматривал так называемые *критерии конвергенции*, т.е. допустимые значения основных макроэкономических показателей стран-кандидатов на вступление в экономический и валютный союз, в том числе:

- 1) дефицит государственного бюджета не должен превышать 3% ВВП;
- 2) государственный долг не должен превышать 60% ВВП;
- 3) ежегодный рост цен не должен превышать более, чем на 1,5% среднего уровня инфляции в трех наиболее благополучных в этом отношении странах ЕС;
- 4) средний размер долгосрочной процентной ставки не выше 2% сверх среднего уровня этих ставок в тех же трех странах;
- 5) в течение двух лет национальная валюта не должна девальвироваться, а ее обменный курс не должен выходить за пределы колебаний, установленные Европейской валютной системой.

Валютная политика является составной частью экономической политики, поэтому экономический и валютный элементы интеграции связаны между собой. Создание единого экономического пространства возможно только при условии создания единого валютного пространства, что требует нивелировать различия в темпах инфляции, процентных ставках и размерах государственного долга стран-участниц.

Выполнения критериев конвергенции гарантировал заключенный по настоянию правительства ФРГ в 1997 году *Пакт стабильности и роста*, в соответствии с которым страна, допустившая превышение установленного предела дефицита бюджета должна была стабилизировать бюджет в течение года, в противном случае — уплатить штраф в размере до 0,5% ВВП.

До создания экономического и валютного союза (ЭВС) страны-члены ЕЭС проводили единую торговую и структурную политику. Были реализованы некоторые общеевропейские транспортные про-

² До подписания ЕЕА Европейские сообщества в той или иной мере осуществляли эти полномочия по решениям Европейского суда.

екты, осуществлялась совместная экологическая политика, оказывалось содействие научным исследованиям. Большое внимание уделялось политике в области охраны труда.

После заключения *Маастрихтского договора* западноевропейскими странами была впервые предпринята попытка использования всего комплекса макроэкономического регулирования на наднациональном уровне, основой для осуществления которого стало введение сначала с безналичное, а затем и в наличное обращение новой коллективной валюты ЕС — евро. Введение единой валюты на территории стран, вошедших в *Еврозону*, означало передачу национальными правительствами части своего суверенитета в области проведения макроэкономической политики наднациональным органам.

Таким образом, на *пятом этапе* развития западноевропейской интеграции был создан *экономический и валютный союз (ЭВС)*.

Логическим продолжением Маастрихтского договора стали:

1) *Амстердамский договор* (1997 г.), посвященный, прежде всего, проведению общей внешней политики и политики безопасности, а также соблюдению государствами-членами ЕС принципов демократии, прав человека и приоритета законности, усилению сотрудничества государств-членов в борьбе с терроризмом, расизмом, контрабандой, преступностью и т.д.

2) *Ниццкий договор* (2000 г.), посвященный трем основным проблемам:

- внутренним реформам ЕС;
- принятию в ЕС стран Центральной и Восточной Европы;
- формированию общей внешней и оборонной политики Евросоюза.

3. Институциональная структура Европейского Союза

В настоящее время ЕС проводит торговую, сельскохозяйственную, миграционную, транспортную, конкурентную, экономическую, таможенную, промышленную, социальную и культурную политику. Также обладает полномочиями в проведении политики занятости и здравоохранения, экономического и социального сплочения, защиты прав потребителей, развития европейских транспортных и энергетических сетей, научных исследований и технологического развития, охраны окружающей среды, общей внешней политики и политики безопасности. Страны-члены ЕС осуществляют сотрудничество в области внутренних дел и правосудия. ЕС оказывает содействие третьим странам в их экономическом и техническом развитии.

Расширенные полномочия позволяют констатировать, что на современном этапе ЕС является уникальной интеграционной группировкой, обладающей признаками конфедеративного государства — союза государств, созданного на основе общих экономических, политических и военных интересов; сохраняющих при этом независимое (суверенное) существование и объединенных несколькими общими наднациональными институциональными органами.

Действительно, институциональная структура ЕС, как и в обычном государстве, включает законодательные, исполнительные и судебные ветви власти и управления, а также собственный центральный банк — *Центральный европейский банк (ЕЦБ)*, осуществляющий эмиссию единой валюты (евро). Главными органами власти и управления ЕС являются: Европейский совет, Совет ЕС, Европейская комиссия, Европейский парламент и Суд.

Европейский Совет образован в 1974 году, а с 1986 года его статус был официально закреплён в Едином европейском акте. В состав Европейского Совета входят главы государств и правительств стран-членов ЕС, а также председатель Европейской комиссии. Европейский Совет определяет приоритетные направления деятельности Европейского Союза, принимает программы и политические решения стратегического характера.

Совет ЕС (Совет министров) — высший законодательный орган ЕС, обладает правом принятия решений, обеспечивает координацию общей экономической политики государств-членов, осуществляет общее руководство бюджетом (совместно с Парламентом), заключает международные соглашения.

Европейская комиссия — исполнительный орган ЕС, обладающий одновременно правом законодательной инициативы — разрабатывает законодательные предложения и направляет их в Совет. Комиссия также следит за исполнением законодательных актов, принятых Советом; имеет право принимать самостоятельные решения в таких сферах как сельское хозяйство, торговля, конкуренция, транспорт, функционирование единого внутреннего рынка, защита окружающей среды и др. Исполняет бюджет и управляет фондами ЕС. Выполняет дипломатические функции ЕС за рубежом через свои представительства.

Европейский парламент — консультативно-законодательный орган ЕС, состоит из представителей государств-членов, избираемых прямым голосованием в этих странах. Проводит консультации, заключает межгосударственные соглашения; одобряет или вносит поправки в принимаемые правовые акты. Утверждает бюджет ЕС. Парламенту

подотчетна Комиссия. Процедура принятия бюджета, предусматривающая два чтения в Парламенте, позволяет ему вносить поправки в разработанный Советом проект. В исключительных случаях Парламент, если его мнение не было принято в расчет, может отклонить бюджет в целом. Дает заключение о деятельности Комиссии, связанные с выполнением бюджета (на основе выводов Палаты аудиторов).

Счетная палата (Палата аудиторов), созданная в 1975 году, осуществляет аудиторскую проверку исполнения бюджета, в том числе проверяет отчеты о доходах и расходах ЕС, а также всех его органов, имеющих доступ к средствам ЕС. После завершения каждого финансового года составляет доклад о своей работе, а также представляет Европарламенту и Совету заключения или замечания по отдельным вопросам (по просьбе институтов или по собственной инициативе); помогает Европарламенту контролировать исполнение бюджета ЕС.

Финансовая система ЕС

Деятельность ЕС финансируется из средств собственной финансовой и бюджетной системы. Проблема финансирования интеграционных мероприятий в Европейском Сообществе была изначально упрощена, так вслед за первым этапом послевоенного объединения западноевропейских стран — зоной свободной торговли, был создан таможенный союз. Единые таможенные барьеры, установленные по всей границе группировки позволяли проводить единую таможенную политику в отношении третьих стран. Создание таможенного союза означало создание правовой и экономической основы будущей финансовой системы Сообщества.

В первые годы институциональные структуры группировки были независимыми друг от друга и имели собственные бюджеты:

- 1) в Европейском объединении угля и стали (ЕОУС), созданном в 1951 г., составлялись административный и операционный бюджеты;
- 2) в Европейском Экономическом Сообществе (ЕЭС), созданном в 1957 г., предусматривался единый бюджет;
- 3) в договоре об образовании Евратома — административный бюджет и бюджет на НИОКР и инвестиционных программ.

На каждом этапе развития западноевропейской интеграции требовалась адекватная система финансирования совместных мероприятий. Наличие нескольких, несвязанных между собой бюджетов внутри одной организации осложняло выполнение заключенных договоров и создавало трудности для осуществления эффективного финансового контроля.

Процесс объединения бюджетов начался с подписания в 1965 г. *Договора о слиянии*, на основании которого вместо высших руководящих органов трех сообществ была создана единая Европейская комиссия и Европейский Совет, а административные бюджеты ЕОУС и Евратома были включены в единый бюджет ЕЭС. В 1970 г. на основании Люксембургского договора в расходы Единого бюджета ЕЭС были также включены расходы Евратома на НИОКР и инвестиционные программы.

Изначально европейский бюджет формировался только за счет взносов государств-членов, однако решением Совета ЕЭС от 21 апреля 1970 были созданы собственные финансовые ресурсы ЕС, в том числе:

- 1) таможенные пошлины на импорт;
- 2) отчисления государств-членов в размере 0,75% от собираемого налога на добавленную стоимость (НДС);
- 3) отчисления государств-членов, устанавливаемых в соответствии с величиной их ВВП.

В целях соблюдения жесткой бюджетной дисциплины предельная величина общего бюджета ЕС на период с 2000 по 2006 была установлена на уровне 1,27% от совокупного ВВП государств-членов.

Почти половина бюджетных средств идет на проведение общей сельскохозяйственной политики. Вместе с тем по сравнению с 60-70 гг. доля расходов на сельскохозяйственную политику существенно сократилась, а расходы на региональную и социальную политику, напротив, возросли. Через общий бюджет частично финансируются и другие направления внутренней политики ЕС (научно-технической, транспортной), внешняя политика, а также гуманитарная и продовольственная помощь нуждающимся странам мира. С 2000 г. более 3 млрд. евро ежегодно направляется на финансирование научно-технических проектов и структурных реформ в странах-кандидатах в ЕС.

Важнейшие направления финансируются из средств структурных фондов ЕС, в том числе:

- 1) Фонда ориентации и гарантий в области сельского хозяйства, ответственного за реализацию общей сельскохозяйственной политики ЕС;
- 2) Фонда регионального развития, ответственного за программы помощи регионам, отстающим в своем развитии;
- 3) Социального фонда, стимулирующего переквалификацию трудящихся в регионах и отраслях с высоким уровнем безработицы, а также ответственного за профессиональное обучение молодежи;

Фонда содействия экономическому сближению государств-членов (Фонд сплочения), созданного в соответствии с Маастрихтским договором и ориентированного на развитие стран с наименьшими показателями ВВП на душу населения.

ЕС также выделяет средства для повышения конкурентоспособности предприятий, связанных с рыболовным промыслом в прибрежных районах ЕС.

В настоящее время единый бюджет ЕС отвечает всем основным характеристикам государственного бюджета, а, именно, является: 1) инструментом перераспределения части национального дохода ЕС; 2) главным финансовым планом ЕС, имеющим силу закона для стран-участниц; 3) главным централизованным фондом денежных средств ЕС, создающим финансовую основу деятельности наднациональных органов.

Как и в отдельном государстве, финансовая политика ЕС является составной частью общей экономической политики, с помощью инструментов которой осуществляется воздействие на темпы и уровень экономического развития стран-участниц. Бюджетная система ЕС выполняет функции, схожие с задачами национальных бюджетов — выравнивание доходов и экономическое регулирование.

Однако, основным методом регулирования экономической ситуации в ЕС является не дотирование и субсидирование отраслей (исключение составляет единая сельскохозяйственная политика), а осуществление инвестиционной политики и финансирование программ, направленных на структурное выравнивание регионов.

При этом единый бюджет не рассматривается как средство дотирования слабых регионов. Сильные в финансовом отношении страны ЕС готовы финансировать реализацию средне- и долгосрочных целей, направленных на улучшение ситуации в экономически и финансово слабых странах-членах, но только в том случае, если это улучшит инвестиционный климат и принесет социальную и экономическую стабильность для всей группировки в целом. Как и национальные бюджеты, единый бюджет ЕС формируется согласно определенным принципам, установленным в финансовом регламенте Сообщества.

Различия в объемах вкладов стран-участниц ЕС не оказывают влияния на принимаемые финансовые решения, в том числе при распределении расходных полномочий. Целесообразными признаются только те тактические решения, которые направлены на достижение стратегических целей организации.

Бюджет ЕС имеет свою законодательную, организационную и методологическую основу и принимается в ходе бюджетного процесса.

Процедура разработки бюджета ЕС включает несколько этапов. В соответствии с Маастрихтским договором исполнительный орган ЕС — Европейская комиссия — составляет предварительный проект бюджета и направляет его в Совет министров ЕС, который, в свою очередь, подготавливает окончательный проект бюджета и передает его в Европейский парламент.

В отношении обязательных расходов, например, выделения ресурсов на проведение общей сельскохозяйственной политики парламент не имеет права отклонить предложения Совета, но может внести свои рекомендации. По необязательным расходам (финансирование управленческого аппарата и других программ) позиция Парламента является определяющей.

Если Парламент вносит предложения или делает замечания, то Совет повторно рассматривает проект бюджета.

В результате Парламент принимает окончательное решение по бюджету, который приобретает силу закона после его подписания председателем Парламента.

Проверку исполнения бюджета ЕС и его учреждений осуществляет Палата аудиторов (Счетная палата), на основе выводов которой Европейский парламент принимает соответствующее заключение.

Расходная часть бюджета ЕС включает несколько позиций, главной из них является финансирование общей сельскохозяйственной политики в форме экспортных субсидий, закупок части продукции по интервенционистским ценам и субсидий производителям на совершенствование и рационализацию методов сельскохозяйственного производства.

Европейские лидеры на саммите в Брюсселе (2005) достигли соглашения по бюджету Евросоюза на период с 2007—2013 гг. Размер бюджета соответственно увеличен до 862,4 млрд евро (1,04 трлн долл.), что составляет 1,045% суммарного национального дохода стран Евросоюза. Это, однако, намного ниже тех 1,24%, которых добивается Европейская комиссия. Другие европейские страны, в том числе Франция, в свою очередь согласились пересмотреть вопрос о расходах на период с 2008 по 2009гг., в результате чего сократились масштабные субсидии сельскохозяйственным производителям.

Новый бюджет позволяет направить больше средств на поддержку экономики 10 новых членов Евросоюза.

Таким образом, экономический и валютный союз вовсе не является конечным этапом развития международной региональной экономической интеграции. Гармонизация макроэкономической политики стран участниц на основе делегирования части национального суверенитета власти на наднациональный уровень, означающая создание единой макроэкономической системы, и дополненная проведением единой внешней политики и признанием единых военных интересов, позволяет говорить о ЕС, как о конфедеративном государстве.

Не является конечным и число стран-членов ЕС. Однако с каждым новым расширением организации возникают новые финансовые проблемы, требующие безотлагательного решения. Кроме того, дальнейшее расширение ЕС, пределы которого не обозначены, может привести к сложностям в управлении этой уникальной экономической и политической системы.

В. М. Яковлев,
профессор Российской академии государственной службы
при Президенте РФ (РАГС), д.э.н.

Е. Ю. Безруков,
аспирант, Российская академия государственной службы
при Президенте РФ (РАГС)

Предпринимательство и теневая экономика в условиях экономического кризиса

Аннотация. В статье представлена эволюция развития теневого сектора экономики России и проанализированы тенденции его развития.

Ключевые слова: теневая экономика, предпринимательские структуры, институт частной собственности, экономическая безопасность, организованная экономическая преступность.

Тенденции развития теневой экономики в России имеют весьма глубокие корни и, ни с чем не сравнимый, опыт трансформации и приспособляемости к любым внешним условиям. Наибольший её расцвет в России наблюдался в период разгосударствления и приватизации и формирования на этой основе института частной собственности и предпринимательства в процессе становления рыночных отношений.

Теневой экономике различными экспертами придаются те или иные характеристики и оттенки. С одной стороны, её сущность характеризуется как неформальная, не относящаяся к официальным производственным отношениям, с другой, — как нелегальная, скрытая, неучтенная статистическими и налоговыми органами, с третьей, как незаконная, фиктивная, т.е. противоречащая устоям общества, решению государственных задач и т.д.

Оценивая эти характерные черты мы склоняемся к выводу о том, что в целом под теневой экономикой следует понимать неконтролируемые государством и обществом формы и методы организации производства, распределения, обмена и потребления материально-веще-

ственных, инвестиционно-финансовых, природных, трудовых и иных ресурсов, а также результатов производства или любой иной деятельности в процессах их бесконтрольного присвоения, владения, распоряжения, пользования скрывааемых от общества, органов государственной власти и управления.

Мощным дополнительным толчком к развитию теневых экономических тенденций явился современный мировой финансовый кризис, в течение которого проявились новые формы теневой экономики.

Как показала практика мирового экономического развития особая роль в нивелировании кризисных тенденций принадлежит предпринимательству. Тенденции развития предпринимательства как «инициативной самостоятельной, осуществляемой на свой риск деятельности, направленной на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке (ГК РФ)» должны отвечать требованиям основных законов рынка и ожиданиям общества. Предпринимательская инициативная экономическая деятельность во всех странах с развитой рыночной экономикой является основным атрибутом рынка и механизмом реализации частной собственности, и как показала практика, располагает существенными возможностями собственного развития и преимуществами по сравнению с иными организационно-правовыми формами хозяйствования.

Тем не менее, предпринимательство в рыночной экономике России, несмотря на вышесказанное, в том числе на решительные заявления Президента РФ и ряд правительственных нормативных актов, направленных на его стабилизацию и дальнейшее развитие, находится в состоянии застоя, если не сказать более жестко — в состоянии кризиса. И в этих условиях, что выглядит весьма противоречиво, оно вынуждено выживать параллельно с «теневой экономикой».

В течение последних 7—8 лет не происходило ни количественного роста предпринимательских структур, ни сколь-нибудь заметных сдвигов в совершенствовании форм и методов организации производства, работ или оказания услуг и, главное, не заметно каких-либо значительных успехов этого мобильного и саморазвивающегося явления (предпринимательства) и в сфере инновационного обновления и модернизации экономики России. А ведь именно предпринимательство в условиях экономического спада является наиболее активным фактором формирования развитого рынка, экономического роста и прогресса, способным осуществлять модернизацию производства и структурные сдвиги в зас-

тойной экономике. И именно на эти его возможности продолжают надеяться общество и миллионы граждан. Недаром Президент Российской Федерации Д.А. Медведев вынужден с горечью сегодня констатировать, что «отечественный бизнес за малым исключением не изобретает, не создает, нужные людям вещи и технологии. Торгует тем, что сделано не им, — сырьем либо импортными товарами. Готовые же изделия, произведенные в России, в основной массе пока отличаются крайне невысокой конкурентоспособностью. Беда состоит в том, что, похоже, это не очень волнует владельцев, директоров и чиновников»¹.

Вместе с тем, в условиях развитого рынка и устоявшихся демократических форм управления в экономически развитых зарубежных странах, предпринимательство продолжает удивлять своей инновационной результативностью, оперативностью, гибкостью решения производственных и социальных задач, особенно в сфере удовлетворения многогранных человеческих потребностей, наряду с решением задач, стоящих перед обществом и государством.

Несмотря на это, значительно (кратно) выросший за время перестройки, вопреки всей логике рыночных отношений, аппарат чиновников в России продолжает не замечать или попросту игнорировать потребности малого и среднего предпринимательства. Повсеместно возникают проблемы фактического устранения интересов массового малого бизнеса, из принимаемых административным аппаратом на местах решений и практических действий. И, что совсем непонятно, бюрократический аппарат министерств и ведомств, чиновники ряда администраций субъектов РФ, муниципальных образований, несмотря на Указы Президента РФ, постановления Правительства РФ до сих пор продолжают диктовать бизнесу свои решения, а выпускаемые им нормативные акты повсеместно носят по прежнему преимущественно разрешительно-запретительный характер. Тем самым инициатива и самостоятельность бизнеса пресекается недобросовестными чиновниками и ими же «перехватываются» в той же запретительно-разрешительной форме наиболее перспективные и прибыльные проекты на местах. А ведь только от инициативы предпринимателей зависят возможности развития производства, улучшения жизнеобеспечения граждан и экономического роста в целом, особенно в условиях кризиса. И это противоречие также попадает в поле зрения Президента РФ, который подчеркивает, что «многие предприниматели озабочены не

¹ Д. А. Медведев. Россия, вперед. kremlin.gov.ru. 10.09.2009.

поиском талантливых изобретателей, не внедрением уникальных технологий, не созданием и выводом на рынок новых продуктов, а подкупом чиновников ради получения «контроля над потоками» перераспределением собственности»².

Встает вопрос о том, каким образом российское общество принявшее решение о бесповоротном переходе к рыночным отношениям, может спокойно наблюдать эти процессы. Как можно развивать рыночную экономику при деформированных механизмах развития частной собственности с ориентиром на личное накопление.

С другой стороны, каким образом сформировавшийся институт частной собственности может относиться индифферентно к развитию предпринимательства как своей основной производственной функции и ведущему механизму развития рыночных отношений. И вполне естественно, что прямых вразумительных ответов на эти вопросы сегодня не последует. При этом многие управленцы останутся индифферентными при оценке степени негативного влияния развивающейся на этой основе теневой экономики, а ряд экспертов попытается указать на причину разразившегося экономического кризиса. Но практика стран с развитой рыночной экономикой подсказывает, что именно малое и среднее предпринимательство всегда находило оптимальные решения, особенно в условиях кризиса и восстанавливалось значительно быстрее иных структур. Именно предпринимательство принимало самое непосредственное участие в стабилизации рыночных отношений, формируя при этом устойчивый рост экономики и национального богатства. И именно поэтому, сделав шаг в сторону развития рынка необходимо делать дальнейшие поступательные шаги по развитию необходимых и обязательных атрибутов его совершенствования.

Это приводит к мысли о том, что в настоящее время многочисленный чиновничий аппарат по естественному закону перехода количества в качество превратился в самодостаточное, саморазвивающееся явление. А продолжающая расти армада российских чиновников при сокращающемся количестве производственных предприятий и численности населения при существенно снижающемся совокупном объёме производства, внедряемых инноваций, массовых банкротствах малых предприятий превышает все допустимые разумные нормы.

Наряду с этим, а скорее всего именно поэтому, наиболее частыми стали случаи возникновения особых отношений бизнесменов и чи-

новников, принимающих решения по важнейшим вопросам обеспечения производства и жизнеобеспечения граждан. И именно поэтому в числе основных недугов в развитии экономики и общества Президент РФ особо выделил «вековую коррупцию, с незапамятных времен истощавшую Россию. До сих пор разьедающую её по причине чрезмерного присутствия государства во всех сколь-нибудь заметных сферах экономической и иной общественной деятельности»³. Под воздействием негативных тенденций коррупции усиливается угроза развала еще не окрепших рыночных отношений, что требует принятия экстренных мер по усилению экономической безопасности.

В этих условиях особой проблемой становится развитие тенденции превращения частной собственности в личную, когда огромные доходы недобросовестных бизнесменов и коррумпированных чиновников превращаются не в производительные активы частной собственности, а в дорогие предметы личного пользования — многомиллионные дачи, золотые и бриллиантовые украшения или просто ориентированы на «бегство за рубеж». Параллельно с этими тенденциями в условиях перманентной экономической реформы с учетом усиления кризисных тенденций теневая экономика получает простор и развивается ускоренными темпами.

Следует отметить, что теневая экономика существовала на всех этапах развития любого государства и, как было подчеркнуто, особо стремительное развитие она получила на этапах революционных преобразований, смены экономических и управленческих систем, политических переворотов. В процессе коренной экономической реформы в России рыночное законодательство легализовало ряд теневых видов деятельности, за которые граждане несли ответственность в период административно-плановой экономики СССР, к которым можно отнести подпольную трудовую деятельность одиноличников — «цеховиков», «надомников», «частных перевозчиков», «приписчиков», «несунов», спекулянтов и др. И многим казалось, что в условиях развитого рынка эти категории носителей теневой экономики исчезнут окончательно. Однако уже на первых этапах формирования рынка к ним, за исключением легализованных «цеховиков» и некоторых видов спекулянтов, прибавились новые виды теневой (параллельной) деятельности, среди которых массовое сокрытие налогооблагаемой базы, уклонения от уплаты налогов, работа с неучтенной наличностью (черный нал), незаконные слияния и поглощения, рекет, корруп-

² Д. А. Медведев. Россия, вперед. kremlin.gov.ru. 10.09.2009.

³ Д. А. Медведев. Россия, вперед. kremlin.gov.ru. 10.09.2009.

ционные неформальные выплаты (взятки), нарушения стандартов внешнеэкономической деятельности, наркобизнес и др. И на основе этих процессов формируется противодействующая государственной политике система незаконных социально-экономических отношений между субъектами хозяйствования, предпринимателями, целыми социальными группами и гражданами по использованию государственной, коллективной (акционерной) собственности в корыстных личных или групповых интересах. Сегодня только в сфере т. н. безобидных видов теневой активности, таких как незарегистрированная индивидуальная предпринимательская деятельность, производство в подсобном хозяйстве в товарной форме, строительство и ремонт жилья, частные перевозки, сдача жилья в наём и т.д., кроются значительные объемы неучтенных и неконтролируемых государством объемов производства и денежного обращения, в целом существенно негативно воздействующих на финансовую систему страны.

Тем самым теневая экономика усиленная мощным предпринимательским потенциалом, особенно в условиях экономического кризиса, становится привлекательной материальной базой для криминальных структур, превращаясь, тем самым, в криминальную экономику. Это предполагает более четкое разграничение теневой и криминальной форм противозаконных действий в экономике, что помогает нам уточнить и сосредоточиться преимущественно на исследовании теневых экономических процессах. Такой выбор обусловлен тем, что криминальные формы, на наш взгляд, инициируются организованной экономической преступностью и носят умышленный противозаконный характер и подлежат особому вниманию силовых правоохранительных органов. А значительная часть правонарушений совершается на уровне предприятий и корпораций, которые подвергаются насильственным полукриминальным процессам слияния и поглощения. Существенное влияние на возникновение угроз экономической безопасности оказывают также незаконные действия, осуществляемые под нажимом эгоцентристского характера накопления и присвоения части национального богатства, государственного имущества и результатов производства частными коррумпированными группировками.

При этом важно понять, что как те, так и другие формы несут за собой, хотя и в разной степени, прямые экономические угрозы обществу, наносят вред государственному устройству и подлежат легализации или ликвидации в целях соблюдения норм экономической безопасности.

Вместе с тем следует признать, что к настоящему моменту неокрепшая рыночная экономика России в условиях разразившегося экономического кризиса оказалась неспособной сформировать необходимые рыночные регуляторы на основе создания должных условия развития добросовестной конкуренции, действия законов предельной полезности и предельной производительности, которые включаются только в процессе длительного периода свободного развития рынка и предпринимательства. Эти рыночные законы, как показала практика стран с развитой рыночной экономикой, формируют условия сбалансированного спроса-предложения исключительно в условиях самостоятельного поведения производителей и потребителей и даже некоторой хаотичности их действий.

С другой стороны, в таких условиях развиваются тенденции цикличности рыночного развития, предполагающие периодическую смену подъема – спада – стагнации – кризиса производственной деятельности с последующим влиянием на экономику в целом. И неспособность государственных институтов своевременно прогнозировать эти тенденции, наряду с включением в действие регулятивных неокейнсианских механизмов нивелирования «провалов рынка», приводит к возникновению значительных рисков и угроз для предпринимателей, наряду с приданием импульса развитию теневой экономики. И неудивительно, что в условиях экономической реформы в России эти угрозы оказали наиболее серьёзное воздействие на развитие предпринимательства и, прежде всего, на малый бизнес, который стал искать спасения в теневой среде.

В связи с этим, ряд экономистов указывает на некие объективные условия и причины возникновения теневой экономики. Так, например, швейцарский экономист Д. Кассел⁴, выделяет три в той или иной степени позитивные функции теневой экономики в развитии рынка, которые стали характерными и для российской модели рыночной экономики:

1) «экономическая смазка» — сглаживание перепадов в экономической конъюнктуре с помощью перераспределения ресурсов между предприятиями легальной и теневой экономикой (в случае кризисной ситуации в легальной экономике), которые затем возвращаются в легальную экономику после завершения кризиса;

2) «социальный амортизатор» — смягчение нежелательных социальных противоречий посредством неофициальной занятости населения, облегчающей материальное положение малоимущих;

⁴ Бекряшев А.К., Белозеров И.П. Теневая экономика и экономическая преступность. Электронный учебник. (<http://newasp.omskred.ru/bekruach/>), 2008 г.

3) «встроенный стабилизатор», когда теневая экономика подпитывает своими ресурсами легальную, в результате чего т.н. «отмытые теневые капиталы», накопленные в теневом секторе, возвращаются и начинают функционировать и облагаться налогами в легальном секторе.

И неудивительно, что в российской практике становления и развития предпринимательства эти инструменты, особенно на первых этапах рыночного строительства, стали «палочкой-выручалочкой» и спасли многих от неминуемого развала. Теневая экономика при этом только усиливалась многообразием новых форм, изобилующих нестандартными (доморощенными) методами, что создавала дополнительные трудности при их оценке и обеспечении мер экономической безопасности.

Наряду с этим, развитие негативных теневых экономических тенденций усугубляется не только действиями недобросовестных предпринимателей, деклассированными и криминальными элементами, а также коррумпированными действиями отдельных представителей органов власти и управления. Ущерб экономической безопасности, нанесенный российскому предпринимательству такими действиями трудно подсчитать. Только неформальные выплаты предпринимателей при получении, например, лицензий, сертификатов, различных разрешений представляют значительный оборот неучтенной наличности и иных материальных ценностей.

При этом большинство экспертов утверждает, что важнейшим «неналоговым фактором» и причиной ухода в тень предпринимателей (согласно социологическому опросу респондентов) является коррумпированность государственного аппарата. С этой точки зрения, например, уверенность в том, что в России сформирована эффективная налоговая система европейского типа, тем не менее, не сопровождается осознанием этого факта, что она, наряду со своей фискальной функцией, несет в себе хотя бы минимальный элемент стимулирования, как имманентной функции стабилизации производства. К тому же доходы юридических и физических лиц в европейских странах на порядок выше, чем в России. При этом исследования, проведенные Федеральной резервной системой США, доказывают, что высокие налоговые ставки являются самым важным фактором в стимулировании роста теневой экономики. В проведенных различных опросах и отчетах налоговое бремя всегда называлось в качестве главной причины роста теневой экономики⁵. При этом основной снижающей тру-

⁵ Барлетт Б. Теневая экономика / Доклад ОЭСР 2004 года, посвященный проблемам теневой экономики. — М.: Изд-во РАГС, 2005. — С. 4.

довую активность предпринимателей причиной ухода в тень были и остаются высокие налоговые ставки в сфере производства и обращения⁶. Это относится и к любым иным формам государственного воздействия на рыночную экономику.

Наглядным примером индифферентного отношения административных органов управления к насущным вопросам экономического развития государства, на наш взгляд, явился кризис малого предпринимательства в России⁷. Поднятый в начале рыночной реформы ажиотаж в связи с необходимостью спешного развития малого бизнеса как «панацеи» от наследия бюрократической административно-плановой системы хозяйствования вскоре сменился его фактическим забвением со стороны государства, в том числе, исчезновением налоговых и иных льгот. И, естественно, сделав резкий скачек в начале реформы (по некоторым оценкам количество малых предприятий в России на первом этапе реформы достигало в разное время от 3 до 4 миллионов) их количество затем также резко стало сокращаться и в течение последних 6—7 лет замерло на отметке 800—900 тысяч, а значительная часть выбывших с рынка малых предприятий в большинстве своем усилила теневую экономику. Такая ситуация явно не способствовала достижению поставленных обществом и государством целей и причиной тому стало отсутствие государственной поддержки, которая могла бы стать достаточной хотя бы просто при создании государством нормальных рыночных условий хозяйствования. Для сравнения можно привести цифры характеризующие развитие малых и средних предприятий в странах с развитой рыночной экономикой. Так для нормального обеспечения потребностей населения и производства в США сегодня работает около 25 миллионов малых и средних предпринимательских структур, в Японии — только в обрабатывающей промышленности занято до 8 млн. малых и средних предприятий и т.д. И основываясь на неукоснительном действии того же всеобщего закона перехода количества в качество эти примеры свидетельствуют о значительных достижениях этих стран.

Важное значение должно придаваться мониторингу экономических показателей развития экономики, определяющих ту или иную степень экономической безопасности страны (производительность труда, рост ВВП, темпы инфляции, уровень жизни, норма безработи-

⁶ Бой с тенью. «Российская газета» — Российская бизнес-газета». — 2007. — № 602.

⁷ См., например, кн. Суслев А.И. Кризис малого предпринимательства: причины, механизм преодоления. — М.: ООО «ЭРФОЛЬГ-А», 2002.

цы, размер теневой экономики, импортная зависимость, внутренний и внешний долг, техническое вооружение и др.). При этом, основные показатели безопасности формируются в сфере хозяйственных структур, в числе которых выделяют рентабельность активов и продаж, финансовую устойчивость предприятий и организаций, ресурсную достаточность и мобильность и др. При этом необходимо оценить пороговые значения таких показателей, отражающих предельные величины их отклонений, за которыми следуют острые негативные последствия, в том числе, — остановка производства, банкротство, падение биржевой активности, рост задолженности, разрушение экономик регионов, обострение социально-политической ситуации в стране и др. Например, по мнению ряда экспертов, пороговое значение снижения объема валового внутреннего продукта (ВВП) страны не может быть ниже кризисного порога 75%, доли обрабатывающей промышленности в промышленном производстве — 70%, доли машиностроения в промышленном производстве — 20%, объемов инвестиций по отношению к ВВП в стоимостном выражении — 25%, размеров инвестиций на научные исследования по отношению к ВВП — 2%, доли населения имеющего доходы ниже прожиточного минимума — 7%, уровня безработицы (расчеты по методологии МОТ) — 7%, уровня инфляции за год — 20%, разрыва между доходами 10% самых высоких групп населения и 10% самых низких групп — 8 раз и т.д. Такие нормы снижения основных экономических показателей в современных условиях являются рисковыми и несут в себе значительные угрозы безопасности страны. И как мы, к сожалению, отмечаем в настоящий момент пороговые значения ряда показателей в экономике России достигли и даже превысили установленные пороговые значения, что представляет существенные экономические и социально-политические угрозы обществу.

Необходимость принятия мер по обеспечению экономической безопасности связана с недостаточной эффективностью реализации сложившихся общественных экономических отношений, основывающихся на адекватно выстроенной системе отношений собственности и организационно-правовых формах её реализации в процессах производства и предпринимательства. В этом случае методы обеспечения экономической безопасности должны в полной мере отражать экономические интересы и потребности всех субъектов сформированных рыночных экономических отношений. В основе экономической безопасности лежит не только оценка современного состояния, темпов и перспектив экономического роста, а также их стабилизация,

но и, прежде всего, полноценное понимание предпринимателями значения устойчивого развития конкуренции как основного механизма успешного рыночного развития. А экономическая безопасность национального производственного комплекса, в свою очередь, должна исходить из необходимости формирования организационно-правовых механизмов обеспечения заданных темпов промышленного развития, на основе выпуска конкурентоспособных, востребованных рынком товаров и услуг.

При всем этом развитие различных и наиболее изощренных видов теневой экономики наблюдается, как ни странно, в богатых европейских странах, в том числе в США, навязываемых всему миру собственные принципы демократии. И хотя повсеместно признается необходимость борьбы с теневой экономикой, односторонняя эпизодическая борьба с этим негативным явлением делает его ликвидацию непредсказуемой. По мере развития рыночных отношений, особенно в период усиления кризисных тенденций, она приобретает все новые замысловатые формы и быстро приспосабливается к любым изменениям формам борьбы, что усложняет методы её обнаружения. В ближайшей перспективе речь может идти скорее лишь о сокращении её масштабов и минимизации наиболее опасных (чёрных) видов. И эти мероприятия должны быть системными, а опыт борьбы может быть идентичным с точки зрения его использования государственными органами различных стран.

Особое значение в современном мире придается набирающим силу тенденциям виртуализации экономики в соответствии с требованиями глобализации мировой экономики и интересами крупнейших транснациональных корпораций по оптимизации управления огромными финансовыми потоками. Несмотря на сопровождающие её многочисленные теневые специфические формы, она получила распространение во всех уголках мира. В России опытная практика её распространения, особенно в процессах формирования и использования вторичных «деревативных» финансовых инструментов, оказала существенное воздействие на перераспределение финансовых потоков, к сожалению, не в пользу производителей и сопровождается серьезными противоречиями.

Объясняя причины размаха и живучести теневой экономики, ряд экспертов выражает мнение о слабости действия федеральных и региональных законов и нормативных актов, определяющих параметры экономической безопасности и меры по борьбе с нею. Другие указывают на необходимость ослабления макроэкономических регулято-

ров в части прессинга фискальной политики, особенно налогового бремени. Часть из них указывает на важность устранения бюрократических ограничений и создания благоприятного экономического и правового климата развития предпринимательства. Вместе с тем практически все указывают на обязательность борьбы с коррупцией, проникшей «во все двери» и создающей благоприятную почву для распространения теневой экономики. При этом необходимо также осознавать, что каждое из указанных выше противоречий тесно связано с теневой экономикой как материальной основой их воспроизводства. И в одночасье разорвать эту связь весьма сложно.

С накоплением опыта рыночного хозяйствования, разработкой инструментов прогноза рыночных, в том числе теневых тенденций и внимательного изучения опыта стран с развитой рыночной экономикой в России вырабатываются различные меры противодействия разрушительным экономическим угрозам. С учетом этого органами государственной власти Российской Федерации принимаются определенные меры по законодательному и нормативному обеспечению экономической безопасности, в числе которых выделяются формы сложной системной борьбы с коррупцией и теневой экономикой. Так уже на первом этапе рыночной реформы в целях минимизации этих явлений был принят Закон РФ «О безопасности», издан Указ президента Российской Федерации «О государственной стратегии экономической безопасности», принято постановление Правительства Российской Федерации о разработке системы обеспечения экономической безопасности и т.д.

Параллельно с этим важно формировать серьезную общественную позицию по противодействию всем формам проявления теневой экономики, в основе которой лежат всё те же недостатки экономического развития инфляция, снижение занятости населения, низкий общий уровень заработной платы, большой разрыв между доходами высокооплачиваемых и низкооплачиваемых групп населения, высокие цены на социальное жилье и продукты первой необходимости и др. И обязательным условием выхода из сложившегося положения должна стать комплексная оценка указанным выше противоречий, порождающим причины бурного развития различных форм теневой экономики. И только на этой основе могут быть выработаны и эффективно использованы не только законодательные и общественно-профилактические методы, но и специальные целевые правоохранительные меры обеспечения экономической безопасности адекватные изменениям, в экономике и обществе.

Глоссарий

Теневая экономика — неконтролируемые государством и обществом формы и методы организации производства, распределения, обмена и потребления материально-вещественных, инвестиционно-финансовых, природных, трудовых и иных ресурсов, а также результатов производства или любой иной деятельности в процессах их бесконтрольного присвоения, владения, распоряжения, пользования скрывааемых от общества, органов государственной власти и управления.

Разновидности ТЭ (с т.з. её понимания различными субъектами) — **неформальная**, не относящаяся к официальным производственным отношениям, **нелегальная**, **скрытая**, **неучтенная** статистическими и налоговыми органами, **незаконная**, **фиктивная**, т.е. противоречащая устоям общества, решению государственных задач и т.д.

Криминальная экономика — непосредственно связанная с криминальными (уголовными) преступлениями в экономической сфере.

Коррупция — (подкуп, продажность) — формы и методы использования служебного положения недобросовестными чиновниками на основе взаимодействия с преступным бизнесом в личных или групповых целях.

Экономическая безопасность — состояние экономики, характеризующееся успешным, самодостаточным её развитием, при соблюдении норм и объемов участия внешнеэкономических систем, характеризующихся установленными критериями и показателями с учетом предпринимаемых мер превентивного и регулирующего характера.

Пороговые значения показателей экономической безопасности — показатели, отражающие предельные величины отклонений объемов и норм экономического развития, за которыми следуют острые негативные последствия,

Условно позитивные функции ТЭ — виды теневой деятельности, не наносящие прямого ущерба официальной экономике, позволяющие уйти ряду предпринимательских структур от банкротства и создающие возможности:

1) сглаживания перепадов в экономической конъюнктуре с помощью перераспределения ресурсов между предприятиями легальной и теневой экономикой;

2) смягчения нежелательных социальных противоречий посредством неофициальной занятости населения, облегчающей материальное положение малоимущих;

3) подпитки своими ресурсами легальной экономики, в результате чего т.н. «отмытые теневые капиталы», накопленные в теневом секторе, возвращаются и начинают функционировать и облагаться налогами в легальном секторе.

Эгоцентристский характер экономического поведения — выражается в процессах накопления и присвоения части национального богатства, государственного имущества или результатов производства частными коррумпированными группировками на основе превращения частной собственности в личную.

Н. В. Михайлова,
соискатель, ГОУ Академия народного хозяйства
при Правительстве Российской Федерации

Развитие микрофинансирования в России

Аннотация. Исследование посвящено актуальным вопросам микрофинансирования. В работе сделана попытка проанализировать основные проблемы микрофинансирования в России. Автор предлагает пути совершенствования механизма данного сектора экономики в России. Работа может быть весьма полезной для специалистов в области финансовой деятельности, преподавателей, студентов, аспирантов, а также широкого круга читателей.

Ключевые слова: микрофинансовая деятельность (микрофинансирование) — деятельность юридических лиц по предоставлению микрозаймов, а также кредитов. Микрозаем — заем, предоставляемый займодавцем заемщику, на условиях, предусмотренных договором займа, в сумме, не превышающей один миллион рублей.

В условиях продолжающегося финансово — экономического коллапса, как в России, так и в мире в целом, актуальной проблемой является сохранение благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства. Многие аналитики утверждают, что оптимизация этого сектора экономики является сдерживающим фактором кризиса [5].

В мире микрофинансовое движение существует и развивается уже около тридцати лет и постепенно становится серьезным фактором в экономике и общественной жизни. Микрофинансирование в России развивается более 15 лет и его роль как эффективного инструмента поддержки малого предпринимательства нельзя недооценивать. Так, данный сектор, насчитывающий на 1 января 2009 года более 4,5 миллионов субъектов, обладает максимальной адаптивностью к изменениям внешних условий в ходе кризиса и сможет быстрее всего отреагировать на изменение потребительских запросов и нужд населения [5].

Несмотря на высокую динамику роста микрофинансового сектора в России, он находится на раннем этапе своего развития. Существующих масштабов деятельности микрофинансовых институтов недостаточно для институционального развития микробизнеса. По уровню развития микрофинансового рынка Россия в разы уступает странам Центральной и Восточной Европы, практически одновременно с Россией начавшим переход к рыночной экономике [1; 18].

Согласно прогнозам, до конца 2009 года можно ожидать сокращения до 1,5 миллионов человек на крупных и средних предприятиях [5]. Занятость данных категорий граждан и снижение безработицы путем создания благоприятных условий для их вовлечения в малый и средний бизнес, имеет большое социальное — экономическое значение.

Необходимым элементом стимулирования предпринимательской инициативы граждан, содействия самозанятости безработных и развития уже созданных микропредприятий является их финансово — кредитная поддержка, особенно важная в условиях низкого уровня сбережений населения. Как показывает мировая практика, одним из наиболее эффективных инструментов здесь выступает микрофинансирование.

Микрофинансовая деятельность (микрофинансирование) — деятельность юридических лиц по предоставлению микрозаймов, а также кредитов [3; 65].

Микрофинансирование ориентировано в первую очередь на удовлетворение потребностей в финансовых ресурсах населения отдаленных районов, малых предприятий и микропредприятий. Деятельность микрофинансовых организаций осуществляется на принципах дополнения банковского предложения в секторах, не занятых банками (в силу низкого экономического интереса или других существенных причин), что приводит к ускорению развития и банков, и небанковских микрофинансовых организаций. Кроме того, деятельность кредитных союзов и иных некоммерческих организаций финансовой взаимопомощи создает условия для возникновения и развития нового сегмента финансового рынка — средств населения, консолидированных в фондах финансовой взаимопомощи указанных организаций.

Микрофинансирование, как и любой другой вид деятельности, призван решать социальные и экономические функции.

Социальные функции заключаются в следующем:

- микрофинансирование — один из инструментов сокращения бедности и поддержки предпринимательской инициативы;

- наличие на рынке финансовых услуг развитого сегмента микрофинансирования повышает возможности граждан в реализации предпринимательского потенциала и самозанятости.

Экономические функции микрофинансирования приводят к:

- созданию финансово независимых, свободно финансируемых, локальных организаций, что повышает устойчивость развития малого и среднего предпринимательства и способствует его расширению;
- повышению качества на российском рынке финансовых услуг и общему положительному вектору развития финансовой системы страны;
- формированию кредитных историй по малому, среднему предпринимательству, а также индивидуальных предпринимателей.

Роль микрофинансирования как показавшего свою эффективность инструмента поддержки малого и среднего предпринимательства нельзя недооценивать. В настоящее время совокупный портфель микрокредитов составляет около 70 миллиардов долларов США [5]. В течение последних 6 лет количество потребителей микрофинансовых услуг увеличилось более чем в 5 раз, количество заемщиков в секторе микрофинансирования составляет более 100 миллионов человек.

Микрозаем — заем, предоставляемый займодавцем заемщику, на условиях, предусмотренных договором займа, в сумме, не превышающей один миллион рублей.

Средний размер займа составляет от нескольких долларов до нескольких десятков тысяч долларов США в зависимости от страны и ВВП на душу населения. Примерно треть микрозаймов в мире выдается коммерческими банками, треть кредитными кооперативами и кредитными союзами и треть специализированными микрофинансовыми организациями [3; 82].

По данным ежегодных исследований Российского микрофинансового центра, на начало 2009 года в России действовало более 2000 небанковских финансовых организаций, реализующих программы микрокредитования для предпринимателей. Формируется диверсифицированная модель микрофинансового рынка, в которую входят институты кредитной кооперации, фонды поддержки малого предпринимательства, коммерческие микрофинансовые организации.

Микрофинансовая организация — организация, осуществляющая микрофинансовую деятельность и внесенная в государственный реестр микрофинансовых организаций.

Совокупный портфель займов всех небанковских микрофинансовых институтов составлял на 1 сентября 2009 года около 25 млрд руб., количество обслуживаемых субъектов малого предпринимательства — около 400 тысяч [5]. Таким образом, средний размер микрозайма в небанковском секторе — чуть больше 60 тыс. рублей при уровне просрочки по микрозаймам около 3%. На сегодняшний день в России размеры займов, выдаваемых на небольшие сроки, предполагают применение повышенных процентных ставок по займам. Поэтому диапазон процентных ставок от 22% до 51% годовых не кажется чрезмерным [6].

Банки пока уделяют программам микрокредитования предпринимателей недостаточное внимание, и на фоне кризиса эти явления лишь усиливаются.

В России микрофинансовые организации создаются в различных организационно-правовых формах и представлены в основном следующие микрофинансовые организации [3; 92]:

- кредитные потребительские кооперативы граждан (КПКГ);
- кредитные кооперативы и потребительские общества (КК);
- государственные (региональные и муниципальные) фонды поддержки малого и среднего предпринимательства;
- сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы (СКПК);
- частные микрофинансовые организации, зарегистрированные в форме коммерческих организаций;
- небанковские депозитно-кредитные организации и банки.

Вместе с тем, в России отсутствует целостная и эффективная система микрофинансирования, механизмы государственного стимулирования микрофинансовой деятельности находятся на раннем этапе развития, что препятствует масштабному развитию рынка для решения возникающих задач. В целях создания благоприятных условий для формирования национальной микрофинансовой системы необходимо реализовать ряд мер различного характера. Среди них можно выделить следующие приоритеты:

1) Совершенствование нормативно — правового регулирования микрофинансовой деятельности.

Необходимо провести доработку законопроекта «О микрофинансовых организациях» для регулирования деятельности некоммерческих и коммерческих организаций, не привлекающих денежные средства населения во вклады. Основная задача законопроекта может состоять в определении параметров микрофинансовой деятельности,

видов организаций для добровольного включения в государственный реестр МФО в целях осуществления мониторинга их деятельности, установления особых налоговых режимов и оказания иных мер поддержки со стороны государства, повышающих привлекательность микрофинансирования для частных инвесторов, государственных и некоммерческих программ.

2) Применение концепции «пропорционального надзора» для формирования финансовых институтов местного развития (микрофинансовых институтов).

Международный опыт показывает важность регулирования микрофинансовой деятельности обособленно от классической кредитной деятельности, с учетом особенностей формирования резервов на возможные потери по микрозаймам. Так, например, Грамин—банк (Бангладеш) формирует резервы на возможные потери по ссудам только по одному критерию — качеству обслуживания долга, при этом, не уделяя особого внимания предварительной оценке платежеспособности заемщиков с учетом их статуса как начинающих предпринимателей [7].

В России для финансовой устойчивости и самокупаемости микрофинансовых программ с достижением больших показателей территориального проникновения и охвата клиентов, снижение издержек, связанных с регулированием и надзором, является одним из основных факторов успеха. Выдача микрокредитов и работа в небольших населенных пунктах сама по себе является достаточно затратной; высокие издержки надзора могут сделать ее полностью нерентабельной. С другой стороны, деятельность финансового института обычно содержит ряд специфических рисков, включая кредитный, которые требуют надзора.

Но важно понимать, что внешний надзор имеет своей целью не предотвращение кредитного риска как такового, а предотвращение его возможных негативных последствий — в первую очередь, риска утраты привлеченных средств физических лиц в ходе активных операций финансовой организации.

С определенным допущением можно обобщить, что объем надзора за деятельностью микрофинансового института есть прямая функция риска, возникающего в отношении привлеченных средств населения $/N_m = f(R_m)/$, где N — объем надзора, R — риски, связанные с использованием сбережений, m — состояние аргумента и функции [7]. Это означает, в частности, следующий практический вывод: если микрофинансовая организация не привлекает средства неограниченного круга физических лиц, необходимость в пруденциальном надзо-

ре (имея в виду надзор за соблюдением специальных экономических нормативов, обеспечивающих финансовую устойчивость) за его деятельностью отсутствует, достаточно мониторинга результатов, что значительно менее затратно для всех участников процесса. По мере роста возможностей микрофинансовой организации по привлечению средств сторонних физических лиц и количества допустимых активных операций по их использованию, должны пропорционально увеличиваться и требования надзора. В зависимости от масштаба рынка и уровня рисков, контроль за их соблюдением со стороны государства может быть как прямым, так и делегированным, через саморегулируемые организации участников рынка.

Применение описанной модели «пропорционального надзора» является важным условием для решения задачи повышения доступности финансовых услуг и обслуживания необеспеченных категорий клиентов.

Итак, микрофинансирование все больше распространяется на российском рынке, становясь частью кредитно-финансовой системы страны. Благодаря микрофинансированию, становятся доступным заемные средства тем, кому не удалось получить кредит в банке.

Микрофинансирование решает две важнейшие проблемы: во-первых помогает развитию малого и среднего бизнеса, и во-вторых содействует преодолению бедности, сокращает уровень безработицы. А значение микрофинансирования уже признано во всем мире.

За последние годы в стране выросли объемы микрокредитования. Появляется все больше организаций, предоставляющих микрозаймы. Но они не полностью удовлетворяют потребности малого и среднего бизнеса в микрофинансировании. Это связано с тем, что объем рынка всех организаций не покрывает спрос предпринимателей.

Опыт многих стран показал, что на рынке микрофинансирования существуют самые разные формы финансовых посредников. Это могут быть банки, кредитные кооперативы, некоммерческие микрофинансовые организации. В России целесообразно придерживаться такого же подхода к развитию микрофинансового сектора.

Литература

1. «Принципы, опыт и перспективы взаимодействия банков и небанковских микрофинансовых организаций в России» / Под редакцией Шестоперова О.М. М., 2005.
2. Емелин А., Мамута М. Некоторые аспекты системы формирования регулирования и надзора в области микрофинансирования // Юрист ВУЗа. 2009. № 2.
3. Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Под ред. Ясина Е.Г., Чепуренко А.Ю., Буева В.В. М.: Фонд Либеральная миссия», 2008.
4. Эффективный возврат проблемных кредитов в условиях кризиса. / И.Ю. Соколова // «Банковское кредитование». Март–апрель 2009. № 2.
5. Экспертные данные Микрофинансового центра – www.rmcenter.ru
6. CGAP Focus: note 13 on Savings Mobilization Strategies, http://www.cgap.org/docs/FocusNote_13.pdf
7. www.themix.org

А. А. Панкратов,
Начальник управления обеспечения реализации программ
и бухгалтерского учета ФКА, кандидат технических наук

Развитие нормативно-правовой базы ГЧП: достижения и тенденции

Аннотация. Правовое обеспечение отношений ГЧП эволюционирует в русле общих изменений законодательства в сфере государственного регулирования экономики. В статье проведен анализ Федеральных Законов РФ «О соглашениях о разделе продукции», «О концессионных соглашениях», «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», Положения об Инвестиционном фонде РФ, государственной программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий», Закона «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах». Сделан вывод, что процесс выработки удобных всем участникам ГЧП-процесса правил игры должен завершиться принятием федерального закона о ГЧП.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, особые экономические зоны, резидент ОЭЗ, концессионное соглашение, соглашение о разделе продукции.

1. Общие тенденции эволюции правового обеспечения отношений государственно-частного партнерства. Вопрос об адекватном нормативно-правовом регулировании практики государственно-частного партнерства (ГЧП) и особенно ее финансовых механизмов имеет принципиальное значение.

Правовое обеспечение отношений ГЧП в целом эволюционирует в русле общих изменений законодательства в сфере государственного регулирования экономики и предпринимательской деятельности. Последнее же, по остроумному замечанию правоведа С.Н. Шишкина, «отличается излишним динамизмом. Оно постоянно изменяется и совершенствуется, но это происходит бессистемно и зачастую поспешно»¹. Разумеется, существует и объективная причина такого положения

¹ Шишкин С.Н. Государственное регулирование экономики. Предпринимательско-правовой аспект. — М.: Волтерс Клувер, 2007. — С. 244–245.

дел, заключающаяся в динамичном и многоаспектном развитии и совершенствовании опосредуемых правом экономических отношений. Однако в подобных условиях усложняется задача законодателя: помимо правовой регламентации и констатации сложившихся хозяйственных отношений ему приходится прогнозировать и возможные тенденции их развития. Правоведы обращают внимание еще на одно негативное обстоятельство: при осуществлении государственного регулирования экономики и предпринимательской деятельности чрезмерно используются административно-правовые принципы и подходы, которые изначально по своей сути неадекватны рыночным отношениям.

Отечественному праву еще предстоит долгий процесс квалификации многочисленных форм ГЧП, а также публичного права, публичного интереса и публично-правовой собственности.

По оценке О.Михеева, «в настоящее время можно говорить о наличии законодательного регулирования лишь отдельных форм экономических отношений, которые в той или иной мере относятся экспертами к практике ЧПП (например, система концессий, функционирование особых экономических зон и пр.). Это Федеральный закон № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» от 21 июля 2005 г. и Федеральный закон № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» от 27 июля 2005 г.»².

В целом соглашаясь с тезисом о фрагментарности нормативно-правового обеспечения деятельности ГЧП в России, мы, тем не менее, хотели бы представить более развернутый анализ правового контура отношений ГЧП, тем более, что за последние годы прогресс в этой области очевиден.

2. Федеральное законодательство по вопросам ГЧП представляют следующие основные нормативно-правовые акты:

1. Федеральный Закон РФ «О соглашениях о разделе продукции» № 225-ФЗ от 30 декабря 1995 г.
2. Федеральный Закон РФ № 115-ФЗ от 21 июля 2005 г. «О концессионных соглашениях»
3. Федеральный Закон РФ № 116-ФЗ от 22 июля 2005 г. «Об особых экономических зонах в Российской Федерации»
4. Положение об Инвестиционном фонде РФ (утверждено Постановлением Правительства РФ от 23.11.2005 г. № 694).

² Михеев О.Л. Финансовые и правовые проблемы частно-государственного партнерства. — М.: Анкил, 2008. — С. 6–7.

5. Государственная программа «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий» (одобрена распоряжением Правительства РФ от 10 марта 2006 г. № 328-р).

6. Региональные нормативно-правовые акты³.

3. Федеральный Закон РФ «О соглашениях о разделе продукции» № 225-ФЗ от 30 декабря 1995 г. (последний изученный нами вариант – в ред. Федерального закона от 30.12.2008 № 309-ФЗ) устанавливает правовые основы отношений, возникающих в процессе осуществления российских и иностранных инвестиций в поиски, разведку и добычу минерального сырья на территории РФ, а также на континентальном шельфе и (или) в пределах исключительной экономической зоны РФ на условиях соглашений о разделе продукции. Согласно пп. 1–3 ст. 2 225-ФЗ, соглашение о разделе продукции (далее – соглашение) является договором, в соответствии с которым Российская Федерация предоставляет субъекту предпринимательской деятельности (далее – инвестор) на возмездной основе и на определенный срок исключительные права на поиски, разведку, добычу минерального сырья на участке недр, указанном в соглашении, и на ведение связанных с этим работ, а инвестор обязуется осуществить проведение указанных работ за свой счет и на свой риск. Соглашение определяет все необходимые условия, связанные с использованием недрами, в том числе условия и порядок раздела произведенной продукции между сторонами соглашения в соответствии с положениями данного Федерального закона. Перечни участков недр, право пользования которыми на условиях раздела продукции может быть предоставлено в соответствии с положениями настоящего Федерального закона, устанавливаются федеральными законами. Разрешается предоставление на условиях раздела продукции не более 30% разведанных и учтенных государственным балансом запасов полезных ископаемых.

Согласно п. 4 той же статьи основание для включения в перечень для СРП участков недр – отсутствие возможности геологического изучения, разведки и добычи полезных ископаемых на иных предусмотренных законодательством РФ условиях пользования недрами, отличных от условий раздела продукции, подтвержденное проведением аукциона на предоставление права пользования участком недр по Закону РФ «О недрах» и признание аукциона несостоявшимся в связи с

отсутствием участников. Тогда включение в перечень допускается при наличии следующих условий:

- если разработка данного участка недр может обеспечить сохранение рабочих мест для градообразующей организации, а прекращение разработки данного участка недр приведет к негативным социальным последствиям;
- если разработка данного участка недр является необходимой для вовлечения в хозяйственный оборот полезных ископаемых, которые находятся на континентальном шельфе РФ и в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях и залегают в областях, где отсутствуют населенные пункты, транспортная и иная инфраструктура;
- если разработка данного месторождения требует использования специальных высокотехнологичных технологий для добычи трудноизвлекаемых значительных по объему запасов полезных ископаемых, находящихся в сложных горно-геологических условиях.

Согласно п. 6 ст. 2, субъекты РФ осуществляют законодательное регулирование своего участия в соглашениях о разделе продукции при пользовании участками недр на своих территориях.

Согласно п. 1 Ст. 3 Закона, сторонами СРП являются: РФ (далее – государство), от имени которой в соглашении выступают Правительство РФ или уполномоченные им органы; инвесторы – юридические лица и создаваемые на основе договора о совместной деятельности и не имеющие статуса юридического лица объединения юридических лиц, осуществляющие вложение собственных заемных или привлеченных средств (имущества и (или) имущественных прав) в поиски, разведку и добычу минерального сырья и являющиеся пользователями недр на условиях соглашения.

По п. 2 ст. 4 Закона, лицензия на пользование предоставленным участком недр, указанным в соглашении, выдается инвестору в течение 30 дней с даты подписания соглашения.

Согласно п. 1 ст. 6 Закона, СРП может быть заключено с победителем аукциона и в согласованные сторонами сроки, но не позднее чем через один год со дня создания комиссии, указанной в пункте 3 настоящей статьи. Победителем аукциона является участник аукциона, предложивший наиболее высокую цену за право заключения соглашения. Условиями аукциона должно быть предусмотрено участие российских юридических лиц в реализации соглашений в долях, определенных Правительством РФ.

³ Следует также обратить внимание на Федеральную целевую программу «Развитие инфраструктуры наноиндустрии в Российской Федерации на 2008–2010 годы» (утверждена Постановлением Правительства РФ от 2 августа 2007 г. № 498).

Согласно п. 2 ст. 7 225-ФЗ, соглашением предусматриваются обязательства инвестора по: предоставлению российским юридическим лицам преимущественного права на участие в работах по СРП; привлечению работников — граждан РФ в количестве не менее чем 80% общего состава, привлечению иностранных рабочих и специалистов только на начальных этапах работ или при отсутствии рабочих и специалистов — граждан РФ соответствующих квалификаций; приобретению отечественных технологического оборудования, технических средств и материалов в объеме не менее 70% общей стоимости; страхованию ответственности по возмещению ущерба в случае аварий, повлекших за собой вредное влияние на окружающую среду и т.д.

По пп. 1–2 ст. 8 Закона, произведенная продукция подлежит разделу между государством и инвестором, причем СРП должно предусматривать: 1) предельный уровень компенсационной продукции (части произведенной продукции, которая передается в собственность инвестора для возмещения его затрат на выполнение работ по СРП) в размере 75%, а при добыче на континентальном шельфе РФ — 90% общего объема произведенной продукции; раздела между государством и инвестором прибыльной продукции. В отдельных случаях раздел продукции между государством и инвестором по СРП может осуществляться в ином порядке.

Статья 11 Закона уточняет, что имущество, вновь созданное или приобретенное инвестором и используемое им для выполнения работ по СРП, является собственностью инвестора, если иное не предусмотрено соглашением. А вот вся первичная информация, данные по ее интерпретации и производные данные, а также образцы горных пород, полученные инвестором, принадлежат на праве собственности государству. При соблюдении условий конфиденциальности, предусмотренных СРП, инвестор имеет право свободно и безвозмездно пользоваться ими.

Статья 13 Закона перечисляет налоги и платежи, уплачиваемые инвестором при выполнении СРП.

Статья 17 Закона «Стабильность условий соглашения» гарантирует: условия СРП сохраняют свою силу в течение всего срока действия.

По п. 1 ст. 18 Закона, инвестору гарантируется защита имущественных и иных прав, приобретенных и осуществляемых им в соответствии с соглашением.

4. Федеральный Закон РФ «О концессионных соглашениях» № 115-ФЗ от 21 июля 2005 г. (последний изученный нами вариант — в ред. Федерального закона от 17.07.2009 N 164-ФЗ) в п. 1 ст. 3 устанавлива-

ет правило, согласно которому по концессионному соглашению (далее КС) одна сторона (концессионер) обязуется за свой счет создать и (или) реконструировать определенное недвижимое имущество (далее — объект КС), право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать другой стороне (концеденту), осуществлять деятельность с использованием (эксплуатацией) объекта КС, а концедент обязуется предоставить концессионеру на срок, установленный этим соглашением, права владения и пользования объектом КС для осуществления указанной деятельности.

Согласно пп. 4–6 ст. 3, объект КС, подлежащий реконструкции, должен находиться в собственности концедента на момент заключения КС. Изменение целевого назначения реконструируемого объекта КС не допускается. Передача концессионером в залог объекта КС или его отчуждение не допускается.

В соответствии с пп. 7, 10 и 11 указанной ст. 3, продукция и доходы, полученные концессионером в результате осуществления деятельности, предусмотренной КС, по умолчанию являются собственностью концессионера. Движимое и недвижимое имущество, которое создано и (или) приобретено концессионером при осуществлении деятельности, предусмотренной КС, и не входит в состав иного передаваемого концедентом концессионеру имущества, по умолчанию является собственностью концессионера. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, полученные концессионером за свой счет при исполнении КС, по умолчанию принадлежат концеденту.

По пп. 12 и 13 указанной ст. 3, концессионер по умолчанию несет расходы на исполнение обязательств по КС. Концедент вправе принимать на себя часть расходов на создание и (или) реконструкцию, использование (эксплуатацию) объекта КС и предоставлять концессионеру государственные или муниципальные гарантии в соответствии с бюджетным законодательством РФ.

Согласно п. 14 ст. 3, концессионером осуществляется ввод в эксплуатацию созданного и (или) реконструированного объекта КС.

В соответствии с положениями пп. 15–17 той же ст. 3, права владения и пользования концессионера объектом КС, а также недвижимым имуществом, предоставленным концессионеру в соответствии с частью 9 настоящей статьи, подлежат государственной регистрации в качестве обременения права собственности концедента. Государственная регистрация прав владения и пользования концессионера созданным объектом КС осуществляется одновременно с государственной

регистрацией права собственности концедента на этот объект. Объект КС и иное передаваемое концедентом концессионеру имущество отражаются на балансе концессионера, обособляются от его имущества. В отношении таких объекта и имущества концессионером ведется самостоятельный учет. Обращение взыскания по долгам концессионера на его права в отношении объекта КС и иного передаваемого концедентом концессионеру имущества не допускается.

Согласно п. 1 ст. 4 Закона, объектом КС является недвижимое имущество, входящее в состав следующего имущества:

- 1) автомобильные дороги и инженерные сооружения транспортной инфраструктуры, в том числе мосты, путепроводы, тоннели, стоянки автотранспортных средств, пункты пропуска автотранспортных средств, пункты взимания платы с владельцев автотранспортных средств;
- 2) объекты железнодорожного транспорта;
- 3) объекты трубопроводного транспорта;
- 4) морские и речные порты, гидротехнические сооружения портов, объекты их производственной и инженерной инфраструктур;
- 5) суда, паромные переправы, плавучие и сухие доки;
- 6) аэродромы, иная авиационная инфраструктура;
- 7) объекты производственной и инженерной инфраструктур аэропортов;
- 8) гидротехнические сооружения;
- 9) объекты по производству, передаче и распределению электрической и тепловой энергии;
- 10) системы коммунальной инфраструктуры и иные объекты коммунального хозяйства;
- 11) метрополитен и другой транспорт общего пользования;
- 12) объекты здравоохранения, в том числе объекты, предназначенные для санаторно-курортного лечения;
- 13) объекты образования, культуры, спорта, иные объекты социально-культурного назначения.

Согласно п. 1 ст. 5, сторонами КС являются: 1) концедент – РФ, от имени которой выступает Правительство РФ или уполномоченный им федеральный орган исполнительной власти, либо субъект РФ, от имени которого выступает орган государственной власти субъекта РФ, либо муниципальное образование, от имени которого выступает орган местного самоуправления. Отдельные права и обязанности концедента могут осуществляться уполномоченными концедентом органами и юридическими лицами. Полномочия концедента также вправе осуществлять государственная компания «Российские автомобильные доро-

ги»; 2) концессионер – индивидуальный предприниматель, российское или иностранное юридическое лицо либо действующие без образования юридического лица по договору простого товарищества (договору о совместной деятельности) два и более юридических лица.

По п. 2 той же ст. 5, перемена лиц по КС путем уступки требования или перевода долга допускается с согласия концедента с момента ввода в эксплуатацию объекта КС, залог прав по КС не допускается.

Согласно пп. 1 и 1.1 ст. 7 Закона, в КС предусматривается плата, вносимая концессионером концеденту в период использования (эксплуатации) объекта КС (далее – концессионная плата). Размер концессионной платы, форма, порядок и сроки ее внесения устанавливаются в КС. В случае реализации концессионером производимых товаров, выполнения работ, оказания услуг по регулируемым ценам (тарифам) или с учетом установленных надбавок к ценам (тарифам), а также в случаях, если условиями КС предусмотрено принятие концедентом на себя части расходов на создание и (или) реконструкцию, использование (эксплуатацию) объекта КС, концессионная плата в КС может не предусматриваться.

По п. 2 ст. 7 Закона, концессионная плата может быть установлена в форме: 1) определенных в твердой сумме платежей, вносимых периодически или единовременно в бюджет соответствующего уровня; 2) установленной доли продукции или доходов, полученных концессионером в результате осуществления деятельности, предусмотренной концессионным соглашением; 3) передачи концеденту в собственность имущества, находящегося в собственности концессионера.

5. Федеральный Закон РФ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» № 116-ФЗ от 22 июля 2005 г. (последний измененный нами вариант – в ред. Федерального закона от 23.07.2008 № 160-ФЗ) устанавливает порядок функционирования особых экономических зон (ОЭЗ).

Статья 2 Закона 116-ФЗ вводит понятие ОЭЗ – это определяемая Правительством РФ часть территории РФ, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности. Согласно ст. 3 Закона, ОЭЗ создаются в целях развития обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей, производства новых видов продукции, транспортной инфраструктуры, а также туризма и санаторно-курортной сферы.

В соответствии с п. 1 ст. 4 Закона, на территории РФ могут создаваться ОЭЗ следующих типов: промышленно-производственные, технико-внедренческие, туристско-рекреационные и портовые ОЭЗ.

По пп. 2, 2.1–2.3 ст. 4 Закона, промышленно-производственные ОЭЗ создаются на участках территории, которые имеют общую границу и площадь которых составляет не более чем 20 кв. км. Техничковнедренческие ОЭЗ создаются не более чем на 2 участках территории, общая площадь которых составляет не более чем 3 кв. км. Туристско-рекреационные ОЭЗ и портовые ОЭЗ создаются на 1 или нескольких участках территории, определяемых Правительством РФ. Портовые ОЭЗ создаются на территориях морских портов и речных портов и аэропортов, открытых для международного сообщения, а также на территориях, предназначенных для строительства, реконструкции и эксплуатации морского порта, речного порта, аэропорта. Портовые ОЭЗ создаются на участках территории, которые имеют общую границу и площадь которых составляет не более чем 50 кв. км.

Пп. 3–5 вводят ряд ограничений по размещению ОЭЗ, а также по видам деятельности, ведение которых в границах ОЭЗ не допускается.

Ст. 5 Закона в п. 1 предписывает возможность создания ОЭЗ, за исключением портовых, только на земельных участках, находящихся в государственной и (или) муниципальной собственности. В следующих пунктах это положение раскрывается и уточняется. Так, могут находиться: во владении и (или) в пользовании граждан и юридических лиц — земельные участки, предоставленные для размещения и использования объектов инженерной инфраструктуры и на которых размещены такие объекты, а также земельные участки, образующие портовую и туристско-рекреационную ОЭЗ⁴; в пользовании образовательных и (или) научно-исследовательских организаций — земельные участки при создании технико-внедренческой ОЭЗ;

Согласно п. 1 ст. 6 Закона, решение о создании ОЭЗ на территориях субъекта РФ и муниципального образования принимается Правительством РФ и оформляется постановлением Правительства РФ. По п. 3 той же статьи, отбор заявок на создание ОЭЗ одного типа осуществляется на основе конкурсного отбора. Положение о проведении конкурса по отбору заявок утверждается уполномоченным Правительством РФ федеральным органом исполнительной власти.

П. 6 ст. 6 определяет, что ОЭЗ, за исключением портовой ОЭЗ, создается на 20 лет. Портовые ОЭЗ создаются на 49 лет. Срок существования ОЭЗ продлению не подлежит.

⁴ Кроме того, земельные участки для создания туристско-рекреационной ОЭЗ могут относиться к землям лесного фонда, землям особо охраняемых территорий и объектов, в том числе землям национальных парков.

Согласно п. 2 ст. 7. 116-ФЗ, управление особыми экономическими зонами возлагается на федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный осуществлять функции по управлению особыми экономическими зонами (далее — Уполномоченный орган), и его территориальные органы. В соответствии с положениями ст. 8, органы управления ОЭЗ, в числе прочих функций: осуществляют регистрацию резидентов ОЭЗ и ведение реестра резидентов ОЭЗ; контролируют исполнение резидентом ОЭЗ соглашения об осуществлении деятельности в ОЭЗ; выполняют функции государственного заказчика; управляют и распоряжаются земельными участками и другими объектами недвижимости, расположенными в границах ОЭЗ и находящимися в государственной и (или) муниципальной собственности; выдают разрешения на строительство и др.

В ст. 9 Закона подробно описывается понятие «резидент особой экономической зоны», а в ст. 10 — порядок осуществления предпринимательской деятельности на территории ОЭЗ.

Статья 12 Закона описывает предмет соглашения о ведении промышленно-производственной деятельности (ППД).

Согласно п. 1 этой статьи, по соглашению об осуществлении (ведении) ППД резидент ОЭЗ обязуется в течение срока действия соглашения осуществлять в ОЭЗ ППД, в том числе осуществить инвестиции в объеме и в сроки, которые предусмотрены соглашением, а органы управления ОЭЗ обязуются в срок, указанный в соглашении, заключить с резидентом ОЭЗ договор аренды земельного участка, расположенного в границах ОЭЗ и прошедшего кадастровый учет за счет резидента, для осуществления ППД на срок действия соглашения, если меньший срок не заявлен резидентом. Арендная плата и иные платежи за переданный в аренду земельный участок поступают в бюджет соответствующего уровня.

Согласно п. 2 той же статьи, по соглашению о ведении ППД резидент ОЭЗ обязан осуществить капитальные вложения в рублях в сумме, эквивалентной не менее 10 млн. евро (за исключением нематериальных активов). При этом резидент ОЭЗ обязан осуществить капитальные вложения в рублях в сумме, эквивалентной не менее 1 млн. евро (за исключением нематериальных активов), в течение года с даты заключения соглашения.

П. 5 ст. 12 запрещает резиденту ОЭЗ передавать свои права и обязанности по соглашению о ведении ППД другому лицу.

Согласно же п. 6, типовая форма соглашения о ведении ППД утверждается Уполномоченным органом.

Главы 6, 6.1 и 6.2 Закона описывают три другие вида соглашений: о ведении технико-внедренческой деятельности, об осуществлении туристско-рекреационной деятельности и деятельности в портовой ОЭЗ.

Ст. 32 Закона описывает режим землепользования в ОЭЗ. Согласно ее положениям, органы управления ОЭЗ управляют и распоряжаются земельными участками в ее границах. Земельные участки в границах ОЭЗ могут предоставляться во временное владение и пользование исключительно на основании договора аренды. Арендаторы земельных участков в границах ОЭЗ — собственники созданных ими объектов недвижимости имеют право выкупа расположенных под указанными объектами земельных участков. По п. 1 Ст. 34, максимальный размер арендной платы за земельные участки, предоставленные резиденту ОЭЗ, определяется Уполномоченным органом, исполнительной власти. Ст. 35 Закона существенно ограничивает права резидента ОЭЗ по распоряжению арендованным у государства земельным участком в границах ОЭЗ.

Глава 8 Закона описывает налогообложение резидентов ОЭЗ и таможенный режим в ОЭЗ. Ст. 38 Закона дает резидентам ОЭЗ гарантии от неблагоприятного изменения законодательства РФ о налогах и сборах.

6. Положение об Инвестиционном фонде РФ. Для реализации наиболее перспективных инвестиционных проектов Правительством РФ было принято решение о создании Инвестиционного фонда РФ. В ст. 179.2 Бюджетного кодекса РФ (в редакции федерального закона от 26.04.07 № 63-ФЗ) Инвестиционный фонд РФ определяется как «часть средств федерального бюджета, подлежащая использованию в целях реализации инвестиционных проектов, осуществляемых на принципах государственно-частного партнерства». Инвестиционный фонд РФ позволяет реализовать новые подходы к созданию объектов инфраструктуры, недостаточный уровень развития которой является одним из существенных препятствий экономического роста. Средства фонда также направляются на развитие инновационной инфраструктуры.

Согласно Программе, расходование средств Инвестиционного фонда РФ на условиях ГЧП позволит повысить эффективность государственных инвестиций (вклад частного капитала должен быть не менее 25%).⁵

⁵ Николаев А.И., Бочков С.О. ГЧП как инструмент инвестиционной политики // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. — 2007. — № 1–2 (30–31).

В Положении об Инвестиционном фонде РФ (утверждено Постановлением Правительства РФ от 23.11.2005 г. № 694, с учетом последующих изменений) определены формы, механизмы и условия предоставления государственной поддержки за счет средств Фонда для реализации инвестиционных проектов, имеющих общегосударственное значение и осуществляемых на условиях ГЧП (далее — инвестиционные проекты), этапы и процедура их отбора, основные требования к представляемой документации и проведению мониторинга реализации инвестиционных проектов.

Согласно Положению, государственная поддержка предоставляется для реализации инвестиционных проектов, направленных: а) на социально-экономическое развитие РФ в части создания и (или) развития инфраструктуры (в том числе социальной), имеющей общегосударственное значение или необходимой для выполнения в соответствии с межправительственными соглашениями обязательств РФ по созданию объектов на территории РФ; б) на создание и (или) развитие элементов российской инновационной системы; в) на обеспечение реализации институциональных преобразований. Государственная поддержка также может предоставляться для разработки проектной документации в целях реализации инвестиционных проектов по указанным направлениям.

Инициаторами реализации инвестиционных проектов могут выступать федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления, коммерческие организации, в том числе иностранные инвесторы и коммерческие организации с иностранными инвестициями. Отбор инвестиционных проектов, претендующих на предоставление господдержки, осуществляется на следующих принципах: а) соответствие инвестиционных проектов установленным критериям; б) обеспечение равных условий доступа к процедуре предоставления государственной поддержки; в) безубыточность инвестиционных проектов; г) разделение рисков государства с частным капиталом; д) сбалансированность государственных и частных интересов участников инвестиционного проекта; е) соблюдение условий добросовестной конкуренции и антимонопольного законодательства РФ.

Господдержка для разработки проектной документации инвестиционных проектов предоставляется: а) для разработки проектной документации инвестиционных проектов, претендующих на господдержку; б) для разработки проектной документации инвестиционных проектов, реализация которых планируется в рамках Федерального за-

кона «О концессионных соглашениях» и инициатором которых выступает федеральный орган исполнительной власти, орган исполнительной власти субъекта РФ или орган местного самоуправления.

7. Программа создания технопарков. Государственная программа «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий» (далее — Программа), одобренная распоряжением Правительства РФ от 10 марта 2006 г. N 328-р, направлена на развитие высокотехнологичных отраслей экономики и создание в России технопарков в сфере высоких технологий (ТСВТ). Отличительной особенностью ТСВТ, создаваемых в рамках данной Программы, является то, что объекты их инфраструктуры создаются в том числе за счет средств бюджета РФ.

ТСВТ должны предоставлять набор необходимых услуг предприятиям, размещенным на территории технопарка, что позволит этим предприятиям получить значительную экономию расходов и сконцентрироваться на своей основной деятельности. В технопарках могут осуществлять свою деятельность организации, оказывающие юридические, финансовые, информационно-технологические, маркетинговые и другие услуги, а также бизнес-инкубаторы, деятельность которых направлена на реализацию венчурных проектов в сфере высоких технологий.

Инфраструктура ТСВТ состоит из офисных зданий и производственных помещений, объектов инженерной, транспортной, жилой и социальной инфраструктуры.

В создании ТСВТ примут участие учреждения образования и научные учреждения, которые выступят инициаторами, заказчиками и соисполнителями исследований и перспективных разработок и осуществят подготовку квалифицированных специалистов в сфере высоких технологий.

Решение об оказании господдержки созданию ТСВТ в каждом конкретном случае принимается на основании акта Правительства РФ. Господдержка носит адресный характер и не подменяет рыночные механизмы развития высокотехнологичных отраслей экономики.

Технопарки в сфере высоких технологий в 2006 — 2010 годах планировалось создавать на территориях Московской, Новосибирской, Нижегородской, Калужской, Тюменской областей, Республики Татарстан и г. Санкт-Петербурга.

Для обеспечения работы ТСВТ образуется координирующий орган, в состав которого входят представители федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления, отраслевых ассоциаций, научных и образовательных учреждений, а также представители инвес-

торов. Координирующий орган создается совместным решением Минсвязи РФ и администрации субъекта Российской Федерации. Функции по созданию ТСВТ и управлению им осуществляет управляющая компания. Средства, полученные управляющей компанией, используются исключительно на проведение мероприятий, связанных с развитием инфраструктуры технопарка, и маркетинговых мероприятий, направленных на поддержку российских высокотехнологичных предприятий при их выходе на мировой рынок.

Программа имеет среднесрочный характер и рассчитана на реализацию в течение 2006—2010 годов. В 2008—2010 гг. предусмотрены: развитие инфраструктуры ТСВТ, привлечение ведущих мировых высокотехнологичных компаний для размещения своих производств в технопарках, реализация программы, направленной на продвижение российских высокотехнологичных предприятий на мировой рынок.

В результате реализации Программы к 2010 году предполагается создать технопарки, обладающие развитой инженерной, транспортной, социальной, производственной и жилой инфраструктурой. Общая стоимость произведенных в ходе деятельности технопарков продукции и услуг может превысить 100 млрд. руб.

8. Законодательство Санкт-Петербурга. Определенный опыт организации ГЧП-проектов внедрен в законодательное поле северной столицы.

20 декабря 2006 г. Законодательное Собрание г. Санкт-Петербурга приняло Закон «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах», целями которого стали:

- 1) реализация социально значимых проектов в Санкт-Петербурге;
- 2) привлечение частных инвестиций в экономику Санкт-Петербурга;
- 3) обеспечение эффективности использования имущества, находящегося в собственности Санкт-Петербурга;
- 4) повышение качества товаров, работ, услуг, предоставляемых потребителям.

Закон Санкт-Петербурга об участии в государственно-частных партнерствах устанавливает порядок и условия передачи государственного имущества Санкт-Петербурга или прав на осуществление отдельных видов деятельности, являющихся прерогативой Санкт-Петербурга, частному инвестору. Он декларирует инвестору, в какие проекты и на каких условиях Санкт-Петербург готов вступать в отношении ГЧП.

В Законе Санкт-Петербурга вводится понятие ГЧП как взаимовыгодного сотрудничества Санкт-Петербурга с российским или ино-

странным юридическим или физическим лицом, в реализации социально значимых проектов, которое осуществляется путем заключения и исполнения соглашений, в том числе концессионных.

В рамках участия в ГЧП Санкт-Петербург может предоставлять инвестору земельные участки, иное недвижимое или движимое имущество, находящееся в собственности Санкт-Петербурга, либо принадлежащие Санкт-Петербургу исключительные права.

Согласно законодательству, город готов участвовать в ГЧП в следующих отраслях: транспортная инфраструктура; системы коммунального хозяйства, включая инженерные коммуникации и объекты переработки и утилизации бытовых отходов; объекты электроснабжения; объекты связи и телекоммуникаций; объекты здравоохранения; объекты образования, культуры и социального обслуживания; объекты туризма, рекреации и спорта.

Следует также упомянуть: Законы Санкт-Петербурга «О порядке предоставления объектов недвижимости, находящихся в собственности Санкт-Петербурга, для строительства и реконструкции от 17 июня 2004 года № 282-43; «О государственной поддержке Санкт-Петербургом инвестиций в жилищное строительство» от 16 июля 2001 года № 568-71; «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Санкт-Петербурга» от 30 июля 1998 года № 185-36; «О налоговых льготах» от 14 июля 1995 года № 81-11; «Об инвестиционном налоговом кредите» от 12 июля 2002 года № 316-28; Постановление Правительства Санкт-Петербурга «О предоставлении государственных гарантий Санкт-Петербурга» от 17 августа 2004 года № 1385 и другие нормативно-правовые акты.

Рамки работы не позволяют остановиться на всех примерах правового отражения участия регионов России в ГЧП. Собственные нормативные акты по этой тематике приняты, например, в Краснодарском крае (Распоряжение главы администрации (губернатора) от 14 февраля 2008 года № 67-р «О мерах по развитию государственно-частного партнерства в Краснодарском крае»), в Республике Дагестан (Закон от 1 февраля 2008 г. N 5 «Об участии Республики Дагестан в государственно-частных партнерствах») и ряде других регионов.

9. Перспективы и тенденции развития правового обеспечения ГЧП.

В качестве общих тенденций развития правовой базы соглашений о ГЧП специалистами отмечается следующее ⁶:

- усложнение договорных и финансовых моделей взаимодействия;
- детализация понимания, и как следствие — уточнение договорного оформления процедур разделения и управления рисками ГЧП;
- выработка четких критериев тарифной политики;
- ужесточение ответственности частной стороны за соблюдение ключевых показателей качества товаров, работ, услуг в рамках ГЧП-проекта;
- учет интересов не только государства и инвестора, но также банков и страховых компаний.

Можно предположить, что процесс выработки удобных всем участникам ГЧП-процесса правил игры рано или поздно должен завершиться принятием федерального закона о ГЧП. Вопрос об этом уже поднимался в Совете Федерации, и думается, что инициативы в этом направлении возобновятся в ближайшее время.

⁶ См., напр.: Соколова Н. От крупных проектов к более мелким ГЧП: международный опыт // Строит-во и гор. хоз-во в Санкт-Петербурге и Лен. обл. — 2008.— № 105.

А. Ю. Семенихин,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Управление инвестициями в условиях государственно-частного партнерства

Аннотация. В условиях, когда многие российские компании сокращают свои инвестиционные планы, а инвестиционные проекты замораживаются, вопрос об активном развитии институтов и инструментов ГЧП остается открытым. В связи с этим в статье представлен детальный анализ механизма управления инвестициями в условиях ГЧП.

Ключевые слова: инвестиционный проект, бюджет, кризис, инвестиционный фонд, кредит, инвестор.

Осенний экономический кризис поставил под угрозу реализацию многих масштабных проектов государственно — частного партнерства (ГЧП). С учетом развития этого кризиса стала невозможной реализация прежней схемы, при которой российские банки привлекали «сравнительно дешевые деньги и с прибылью раздавали их российским заемщикам»¹.

В условиях, когда многие российские компании сокращают свои инвестиционные планы, а инвестиционные проекты замораживаются, вопрос об активном развитии институтов и инструментов ГЧП остается открытым.

С одной стороны, в условиях кризиса ни государство, ни частный сектор не заинтересованы в крупных вложениях финансовых средств. Но с другой стороны, вложение средств в инфраструктуру в ситуации экономического кризиса куда более надежно, нежели, к примеру, их инвестирование в паевые инвестиционные фонды (ПИФ), акции или хранение на банковских депозитных счетах. И с этой позиции государственно-частное партнерство может иметь развитие даже в условиях

¹ Эксперт. — 2008. 27 октября. — № 42 (631).

кризиса. При этом очевидно, что часть инвесторов вынуждена реформатировать инвестиционные проекты, используя сочетания различных форм ГЧП или путь полного реформатирования проектной заявки, т.е. реализовывать ГЧП — проекты в антикризисном режиме.

Учитывая текущую экономическую ситуацию в России и в мире, эксперты прогнозируют, что в ближайшее время предприятия будут в первую очередь заинтересованы в эффективной реструктуризации своих финансовых схем, структуры управления, а также по начатым инвестиционным проектам, но не в инициировании новых проектов.

Более оптимистичных взглядов придерживаются представители ГК «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк — ВЭБ)». По мнению экспертов ВЭБ, в условиях кризиса государственно-частное партнерство «должно иметь еще большую привлекательность и еще больший потенциал, потому что, если раньше ГЧП — проекты можно было развивать внутри частных корпораций с использованием инструментов финансового рынка, когда кредит был доступен и когда было доверие на рынке, на сегодняшний день государство может поддерживать определенное доверие, может гарантировать или поддерживать определенную платежеспособность»².

Таким образом, кризис предоставляет государству возможность более активно заявить о своей роли в реализации ГЧП — проектов и предоставить большие гарантии инвестору, с одной стороны. С другой стороны, любой кризис — это определенная «точка бифуркации», после которой ситуация может развиваться по различным сценариям. По мнению большинства финансистов и экономистов, рассчитывать на высокие темпы привлечения частных средств в ближайшие два года не следует.

Однако развитие ГЧП — проектов в ситуации экономического кризиса возможно, т.к. деньги есть и у государства, и у так называемых институциональных инвесторов (негосударственных пенсионных фондов, у ВЭБ, и т.п.). Бытует мнение, что «государству для проведения макроэкономической политики и реализации масштабных государственных проектов требуется мощная суверенная финансовая система»³, выстроить которую возможно за счет «более активного вовлече-

²Расшифровка стенограммы Круглого стола на тему: «Государственно-частное партнерство: первоочередные меры совершенствования нормативно-правовой базы» от 07.10.2008 г., организованного Государственной Думой РФ и юридической фирмой «Вегас-Лекс». www.polit.ru

³ Эксперт. — 2008. 27 октября. — № 42 (631).

ния финансовых институтов в механизмы государственно-частного партнерства»⁴. Помимо этого, важную роль в достижении названных целей могут сыграть институты развития. Не менее актуальным является вопрос разработки и развития новых ГЧП – инструментов.

В перспективе достаточно мощным катализатором роста могут стать деньги институциональных инвесторов, которые могут быть вложены в инфраструктурные облигации.

При выборе своего инструмента сотрудничества с государством инвестору необходимо провести анализ существующих возможностей, а также выбрать оптимальный механизм реализации инвестиционного проекта в рамках ГЧП в условиях экономического кризиса. Опираясь на знание механизмов функционирования ГЧП – инструментов, можно дать инвестору практические рекомендации относительно целесообразности использования тех или иных инструментов в условиях кризиса. Так, в условиях экономического кризиса могут активно использоваться такие ГЧП – инструменты:

ГЧП – инструменты:

- а) концессионные соглашения, инвестиционные соглашения, предусмотренные правилами формирования и использования бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда РФ;
- б) инструменты бюджетного инвестирования (федеральные целевые и федеральные адресные инвестиционные программы);
- в) инструменты бюджетного финансирования без признаков бюджетных инвестиций (сервисные контракты, контракты жизненного цикла);
- г) инструменты частного инвестирования (концессионные соглашения, иные виды инвестиционных соглашений с условиями инвестирования со стороны бизнеса);
- д) смешанное финансирование, которое может осуществляться в ряде комплексных проектов (например, в инвестиционных соглашениях, реализуемых с участием средств Инвестиционного фонда РФ).

ГЧП-институты, т.е. ВЭБ, Инвестиционный фонд РФ, государственные корпорации и т.п.

ВЭБ – это институт ГЧП, предоставляющий довольно широкие возможности по принятию антикризисных мер. Одним из подтверждений того, что Внешэкономбанк даже в условиях кризиса сохраняет

возможность финансового участия в ГЧП-проектах, является тот факт, что Правительство РФ приняло решение о предоставлении ВЭБ 450 млрд. руб. на субординированные кредиты банкам.

Благодаря использованию инструментов ВЭБ может быть гарантировано не только исполнение обязательств государства по ГЧП-проектам, но и защита государственных интересов при распределении бюджетных ассигнований.

В инфраструктурных проектах ВЭБ может выступать кредитором или предоставлять гарантии для получения кредитов в коммерческих банках.

Кроме того, ВЭБ может сыграть ключевую роль в процессе ввода такого финансового инструмента, как инфраструктурные облигации (ИО). После завершения строительства инфраструктурного объекта под те же гарантии ВЭБ концессионер, иной инвестор или проектная компания, реализовавшие проект, могут эмитировать ИО. Выручка от эмиссии ИО может направляться на погашение кредита.

Кроме того, одной из обсуждаемых инициатив относительно участия ВЭБ в ГЧП – проектах является идея о передаче ему полномочий координатора по проектам, финансируемым за счет привлечения средств Инвестиционного фонда РФ. Еще один возможный вариант – возложение на ВЭБ функций инвестиционного консультанта по ГЧП-проектам, финансируемым из Инвестиционного фонда РФ.

Наметившийся уклон в сторону реализации ГЧП-проектов посредством активного использования финансовых инструментов ВЭБ происходит по следующим причинам: с одной стороны, ВЭБ имеет большие ресурсы для реального структурирования, администрирования и оценки ГЧП-проектов, а с другой – является субъектом, приближенным к государству. Тот факт, что Наблюдательный совет ВЭБ возглавляет Председатель Правительства РФ, говорит о том, что этот институт может оперативно разрешать вопросы, возникающие в процессе реализации конкретных ГЧП-проектов, влиять на формирование повестки дня законодательных органов и т.д. Исходя из этого, взаимодействие с ВЭБ в условиях экономического кризиса, по нашему мнению, имеет перспективы.

11.11.2008 года вступил в силу Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2008 год и на плановый период 2009 года и 2010 года». Изменения предполагают уменьшение средств Инвестиционного фонда РФ в 2008 году на сумму 114,3 млрд. рублей в целях обеспечения сбалансированности федерального бюджета в 2008_2010 года. При этом позиция Ми-

⁴ Эксперт. – 2008. 27 октября. – № 42 (631).

нистерства регионального развития России заключается в том, что на текущие проекты, а также на те, которые будут рассмотрены в ближайшее время, эти изменения никак не распространяются.

В связи с кризисом появилось мнение о том, что эпоха глобальных проектов, финансируемых за счет средств Инвестиционного фонда РФ, уходит, а, следовательно, есть вероятность, что новым трендом этого Фонда будет финансирование региональных и межрегиональных инвестиционных проектов. В этом случае перспективу будут иметь региональные инвестиционные проекты в регионах, где уже приняты программные стратегические документы (доктрины, приоритетные и стратегические инвестиционные программы, стратегии). Разрабатывая такой стратегический документ, регион выделяет для себя магистральные цели, и на их достижение государство в лице ВЭБ или иных институтов будет готово выделять средства. Есть основания полагать, что работа в данном направлении продолжится: в нашей стране инфраструктурные проблемы будут существовать всегда, и государство заинтересовано в их решении не меньше частного партнера.

Кроме того, в ближайшее время можно ожидать реформирования некоторых крупных проектов, которые прошли уже некоторые стадии отбора для получения бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда. Часть таких проектов может быть заморожена на этапе оценки проекта Инвестиционной или Правительственной комиссией. Другие проекты могут быть реализованы частично, либо на них будут запрашиваться дополнительные средства в других ГЧП-институтах (например, в ВЭБ).

В целом, учитывая ситуацию экономического кризиса, трудно предсказать, по какому именно пути пойдет практика предоставления бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда РФ.

Эксперты полагают, что федеральные и региональные целевые программы (еще один инструмент бюджетного инвестирования) также претерпят изменения. По неофициальным сведениям, финансирование проектов, которые были включены в региональные целевые программы на период 2010–2015 года, может быть сокращено как результат подпадания под статус отсутствия финансовых средств на реализацию проекта. Таким образом, структурировать инвестиционные проекты с использованием только этого инструмента представляется нецелесообразным в краткосрочной перспективе.

Перспективы активного развития и внедрения концессионных проектов в ближайшее время неоднозначны. С одной стороны, на данный момент рынок концессионных проектов еще не заработал в

полную силу, иллюстрацией чему может служить первый концессионный конкурс по строительству дорог. Результаты этого конкурса в настоящее время обжалуются Федеральной антимонопольной службой. ФАС России считает, что требования к квалификации участников (согласно которым концессионер должен иметь опыт реализации концессионных проектов не менее 10 лет) являются дискриминационными по отношению к российским инвесторам, не имеющим соответствующего опыта. И это не единственное подтверждение того факта, что Закон № 115-ФЗ на практике работает плохо. Большую перспективу имеют региональные концессии. Но для того, чтобы этот инструмент успешно функционировал на практике, необходимо разрабатывать соответствующее региональное законодательство. С другой стороны, концессии — инструмент, наиболее совместимый с использованием инфраструктурных облигаций. Напомним, что из опыта зарубежных стран, ИО эмитируются концессионером после ввода объекта в эксплуатацию. Соответственно, если будет разработана техническая платформа для ввода в обращение ИО и эти ценные бумаги вызовут интерес у целевой аудитории, механизм концессии будет выглядеть более привлекательно.

Интересную альтернативу концессиям представляют контракты жизненного цикла (КЖЦ). На Западе они считаются одной из разновидностей концессий, однако, в отличие от традиционных концессий, плательщиком по КЖЦ выступает государство. Частный партнер получает ежегодную прибыль лишь в том случае, если он поддерживает инфраструктурный объект на должном уровне. Например, если инвестор отвечает за строительство дороги, то она должна соответствовать всем эксплуатационным характеристикам: быть ровной, с четкой разметкой, и все пользователи должны быть удовлетворены ее качеством. Для государства выгода от КЖЦ очевидна: инфраструктура строится в более сжатые сроки, а бюджетные средства выплачиваются в рассрочку. Для частного же инвестора мотивация заключена в том, что все сэкономленные на разных этапах реализации проекта средства и все новейшие технологии, примененные в строительстве, принадлежат ему.

С точки зрения российского законодательства, КЖЦ концессией не являются. Поэтому говорить о том, что для их применения существует достаточная законодательная база, пока нельзя.

Еще одну альтернативу концессии представляют сервисные контракты. Эта модель соединяет в себе признаки концессии и правоотношений по договору подряда. Под сервисным контрактом понима-

ется «заключение договора на текущий и капитальный ремонт, текущее обслуживание объекта на срок, равный периоду между капитальными ремонтами (обычно 5–10 лет)»⁵. Отличие данного контракта от концессии заключается в том, что за работу платит государство периодическими платежами. При этом оплата начинается производиться не раньше, чем работа выполнена, и объект предоставлен в пользование либо допущен к эксплуатации. Сервисные контракты получили широкое распространение в Европе. В российской практике они пока не получили широкого распространения.

В России инфраструктурные облигации до сих пор не получили распространения. Как уже было отмечено, в международной практике выпуск ИО чаще всего осуществляется концессионером в ходе реализации концессионного проекта. Эмитентом ИО также может быть специально созданная в рамках концессионного или иного ГЧП – контракта проектная компания (SPV). Средства, полученные от размещения ИО, используются для реализации инфраструктурных проектов. Во всем мире большую часть вложений в ИО осуществляют институциональные инвесторы (пенсионные фонды, страховые компании и т.п.). Период обращения ИО привязан к сроку строительства (реконструкции) инфраструктурного объекта и периоду его эксплуатации (обычно 15–25 лет). В европейских странах выпуск ИО обеспечивается путем предоставления государственных и банковских гарантий, страхования рисков и т.п. В России перспективным вариантом в условиях экономического кризиса представляется выпуск ИО под гарантии ВЭБ.

Поскольку ИО являются финансовым инструментом с высокой надежностью, их выпуск выгоден как государству, так и институциональному и частному инвестору. На практике для выпуска ИО может потребоваться изменение законодательства. Также, по мнению экспертов, нельзя забывать о том, что наряду с созданием законодательной базы для выпуска ИО необходимо также подготовить целевую аудиторию – институциональных инвесторов, которые обеспечат ликвидность рынка. При надлежащем законодательном обеспечении ИО в сочетании с другими ГЧП-инструментами могут иметь перспективы даже в ситуации экономического кризиса.

Анализ меняющихся тенденций функционирования ГЧП – инструментов в условиях экономического кризиса позволяет сделать следующие выводы:

1. В условиях кризиса главной задачей государства в сфере ГЧП-проектов является выполнение своих обязательств (в том числе денежных) по уже одобренным инвестиционным проектам.

2. Среди реально существующих ГЧП-институтов наиболее сильным игроком на рынке ГЧП-проектов в среднесрочной перспективе будет являться ГК «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)». Все остальные ГЧП – институты и инструменты в этот период будут в большей степени зависеть от финансирования и/или гарантий Внешэкономбанка.

3. ВЭБ оказывает влияние не только на реализацию ГЧП-проектов, но и на создание на российском финансовом рынке инструментов долгосрочного инвестирования.

4. Оптимальной схемой реализации инвестиционных проектов представляется следующая: инвестор под гарантии ВЭБ берет кредит в коммерческом банке и дальше за свои деньги по схеме концессии или КЖЦ начинает строить инфраструктурный объект. После завершения строительства объекта и его ввода в эксплуатацию, а также стабилизации финансовых потоков инвестор может выпускать инфраструктурные облигации под гарантии ВЭБ (после того, как для их выпуска будет создана техническая платформа).

5. В ближайшее время можно ожидать изменений в порядке предоставления бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда РФ.

6. По оценкам экспертов, в условиях экономического кризиса концессионные механизмы имеют перспективу развития при условии параллельного ввода в обращение инфраструктурных облигаций.

Литература

1. Эксперт. 2008. 27 октября. № 42(631)
2. www.polit. Ru
3. <http://www.kommersant.ru/doc-rss.aspx?DocsID=715392>

⁵ <http://www.kommersant.ru/doc-rss.aspx?DocsID=715392>

Величина суверенного долга и кредитный рейтинг стран Еврозоны

	Величина долга				Долгосрочный рейтинг		
	€, млрд.		% of ВВП ²		S&P	Moody's	Fitch
	краткосрочн. ³	долгосрочн. ⁴	краткосрочн.	долгосрочн.			
Австрия	1,2	124,6	0,5	51,6	AAA	Aaa	AAA
Бельгия	29,9	233,9	10,3	80,8	AA+	Aa1	AA
Германия	35,9	1018,1	1,6	45,6	AAA	Aaa	AAA
Греция	1,6	170,1	0,9	98,7	A	A1	A
Ирландия	0	31,4	0,0	20,4	AAA	Aaa	AAA
Испания	38,3	295	4,4	34,1	AAA	Aaa	AAA
Италия	139,2	1076	10,1	78,3	AA	Aa2	AA
Люксембург	0	0,2	0,0	0,8	AAA	Aaa	AAA
Нидерланды	19,5	199,8	4,0	40,5	AAA	Aaa	AAA
Португалия	12,7	67,4	8,8	47,0	AA-	Aa2	AA
Финляндия	2,3	48,8	1,5	32,0	AAA	Aaa	AAA
Франция	94,1	830,9	5,6	49,5	AAA	Aaa	AAA

Источник: ЕЦБ (июль 2005); Standard & Poor's, Moody's, Fitch (октябрь 2005).

Таким образом, в настоящее время различия в доходности объясняются, в первую очередь, уровнем кредитного риска и ликвидности. В то же время, существенные различия сохраняются как в параметрах долговых инструментов, так и в срочной структуре государственного долга и организации рынков. В нашей статье мы намерены обозначить те различия, которые могут иметь воздействие на форму кривых безрисковой доходности стран Еврозоны.

Величина и структура государственного долга

Рынок суверенного долга является крупнейшим долговым рынком Европы. За последние годы величина непогашенных обязательств несколько снизилась относительно других сегментов рынка, но по-прежнему составляет порядка 50% долгового рынка зоны Евро. При этом около 70% этого рынка приходится на три государства-эмитента: Германию, Италию и Францию. Еще 20% совокупного объема эмиссий приходится на Бельгию, Испанию и Нидерланды, в то время как на прочие страны приходится лишь 10% совокупного суверенного долга.

С. Н. Смирнов,

зав. кафедрой «Управление риском и страхование» ГУ-ВШЭ,
кандидат экономических наук

Обзор рынков суверенного долга стран Еврозоны

Аннотация. В статье различия в доходности объясняются, в первую очередь, уровнем кредитного риска и ликвидности, существенные различия сохраняются как в параметрах долговых инструментов, так и в срочной структуре государственного долга и организации рынков. Рынок суверенного долга является крупнейшим долговым рынком Европы.

Ключевые слова: валютный риск, доходность, кредитные спреды, кредитный риск, облигации, суверенный долг, элиминирование.

В течение последних нескольких лет на рынках суверенного долга стран Еврозоны прослеживалась устойчивая тенденция к интеграции, результатом которой стало сужение кредитных спредов¹. До создания ЕЭС, различия в доходности государственных долговых обязательств объяснялись четырьмя основными факторами: 1) ожиданиями относительно будущих колебаний процентных ставок, 2) налоговыми аспектами различных стран, 3) кредитным риском и 4) ликвидностью. С введением евро премии за валютный риск были элиминированы, поскольку обменный курс по существующим обязательствам был зафиксирован законодательно. Также в последние годы наблюдался значительный прогресс в гармонизации налогообложения стран Еврозоны.

¹ Спред кредитный (credit spread) — разрыв в ценах или доходностях финансовых инструментов, связанных с различным кредитным риском. На практике чаще всего под С.к. понимается разница между ценой/ доходностью исследуемого финансового инструмента и ценой/ доходностью безрискового актива, т.е. некая оценка риска инструмента. Например, когда говорят о спреде российских валютных долговых бумаг речь идет о разнице между доходностью данных бумаг и текущей доходностью LIBOR или казначейских облигаций США.

² По рыночным ценам.

³ До 1 года.

⁴ Свыше 1 года.

Таблица 2

Основные параметры суверенного долга стран Еврозоны

Страна	Доля долга в €, %	Средний срок, лет	Длорация, лет	Средн. дох-сть, %
Австрия	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
Бельгия	99	5,9	3,9	5,1
Германия	100	6,3	н.д.	н.д.
Греция	99	6,2	3,7	5,4
Ирландия	100	6,6	4,9	4,1
Испания	97	6,2	4,7	н.д.
Италия	98	6,1	3,6	2,7
Люксембург	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
Нидерланды	100	6,0	3,8	н.д.
Португалия	100	4,3	2,9	6,3
Финляндия	77	3,9	2,3	4,1
Франция	100	5,6	н.д.	н.д.

Источник: MTS Group (март 2005)

Как следует из приведенной выше таблицы, относительный уровень совокупного долга варьируется от 20% (Ирландия) и 33,5% (Финляндия) до почти 100% ВВП (Греция). Среднее отношение долга к ВВП составляет порядка 40%-60%. Как правило, эмитенты имеют рейтинг AAA, за исключением Бельгии (AA+), Греции (A), Италии (AA) и Португалии (AA-).

Средний срок заимствований составляет 4–6 лет, со сроками погашения от 3 до 18 месяцев (казначейские векселя) и от 2 до 30 лет (облигации). Большинство облигаций выпускается сроком на десять лет.

Низкий уровень бюджетных дефицитов в первые годы существования Европейского валютного союза обусловил низкую потребность в чистых государственных заимствованиях. В дальнейшем низкие темпы экономического роста обусловили переход стран Еврозоны от бюджетного профицита (0,1% ВВП в 2000 году) к дефициту в размере 2,7% в 2004 году. В результате, потребность стран Еврозоны в чистых государственных заимствованиях выросла. Так, чистые заимствования крупнейших эмитентов в лице Италии, Германии и Франции превысило совокупный уровень суверенного долга семи «малых» стран Еврозоны.

Динамика относительно уровня суверенного долга стран Еврозоны приводится на следующем графике. Рыночная среда, в которой долгое время господствовали низкие ставки, способствовала выпуску долгосрочного долга. Помимо этого, высокое кредитное качество долговых бумаг стран Еврозоны способствовало их использованию в сделках «репо» и иных сделках кредитования. По состоянию на июль 2005 года, доля краткосрочного долга, т.е. долга со сроком погашения ме-

нее одного года, в большинстве стран не превышала 5%. Исключениями были Бельгия (10,3%), Италия (10,1%), Португалия (8,8%) и Франция (5,6%).

Долговые инструменты

Основным долговым инструментом правительств Еврозоны является обыкновенная облигация с фиксированным купоном, реализуемая в виде взаимозаменяемых траншей определенной группе первичных дилеров путем аукциона. На такие инструменты, как правило, приходится 80-90% общего уровня суверенного долга. К индексированным облигациям относятся французские ОАТi и ОАТi' (казначейские облигации, привязанные к национальному индексу потребительских цен и к индексу потребительских цен стран Еврозоны, соответственно), на которые приходится порядка 8,5% французского суверенного долга, а также итальянские ВТРi' (казначейские облигации, привязанные к индексу потребительских цен стран Еврозоны), составляющие менее 1% суверенного долга Италии.

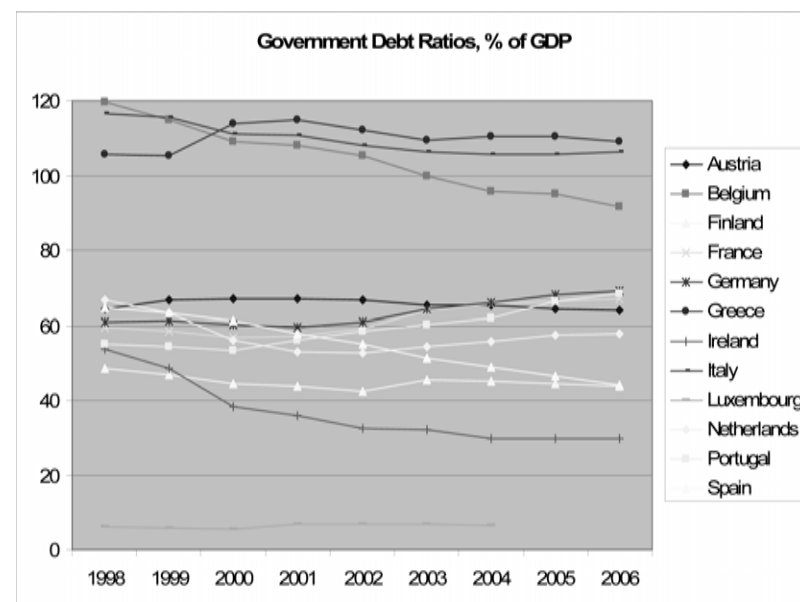
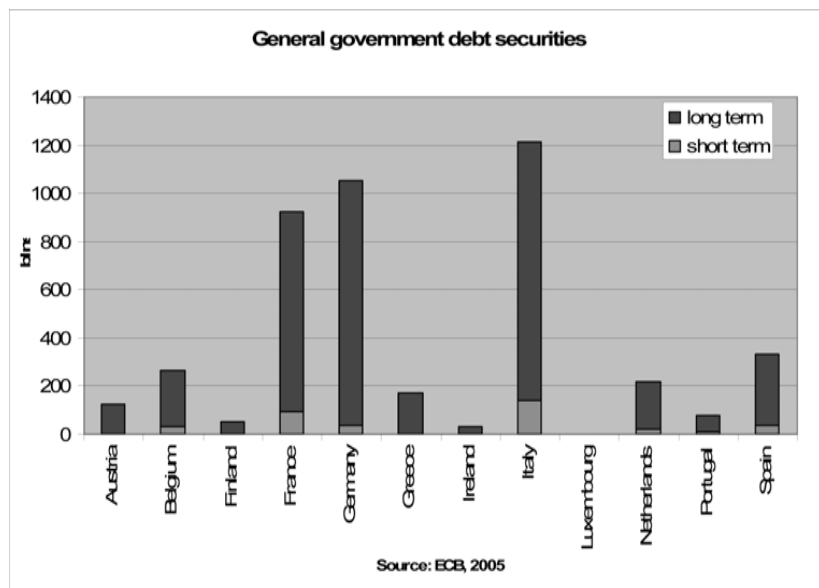


Диаграмма 1. Динамика относительно уровня суверенного долга стран Еврозоны



Источник: ЕЦБ (июль 2005 года).

Диаграмма 2. срочная структура суверенного долга стран Еврозоны

Долговые инструменты стран Еврозоны

Таблица 3

Эмитент	Инструменты	Доля в общей величине долга	Срок обращения
Австрия	гос. облигации, номинированные в евро	н.д.	до 50 лет
	выпуски по программе EMTN		н.д.
	Среднесрочные бумаги, номинированные в австралийских долларах		н.д.
	Векселя казначейства		до 1 года
Бельгия	Традиционные ссуды	2,18%	н.д.
	OLO	78,00%	до 30 лет
	Государственные облигации	3,24%	н.д.
	Сертификаты казначейства	9,95%	до 1 года
Германия	Bunds (федеральные облигации)	н.д.	10, 30 лет
	Bobls (федеральные ноты)		5 лет
	Schatz (федеральные ноты)		2 лет
	Bubills (дисконтные бумаги казначейства)		6 месяцев
Греция	GGB – облигации	85,80%	3, 5, 10 и 20 лет
	Векселя казначейства	0,90%	3, 6 и 12 месяцев
	Ссуды Банка Греции	4,40%	н.д.
	Прочие ссуды	8,90%	н.д.

Продолжение таблицы

Ирландия	Облигации, номинированные в евро	83,00%	до 15 лет
	Краткосрочные векселя и векселя казначейства	1,00%	н.д.
	Различные сберегательные инструменты	12,00%	н.д.
	Прочее	4,00%	н.д.
Италия	ВТР (неиндексируемые облигации)	59,68%	3, 5, 10, 30 лет
	ВТРЕi (индексируемые облигации)	0,88%	3, 5, 10, 30 лет
	ССТ (облигации с плавающей ставкой)	17,07%	7 лет
	ВОТ (казначейские векселя)	10,34%	90, 180, 360 дней
Испания	СТЗ (бескупонные облигации)	4,55%	18, 24 месяцев
	Государственные облигации	80,20%	3, 5 лет
	Государственные бонды		10, 15, 30 лет
	Казначейские векселя	11,60%	3, 6, 12, 18 месяцев
Люксембург	Прочее	8,20%	н.д.
	Облигации казначейства	100%	10 лет
Нидерланды	DLS (государственные займы)	91,70%	3, 5, 10 и 30 лет
	DTC (сертификаты казначейства)	8,30%	3, 6, 9, 12 месяцев
Португалия	ОТ (казначейские облигации)	62,00%	1–30 лет
	ВТ (казначейские векселя)	11,00%	3, 6, 12 месяцев
	Прочие облигации	4,00%	н.д.
	Необращающиеся долговые обязательства	23,00%	н.д.
Финляндия	Облигации RFGB	80,00%	до 10 лет
	Векселя казначейства	9,00%	до 1 года
	Заемствования в иностранной валюте	2,00%	н.д.
	Прочее	9,00%	н.д.
Франция	ОАТ (облигации); ОАТi, ОАТeи	65,00%	7–30 лет
	ВТАН (ноты)	21,00%	2–5 лет
	ВТФ (векселя)	14,00%	12–52 недель

Источник: MTS Group (март 2005 года).

Другим заметным исключением является Австрия, где были разработаны специальные эмиссионные программы для стимулирования внешних заимствований. Одной из таких программ является EMTN⁵ (Европейские среднесрочные облигации) – программа по выпуску облигаций, номинированных в иностранной валюте, индексируемых облигаций и других нестандартных инструментов на зарубежных рынках согласно нормам английского права. Другой такой программой стал выпуск облигаций, номинированных в австралийских долларах и обращающихся на австралийских площадках. Нам не удалось получить информации об объемах средств, привлеченных по этим программам.

⁵ European Medium Term Notes.

Сделки «репо» с государственными долговыми бумагами возможны на всех рынках стран Еврозоны. Очевидным трендом на рынке суверенного долга стран Еврозоны является рост объемов новых эмиссий, связанный с тем, что менеджеры национального долга сосредоточились на повышении его ликвидности путем выпуска эмиссий объемом свыше 5 млрд., торги которыми могут осуществляться на электронной платформе EuroMTS. На конец 2005 года на выпуски объемом свыше 20 млрд. приходилось 80% совокупного суверенного долга, в то время как на выпуски объемом менее 5 млрд. — всего 4%. В частности, малые страны в последнее время склонны осуществлять для поддержания ликвидности дополнительную эмиссию уже существующих взаимозаменяемых выпусков вместо того, чтобы готовить новые. Некоторые страны также разработали программы по выкупу или обмену облигаций в первую очередь для того, чтобы увеличить ликвидность непогашенных выпусков и убраться с рынка старые неликвидные бумаги.

Среди бумаг сроком до 10 лет примерно в равной степени представлены все эмитенты. Большой интерес представляет спектр «длинных бумаг», где все шесть основных эмитентов суверенного долга предлагают бумаги с различным сроком обращения. Неполная срочная структура долга для каждого эмитента объясняется различиями в величине спроса на заемные средства. Только крупные эмитенты в состоянии поддерживать полный срочный спектр долга. Купонная структура облигаций не претерпела существенных изменений в течение последнего десятилетия. В то же время, в последнее время наметилась тенденция к выпуску индексных облигаций, вызванная желанием снизить стоимость финансирования суверенного долга.

Правила выпуска и обращения долговых инструментов

В последнее время наблюдается существенная гармонизация стандартов управления государственным долгом, в то время как правительства работали над достижением большей прозрачности своих стратегий и разрабатывали стандартные инструменты выпуска долга.

В качестве одной из тенденций выступает все большая прозрачность: информация о состоянии государственного долга в настоящее время регулярно публикуется в Интернете, в периодических бюллетенях и ежегодных отчетах. Примером этому служит стандартизация регулярного календаря выпусков долга, содержащего даты и планируемые объемы эмиссий. Такой календарь публикуется каждой страной Еврозоны. В то же время, календари отличаются своим сроком: некоторые правительства раскрывают свои планы на три месяца вперед, другие — на год.

Инфраструктура рынка государственных долговых бумаг стран Евросоюза

	Эмиссия	Торговые площадки	Клиринг
Австрия	Аукционы каждые 6 недель, нерегулярная синдикация	Венская, Парижская, Франкфуртская фондовые биржи; MTS Austrian Market, EuroMTS [*]	Oesterreiche Kontrollbank AG; Euroclear, LCH.Clearnet, Clearstream
Бельгия	Аукционы раз в два месяца	Брюссельская фондовая биржа, MTS Belgium, EuroMTS [*]	Банк Бельгии, LCH.Clearnet
Германия	Регулярные аукционы с добровольным участием (нет первичных дилеров)	Немецкие фондовые биржи, EuroMTS [*] , MTS Deutschland, Eurex Bonds	Euroclear, ClearStream, LCH.Clearnet
Греция	Синдикации, открытые аукционы, закрытые размещения	Афинская фондовая биржа, HDAT, MTS Greece, EuroMTS [*]	Банк Греции
Ирландия	Ежемесячные (с февраля по ноябрь) аукционы исключительно для первичных дилеров	Ирландская фондовая биржа, MTS Ireland, EuroMTS [*]	Euroclear
Италия	Ежемесячные и ежеквартальные аукционы с единой ценой	MTS Italy, EuroMTS [*] , основные европейские биржи	Express II, LCH.Clearnet
Испания	Ежемесячные аукционы с модифицированной единой ценой	Внебиржевой рынок, MTS Spain, Senaf, Мадридская фондовая биржа, EuroMTS [*]	Iberclear
Люксембург	н.д.	н.д.	н.д.
Нидерланды	Регулярные аукционы для первичных дилеров, прямые голландские аукционы для конечных потребителей (заявки размещаются через первичных дилеров)	Амстердамская фондовая биржа, MTS Amsterdam, EuroMTS [*]	Euroclear, ClearStream, LCH.Clearnet
Португалия	Ежемесячные многоценовые аукционы для первичных дилеров (конкурсные и внеконкурсные заявки)	MEDIP/MTS Portugal, EuroMTS [*]	Euroclear, Clearstream
Финляндия	Аукционы с единой ценой для первичных дилеров, возможна синдикация новых выпусков	Хельсинкская фондовая биржа, MTS Finland, EuroMTS [*]	Euroclear, ClearStream
Франция	Регулярные аукционы, возможна синдикация новых выпусков новых продуктов	Euronext Paris, MTS France, EuroMTS [*]	Euroclear France, LCH.Clearnet

* — Эталонные выпуски, объем которых превышает 5 млрд.

Источник: MTS Group (март 2005 года).

Помимо этого, для некоторых эмитентов следование заявленным в календаре параметрам выпуска является обязательным, для других — нет.

Практически все страны используют обычный аукцион для первичного размещения долговых бумаг. В то же время, все чаще используется сочетание аукциона и синдикации. Вторичный рынок в основном существует за счет крупных внебиржевых сделок. Потребность в инфраструктуре для осуществления трансграничных торговых операций привела к созданию торговой системы EuroMTS, используемой для торговли эталонными выпусками (benchmarking issues) номинированных в евро инструментов, в том числе государственными долговыми бумагами различного срока погашения, эмиссия которых была осуществлена в достаточном объеме. В среднем, на MTS приходится порядка 65% оборота суверенного долга стран Еврозоны. Государственные долговые обязательства также имеют листинг на национальных фондовых биржах, но их оборот на этих площадках крайне незначителен.

Таблица 5

Участники рынка государственных долговых бумаг стран Еврозоны

	Первичные дилеры	Маркет-мейкеры рынка MTS	Иностр. инвесторы, %
Австрия	25	21	90–99
Бельгия	16	19	49
Германия	40 ⁶	30 (облигации)	н.д.
Греция	21	21	55
Ирландия	8	10	79
Испания	20	18	38
Италия	22	31	47
Люксембург	н.д.	н.д.	н.д.
Нидерланды	13	13	81
Португалия	15	16	85
Финляндия	14	21	77
Франция	21	22	42

Источник: MTS Group (март 2005 года).

Другой существенной тенденцией является практически повсеместное использование первичных дилеров, вызванное обостряющейся конкуренцией между инвесторами и потребностью в привлечении максимально широкой базы инвесторов в Европе и за ее пределами. Первичные дилеры берут на себя обязательства по выкупу эмитируемых долговых бумаг, а также по котированию цен спроса и предложения на вторичном рынке. В последнее время правительства все чаще пользуются услугами иностранных первичных дилеров в попытке привлечь зарубежных инвесторов.

⁶ Участники рынка (маркет-мейкеры отсутствуют).

Наконец, еще одним свидетельством гармонизации служит принятие универсальных конвенций расчета процентных ставок и ставок доходности. Следует отметить, что правительства стран Еврозоны также прилагают усилия к гармонизации купонных выплат по новым выпускам. Как следует из таблицы ниже, начисленные проценты рассчитываются по конвенции actual/actual. Проценты по купонным облигациям выплачиваются ежегодно, за исключением Италии, где купон выплачивается два раза в год. Доходности рассчитываются по конвенции ISMA, за исключением Италии, где доходности рассчитываются по годичной (annual) конвенции.

Сужение спредов по эталонным выпускам

Исчезновение валютного риска с введением евро и интенсивная гармонизация долговых рынков стран зоны Евро привели к значительному сужению спредов по государственным облигациям. В настоящее время, источниками существования спредов являются различия в кредитном качестве эмитентов и ликвидности рынка. К сожалению, нам не удалось дать комплексной сравнительной оценки ликвидности рынков суверенного долга стран Еврозоны в рамках настоящего обзора.

На размер и структуру кредитных спредов также могут влиять другие факторы, такие как налогообложение и структура рынков. В то же время, государственными облигациями торгуют преимущественно финансовые институты, процентные доходы которых не облагаются налогом методом вычета. Таким образом, налоговые соображения не должны иметь существенного воздействия на кредитные спрэды. С другой стороны, такие факторы, как существование популярных фьючерсных или производных контрактов на те или иные долговые ценные бумаги может повлиять на спрос на эти бумаги и, как следствие, величину кредитного спрэда. Этот аспект рынка суверенного долга стран Еврозоны остается за рамками обзора.

Таблица 6

Конвенции относительно поставки долговых бумаг и расчета процентов

	Дата поставки	Начисление процента	Выплата процента	Расчет доходности
Австрия	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	Годичная
Бельгия	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Германия	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Греция	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Ирландия	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Испания	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Италия	T + 3	Actual / Actual	Раз в полгода	Годичная
Люксембург	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
Нидерланды	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Португалия	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Финляндия	T + 3	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA
Франция	T + 3 межд.; T + 1 внутр.	Actual / Actual	Ежегодно	ISMA

Источник: MTS Group (март 2005 года).

Таблица 7

Гармонизированные спреды по долгосрочному долгу стран Еврозоны относительно Германии

	Spreads (in b.p.)			Changes in spreads		
	Янв'99	Дек'01	Дек'03	Янв'99 – Дек'03	Янв'99 – Янв'01	Янв'01 – Дек'03
Австрия	14	30	11	-3	16	-19
Бельгия	20	36	9	-11	16	-27
В среднем	16,78	26,67	8,11	-8,67	9,89	-18,56
Ирландия	19	23	7	-12	4	-16
Испания	18	28	5	-13	10	-23
Италия	22	38	17	-5	16	-21
Нидерланды	10	13	4	-6	3	-9
Португалия	20	36	11	-9	16	-25
Финляндия	21	22	4	-17	1	-18
Франция	7	14	5	-2	7	-9
Греция (с 2001 года)		55	16			-39
В среднем (включая Грецию)		29,5	8,9			-20,6

Источник: ECB, 2004 (на основе расчетов Eurostat и Deutsche Bank).

Ю. А. Сухановский,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Причины и последствия мирового финансового кризиса

Аннотация. Более глубокое изучение предпосылок кризиса помогает эффективнее бороться с его последствиями. Решение проблемы на микроэкономическом уровне первый шаг на пути к выходу из кризиса.

Ключевые слова: кризис, причины, решение, возможности, цикличность, Россия.

Чтобы лучше понять природу кризиса и найти решение, необходимо в первую очередь понять его причины. «Становится все более очевидным что «очень многие модели оценки риска, используемые в финансовой системе, оказались несостоятельными не потому что они были слишком сложными, а потому что они были слишком простыми и не учитывали весь набор переменных, лежащий в основе того, что движет мировой экономической действительностью»¹. Уже не помогает концепция «невидимой» руки Адама Смита применительно к отдельно взятому государству — проблему нужно решать на международном уровне. Образовалась насущная необходимость создания новой международной расчетной системы, позволяющей заменить доллар или хотя бы перестроить имеющуюся систему в более эффективную. Сам по себе это процесс длительный и тяжелый. Если вспомнить как формировалась долларовая модель, то становится понятно, что может уйти не один год. Что это будет: электронные расчеты, новый золотой или дивизионный стандарт, переработанная и структурированная система мировых валют?

¹ Алан Гринспен, один из ведущих экономистов США, заслуженный руководитель ФРС США, из интервью для CNN.

У каждого участника системы свой ответ и путь выхода из кризиса, но на мой взгляд, как говорил герой Булгакова профессор Преображенский основная «разруха в умах.» Тут все взаимосвязано: культура, уровень жизни, социальная система, предпочтения, сознание, традиции, личный спрос и личные навыки. То есть решение проблемы кроется в каждом отдельно взятом участнике финансовых отношений. Если каждый разрешит свою личную проблему, то решится и общая. В Японии, например, уже в серьез стоит вопрос об отказе от наличных денег.

К основным причинам настоящего кризиса обычно относят общую цикличность экономического развития, высокие цены на сырьевые товары, перегрев фондового рынка, перегрев кредитного рынка и явившийся их следствием ипотечный кризис в США, а также использование новых непроверенных финансовых методик и инструментов.

Рассмотрим более подробно каждую из причин. За подъемом всегда следует спад, это неоспоримый закон равновесия. О цикличности в экономике на сегодняшний день написано множество книг. В них финансовые аналитики пытаются на основании статистики спрогнозировать вероятность наступления определенных событий.

Например, существует теория длинных волн Н.Д.Кондратьева(1892–1938), согласно которой «большие циклы конъюнктуры» имеют продолжительность 45–60 лет². Эта теория во многом опиралась на исследования английских ученых Кларка и Джевонса и была сама в свою очередь развита в работах Шумпетера, Форрестера, Фримена, Росту и Дельбеке³. Таким образом, каждые полвека прогнозируется глобальный экономический кризис, основными предпосылками которого выступают: технический прогресс, перераспределение капиталов и рабочей силы, процессы интеграции, глобализации, появление новых экономических систем.

В настоящее время процесс глобализации ускоряется, вместе с ним ускоряется и научный прогресс. На ряду с явными достоинствами у этих процессов есть и недостатки. Глобальная интеграция стран в мировое сообщество приводит к дискриминации, кроме того излишняя интеграция ведет к сильной экономической зависимости

² К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю Экономика. Принципы, проблемы и политика. 17-е издание. – М.: Инфра-М, 2008. – 940 с.

³ Замулин О. Концепция реальных экономических циклов и ее роль в макроэкономической теории // «Вопросы экономики». – 2005. – № 1. – С. 144–152.

между странами. Поскольку изначально все страны находятся в неравном положении, не все используют свои преимущества в равной степени — образуется значительное расслоение. К тому же когда в давно сформированное сообщество входит новый участник — ему невольно приходится мириться с уже установленными правилами, которые старожилы сообщества могут использовать в свою пользу. И даже те международные организации, такие как МВФ и ВТО, которые были изначально созданы с целью объединения, упрощения и взаимопомощи, тем не менее только увеличивают неравенство между странами.

Более того, если взять МВФ, созданный после второй мировой войны с целью помочь наиболее пострадавшим странам восстановить экономику, становится понятно как сформировалась современная финансовая система и почему США в ней занимают лидирующие позиции. Экспансия доллара началась именно с кредитов поддержки. Однако за минувшие полвека США из крупнейшего кредитора превратились в величайшего должника.

Внешний долг США достиг 55 триллионов долларов, из которых 5 триллионов — прибавились только за 2008 год. Половина из этих 5 триллионов — проценты по уже имевшемуся, на начало 2007 года, долгу США в 50 триллионов, другая половина ушла непосредственно на дотирование экономики США в виде новых займов. Пять триллионов для мировой экономики это приблизительно 10% мирового ВВП⁴.

На энергетической составляющей кризиса стоит остановиться более подробно, поскольку цены на энергоносители сильно влияют на экономическую ситуацию в России. Кроме того резкий рост цен на энергоносители обычно влечет за собой инфляцию (аграрную инфляцию), которая выражается в увеличении цен на продовольствие, при том что цены на другие товары растут значительно медленнее, а рост заработных плат не успевает за темпом роста цен на продукты.

Самые высокие показатели инфляции, по данным Goldman Sachs зафиксированы за последние три года (в 2006 индекс цен на продовольствие увеличился на 26%, в 2007 на 41 %, а только с января по апрель 2008 цены на рис на мировом рынке выросли на 54%⁵, на зерно — на 84%⁶). По оценке Международного Валютного Фонда, от 15

⁴ М. Хазин. Теория кризиса. Доклад на конференции в г. Модена, Италия, 9 июля 2008 года.

⁵ Газета Le Monde фр. 04. 2008.

⁶ Газета Liberation фр. 04.2008.

до 30% роста цен на продовольствие является результатом выращивания зерновых культур для производства биотоплива. Существует прямая зависимость между увеличением цен на энергоносители и повышением объемов производства биотоплива. Таким образом, получается, что энергетический и финансовый кризис неразрывно связаны и с продовольственным, а их совокупность говорит о глобальном характере происходящих структурных изменений.

В свою очередь высокие цены на нефть и бензин привели к сокращению спроса на автомобили: в августе 2008 года продажи автомобилей в Европе сократились на 16%, в США в сентябре продажи автомобилей снизились на 26%, в Японии — на 5,3%⁷. Это привело к сокращению производства металла и сокращению рабочих мест в автопроме и смежных отраслях. Рецессия затрагивает все большее количество сфер экономики.

Перегрев фондового рынка, равно как и перегрев кредитного рынка, были во многом обусловлены сильно разросшимся числом новых деривативов (производных финансовых инструментов). Из-за них структура рынка значительно усложнилась. Поскольку главная цель производных ценных бумаг была повысить доходность, то риски так же пропорционально росли, а регулирующий механизм рынка перестал справляться с растущими потребностями людей. Начали появляться так называемые «финансовые пузыри». То есть крупные объемы этих производных бумаг продавались по ценам не имеющим ничего общего с реальностью. Поскольку на реальном рынке трудно выявить истинную стоимость товара, пузыри, как правило, обнаруживаются только пост-фактум, после внезапного падения цен. Ещё один важный аспект «финансовых пузырей» — их взаимодействие с сформировавшейся традицией расходования. Участники рынка с переоценёнными активами склонны тратить больше, поскольку чувствуют себя богатыми. Многие наблюдатели приводят в пример рынки недвижимости в Великобритании, Австралии, Испании и части США в последнее время, как пример такого эффекта. Когда пузырь неожиданно лопается, держатели переоценённых активов обычно испытывают чувство обеднения и склонны максимально урезать свои расходы, что приводит к замедлению экономического роста и, что ещё хуже, углублению кризиса.

Непосредственным предшественником настоящего мирового финансово-экономического кризиса, начавшегося в 2008 году в форме

ухудшения основных экономических показателей в большинстве стран, был ипотечный кризис в США. Его первые признаки появились в 2006 году в форме снижения числа продаж домов⁸ и в начале 2007 года переросли в кризис высокорисковых ипотечных кредитов (*англ. subprime*)⁹. Довольно быстро проблемы с кредитованием ощутили и надежные заёмщики. Постепенно кризис из ипотечного стал трансформироваться в финансовый и стал затрагивать не только США. К началу 2008 года кризис приобрёл мировой характер и постепенно начал проявляться в повсеместном снижении объемов производства, снижении спроса и цен на сырьё, росте безработицы.

Подобным же образом инвестиционные решения транснациональных финансовых корпораций оказывают большое влияние на дефицит финансовых средств и проблемы внешнеторгового баланса развивающихся стран. Поэтому при рассмотрении проблем финансирования развивающихся стран следует особо учитывать взаимную зависимость международной торговли, инвестиций и финансов.

Не менее важно и то обстоятельство, что из-за взаимной зависимости торговли и финансовой сферы частные финансовые потоки, поступающие в развивающиеся страны, оказывают аналогичное влияние извне как на растущие рынки, так и на бедные страны. Как показал опыт последних лет, перевод частных финансовых потоков на растущие рынки, как правило, сопровождается сбоями в мировой торговле и глобальным дефляционным давлением.

Это не только усугубляет проблемы этих стран, но и приводит — вследствие падения цен на сырьё — к негативным последствиям для бедных стран. Иными словами, глобальная финансовая стабильность имеет значение и для тех стран, которые остаются в стороне от частных рынков капитала, поскольку последствия мировых финансовых неурядиц сказываются и на них. На самом деле этим странам приходится нести двойное бремя: у них очень ограниченный доступ на международные финансовые рынки, и в то же время они терпят ущерб от финансовых кризисов, возникающих в других частях системы.

Основу экономики стран СНГ составляют нефть, газ, уголь, черные и цветные металлы, зерно, хлопок и продукты их переработки.

⁸ Зарбабян Р. Американцы не хотят покупать жилье // Ведомости. — 25.08.2006. — №158 (1685.)

⁹ U.S. Stocks Tumble, Led By Financials as Mortgage Slump Worsens Nick Baker March 13, 2007.

⁷ По данным финансовых аналитиков NYSE.

Все эти товары имеют высокий спрос на мировом рынке. Задача финансового сектора состоит в том, чтобы обеспечить рациональное использование безвозвратных природных ресурсов и повысить отдачу от возвратных. Очевидно, что сегодня нельзя как это было в конце девяностых годов увеличивать объемы продаж нефти и газа в условиях временного падения спроса на это стратегическое сырье. Страны СНГ должны консолидировать энергетическую политику со странами ОПЕК и обеспечить на рынке энергоресурсов стабильные цены, позволяющие обеспечивать текущие затраты и делать стратегические накопления финансовых средств для будущих поколений учитывая, что нефть и газ являются безвозвратным ресурсом. Украина и Беларусь, как государства пограничные с Европой, имеют также большие возможности для получения доходов от транспортировки нефти и газа к конечным потребителям. Конфликты по отпускной цене неизбежно ведут к лишению их возможности зарабатывать за счет транзита этих продуктов.

Обвал фондового рынка и отток из России спекулятивного капитала спровоцирован политическими событиями последних месяцев. Искусственно создать кризисную обстановку в такой крупной экономике, в современном мире невозможно. Ситуация требует вмешательства со стороны Центрального банка и Правительства России. Опыт Казахстана по нормализации ситуации на валютном рынке и нормализации работы банковского сектора в этой ситуации будет полезным для России и других стран СНГ, в первую очередь, Украины, банки которой получили большое количество внешних займов от западных стран. Финансовый кризис и рецессия 2008—2009 годов в России как часть мирового финансового кризиса стали возможными, по мнению помощника Президента России А. Дворковича, из-за произошедшей интеграции российской экономики в мировую экономику, когда «любое событие за рубежом оказывает влияние на стоимость российских облигаций и акций, на ликвидность, доходы граждан и рост экономики»¹⁰.

Удар глобального кризиса по России был сильнее, чем по экономикам иных стран вследствие 3-х причин: «американская финансовая катастрофа», негативно отразившаяся на всех рынках и финансовых системах развивающихся стран; падение цен на нефть при

значительной зависимости России от её экспорта; политические ошибки российского руководства. Есть мнение, что если все три фактора сравнимы, то «с середины года рынок потерял около 600 пунктов только из-за ухудшения инвестиционного климата в России — из-за конфликта с Грузией и из-за ссоры акционеров ТНК-ВР, атаки на «Мечел»¹¹.

Для растущих рынков важным является также то, чтобы большой приток и, наоборот, быстрый отток капитала не вызывал нестабильности валютных курсов, колебаний цен на внутреннем рынке и коллапса финансовой системы — как это случилось почти при каждом кризисе с начала восьмидесятых годов. Тем не менее, стабильность нельзя покупать ценой отказа от национальной автономии в области валютно-денежной политики. Ни свободной плавающей, ни твердые валютные курсы не являются оптимальным вариантом для абсолютного большинства развивающихся стран. Обе системы обеспечивают международную конкурентоспособность страны в значительной мере за счет факторов, которые не находятся под контролем этой страны. И все же следует признать, что колебания притока капитала чрезвычайно осложняют управление валютными курсами и обеспечение конкурентоспособности страны. Поэтому управление курсами валют непременно должно сопровождаться регулированием финансовых потоков и контролем над ними. Автономия развивающихся стран в области управления финансовыми потоками и при выборе режима контроля над капиталами, который представляется им наиболее подходящим, не должна чрезмерно ограничиваться международными соглашениями о конвертируемости капиталов или о предоставлении финансовых услуг.

Страны, не принимающие активного участия в глобальном частном финансовом бизнесе, сталкиваются с иными трудностями. Даже если они прилагают усилия по созданию благоприятных условий для зарубежных инвесторов, им не всегда удается привлечь достаточно капитала, чтобы использовать свой потенциал роста. Для этих стран важно сохранить соразмерный объем иностранных инвестиций, чтобы покрыть дефицит финансовых средств и сохранить макроэкономическую стабильность. Их шансы в этом плане в особой мере зависят от государственной помощи в целях развития.

¹⁰ Кувшинова О. Расплата за интеграцию // «Ведомости» 13 октября 2008 г.

¹¹ Байер А. // Журнал Research от 10 октября 2008 года.

Резюмируя вышесказанное можно с уверенностью говорить о том, что кризис на этот раз затронул не одну из областей экономики, а всю мировую финансовую систему, является структурным и многоуровневым. Однако в предкризисные годы экономика России имела позитивный баланс текущего счета, профицитный государственный бюджет, а крупные производственные корпорации по активам и чистой прибыли потеснили в списке лидеров многие западные корпорации. Банковская система страны обеспечивает кредитование экономики и выплату своих обязательств по кредитам. Поэтому будущее России зависит только от понимания и адекватного, своевременного реагирования правительством на создавшуюся ситуацию, а потенциал и ресурсы для осуществления самых претенциозных программ у нас есть.

В. А. Козлюк,
аспирант, Белгородский государственный университет

К вопросу структурированного финансового продукта

Аннотация. В статье рассматривается структурированный (структурный) финансовый продукт как готовая «упакованная» индивидуально для клиента инвестиционная стратегия, основанная на использовании производных инструментов, которая позволяет гарантировать возврат основной суммы инвестиции в случае, если погашение происходит не ранее оговоренного срока.

Ключевые слова: опционы, свопы, банк, финансовый продукт, структурированная нота.

Структурированные продукты, получив распространение на развитых рынках около 15 лет назад, значительно расширили финансовый инструментарий участников рынка, прежде включавший акции, облигации, форварды, опционы и другие традиционные и производные финансовые инструменты.

С момента своего зарождения и по настоящее время сектор структурированных продуктов на развитых рынках активно развивается: рост данного сегмента происходит более высокими по сравнению с другими секторами финансового рынка темпами (количественное развитие); предлагаемые продукты становятся все более сложными и комплексными (качественное развитие).

Первые структурированные продукты уже появились на российском рынке, однако пока данный сегмент развивается медленно. Тем не менее, есть основания полагать, что со временем, особенно в свете происходящего финансового кризиса, сектор структурированных продуктов будет расти.

Структурированный (структурный) финансовый продукт – это готовая «упакованная» индивидуально для клиента инвестиционная стратегия, основанная на использовании производных инструментов

(опционы, в меньшей степени свопы), которая позволяет гарантировать возврат основной суммы инвестиции в случае, если погашение происходит не ранее оговоренного срока [8].

Структурированные продукты — это особый класс инструментов фондового рынка. С помощью комбинации активов с разной степенью риска и доходности можно сконструировать новый инструмент с заданными параметрами.

Преимущество структурированных продуктов заключается в возможности найти оптимальное соотношение риска и доходности за счет создания сложных продуктов. Например, комбинирования срочных и других финансовых инструментов.

Структурированные продукты могут предложить инвестору широкий выбор нелинейных профилей доходности. Они могут обеспечивать плечо, гарантировать полностью или частично возврат вложенного капитала. Наиболее гибкий вид структурных продуктов — продукты с использованием производных финансовых инструментов, в частности самых высокорискованных и высокодоходных инструментов — опционов [7].

Уникальность данного рода финансовых продуктов заключается в эффективном использовании как традиционных инструментов (облигаций и депозиты), так и производных (опционы, фьючерсы, свопы).

«Сердцем» структурного продукта многие финансовые конструкторы по праву называют опцион, так как этот элемент обладает главным свойством — гибкостью и позволяет принять участие в росте базового актива. В противном случае опцион истекает невостребованным (не исполняется), а затраты, направленные на его покупку, окупаются инструментами с фиксированным доходом [5].

Одна из особенностей большинства структурированных продуктов — это стопроцентный возврат суммы вложений. Таким образом, риск потери инвестированного капитала отсутствует. При этом доходность по продукту может значительно превысить доходность по банковскому депозиту. В более широком понимании структурированные ноты — это комбинация традиционных банковских и инвестиционно-финансовых инструментов, таких как опционы, фьючерсы и другие. Таким образом, структурированные продукты дают инвесторам доступ к широкому спектру инвестиционных возможностей и рынков, одновременно минимизируя риски, свойственные такому роду инвестирования.

Механизм работы структурированного продукта следующий. Чтобы гарантировать клиенту возврат средств, его деньги делят на две

части. Большую часть вкладывают в инструменты с фиксированной доходностью — обычный банковский депозит или высоконадежные облигации. Предполагается, что эта часть к концу срока вырастет за счет процентов до 100% инвестированного в этот продукт капитала, что позволит гарантировать клиенту возврат вложенной суммы. Другую — существенно меньшую — часть денег банк инвестирует в более рискованый, но высокодоходный финансовый инструмент в зависимости от структуры ноты [4].

Структурированные продукты можно классифицируются по таким признакам как форме продукта, виду базового актива, лежащего в основе опциона, в зависимости от стратегии, предпочитаемой инвестором и в зависимости от целей формирования

Рассматривая подробно, отметим:

1. По формам продукта:

- индексный (индексируемый) депозит (реализуется крупными банками) [19];

Индексируемый депозит — это вклад, процентная ставка которого привязана к определенному рыночному индикатору, например к учетной ставке Центрального банка, LIBOR, РТС, ценам на золото, нефть, стоимости продуктовой корзины, валютной паре и т.д.

Данный вклад является относительно новым банковским продуктом на российском рынке, и единого представления о нем пока не сформировано, поэтому в финансовых институтах он может быть представлен под разными именами, например, «вклад с плавающей процентной ставкой», «инвестиционный депозит» или «индексируемый депозит». Индексируемый депозит имеет сходство с ПИФами: процентная ставка не зафиксирована, доходность зависит от стоимости определенного актива.

Индексируемый депозит имеет основные признаки классического депозита. Во-первых, банк гарантирует вкладчику возврат основной суммы вклада. Во-вторых, банк обязуется при любых обстоятельствах выплатить минимальный процент — процент по вкладу «До востребования». В-третьих, индексируемый депозит защищен системой страхования вкладов. В то же время, как и в ПИФе, доходность индексируемого депозита зависит от стоимости актива, к которому он привязан.

Условно вклады с плавающей процентной ставкой можно разделить на две группы, которые принципиально отличаются по своим целям. Индексируемые депозиты первой группы призваны в условиях нестабильной ситуации на внешних и внутренних финансовых рынках минимизировать возможные риски, как со стороны банков,

так и со стороны вкладчиков. Индексируемые депозиты второй группы нацелены на получение сверхприбыли. Соответственно, для достижения этих результатов используются различные инструменты (индикаторы, к которым привязаны процентные ставки) и схемы расчета доходности по вкладам.

Чтобы обеспечить оптимальную процентную ставку по вкладам и таким образом минимизировать риски, банки привязывают ставки по вкладам к индексам, которые показывают «температуру» на финансовых рынках. Это может быть ставка рефинансирования Центрального банка, LIBOR, уровень инфляции, индекс MosPrime и т.д. Доходность такого вклада равна величине индикатора плюс-минус дополнительные проценты (в зависимости от стратегии банка и свойств индикатора).

Характерной особенностью этого вида вклада является возможность получения сверхприбыли с гарантией защиты основного капитала. В этом случае в качестве индикаторов используются продукты с потенциальной вероятностью высокого роста. Это может быть ставка РТС, цены на нефть, золото, стоимость продуктовой корзины и т.д. Доходность такого вклада зависит от разницы между стоимостью актива на дату возврата депозита и ценой на дату его размещения. К полученному результату прибавляется процентная ставка вклада «До востребования», как правило, это 0,1% годовых от внесенной суммы. Затем делаются поправки полученного результата на время размещения вклада, долю участия вкладчика, сумму депозита, максимальные значения и на другие нюансы, предусмотренные каждым конкретным банком [6].

- индексный (индексируемый) брокерский счет (реализуется банками, инвестиционными и управляющими компаниями в виде договора на консультационное сопровождение) [5];

Под *индексируемым (консультационным) брокерским счетом* понимается счет клиента, открываемый в банке или инвестиционной компании и используемый для совершения операций на фондовом рынке. Средства на счете идут на формирование диверсифицированного инвестиционного портфеля, в нашем случае — в форме структурированного продукта. Клиент сохраняет контроль за своим счетом, так как именно он принимает окончательное решение об инвестировании. В соответствии с ожидаемой прибылью и уровнем риска для клиента формируются основные параметры продукта. Счет называется консультационным, так как происходит постоянное отслеживание ситуации на рынке персональным менеджером с целью нахождения

потенциально выгодных ситуаций на рынке для извлечения прибыли и оповещение клиента об этом.

Персональный менеджер выполняет консультирование по вопросам первоначального определения стратегии по параметрам клиента (соблюдение заданного уровня риска, доходность, капитализация (если таковая предусматривается), доходность при параметрах, заданных клиентом (например, при формулировании клиентом определенных ожиданий движения рынка или отдельных активов)) и так далее [9].

- структурированная нота (ценная бумага, которая создается в оффшорных юрисдикциях крупными инвестиционными домами) [5];

«Структурированная нота» — это долговое обязательство, которое содержит элементы производных финансовых инструментов с характеристиками, позволяющими балансировать соотношение риска и дохода.

«Структурированная нота» — это гибридная ценная бумага, доходность которой зависит от динамики базового актива (акции, индексы, курсы валют, цены на сырьевые товары, корзины активов и пр.)

Структурированные ноты классифицируются в зависимости от степени защиты капитала на следующие группы:

- ноты с гарантией возврата капитала одновременно с фиксированным и плавающим купонами (PP — principal protected) — 100% или более, например 110%, защита вложенного капитала;
- ноты с частичной гарантией возврата капитала (PPP — partial principal protection (buffered — т.е. «буфер безопасности»)) — менее 100%, например 90%, защита вложенного капитала;
- ноты без гарантии возврата капитала (No Principal Protection (principal-at-risk)) с потенциалом полного участия в динамике базового актива, предложение подобных нот встречается только за рубежом [8].

Инвестор приобретает ноту, уплачивая ее номинальную стоимость и комиссию за размещение (если таковая предусмотрена).

При погашении ноты инвестору выплачивается гарантированная сумма плюс плавающий купонный доход, привязанный к тем или иным показателям. Ставка плавающего купонного дохода рассчитывается путем умножения уровня роста базового показателя свыше определенного уровня на показатель коэффициента участия. Коэффициент участия зависит от ряда факторов: срока обращения ноты; уровня гарантии возврата капитала; фиксированной ставки купонно-

го дохода (если таковая предусмотрена); уровня, свыше которого рассчитывается уровень изменения базового показателя; фиксированного максимума купонного дохода (если таковой предусмотрен) и иных рыночных условий.

В России практикуется несколько способов продажи структурированных нот, наиболее распространенные из них:

- в форме нот, не включаемых в биржевой листинг (Ренессанс Капитал);
- в форме евроноот (EMT Note), учитываемых в системе Euroclear (Ренессанс Капитал);
- в форме векселя банка, в договоре купли-продажи которого фиксируются все инвестиционные условия (Райффайзенбанк). Данный способ наиболее часто используется в России. Вексель дает гарантию того, что клиент не затребует средства досрочно. Кроме того, при вексельной схеме не требуется резервировать средства в системе страхования вкладов, что дает банку возможность инвестировать больше и тем самым повышать доходность операций. Впрочем, мораторий на досрочное погашение векселя вводят не все банки. В Юниаструм Банке потребовать деньги назад можно в любой момент, но тогда не гарантируется полный возврат первоначальной суммы. Все зависит от того, можно ли в этот момент выгодно исполнить опцион, и если нет, то потраченные на его покупку деньги банк не компенсирует. При варианте с векселем никаких комиссий и сборов банки, как правило, не берут [2].
- услуга индивидуального доверительного управления (реализуется банками, инвестиционными и управляющими компаниями в виде договора) [5].

Под *доверительным управлением* (private banking) понимается совершение Банком в интересах клиента сделок купли-продажи с денежными средствами и ценными бумагами, переданными в управление. Банк не является собственником переданных ему или полученных в процессе доверительного управления активов, они, как и все полученные доходы от доверительного управления за вычетом расходов по доверительному управлению, являются собственностью клиента.

В рамках private banking структурированные продукты продают, заключая договор доверительного управления средствами клиента, и все условия фиксируются именно в этом документе. Либо принимают деньги по договору об открытии брокерского счета, что фиксируется в дополнительном соглашении, в котором и прописываются

параметры инвестиций. При окончании срока управления продавцы продукта автоматически удержат подоходный налог, если, конечно, инвестиции принесут какую-то прибыль [2].

Структурированные продукты, оформленные в виде договора о доверительном управлении, имеют одно существенное отличие от вышеперечисленных вариантов: с течением времени происходит оперативное управление и созданная стратегия может корректироваться с согласия клиента.

Конкретные объекты инвестирования и их удельный вес в портфеле инвестиций согласовываются клиентом и банком и фиксируются в Инвестиционной декларации, положения которой являются обязательными для соблюдения Банком.

Для клиента формируется индивидуальный торговый счет, который обслуживает персональный портфельный менеджер. Клиенту предоставляется регулярная отчетность о текущем состоянии его инвестиционного портфеля в доверительном управлении, а также выдается информация о доверительном управлении его активами по запросу. Банк соблюдает все требования о конфиденциальности этой информации, предусмотренные законодательством и выдвигаемые клиентом.

Один банк может создавать несколько вариантов доверительного управления, ориентируясь на различные потребности клиентов [11].

2. По виду базового актива, лежащего в основе опциона:

- опцион, основанный на изменении процентных ставок

Процентные опционы — это класс опционов, в основе которых лежит изменение процентных ставок (например, ставка рефинансирования Центрального банка, LIBOR, уровень инфляции).

На российском биржевом рынке такие опционы не представлены. Однако существует фьючерсные контракты на той же площадке Forts: фьючерсный контракт на среднюю ставку однодневного кредита MosPrime, на ставку трехмесячного кредита MosPrime.

- опцион, основанный на изменении курсов валют;

Валютные опционы — это класс опционов, в основе которых лежит изменение курсов свободно конвертируемых валют по отношению к национальной валюте. В российской практике торговли опционами пока нет опционов, базовым активом которых являлась бы непосредственно валюта. Взамен существуют опционы на фьючерсные контракты.

Опционы на фьючерсные контракты — это класс опционов, заключаемых на основные виды фьючерсных контрактов. Опцион на фьючерсный контракт дает право купить или продать соответствующий

фьючерсный контракт по цене исполнения опциона, т.е. исполнение такого опциона означает, что опцион обменивается на фьючерсный контракт [1].

На площадке Forts фондовой биржи РТС торгуются трехмесячные и полугодовые опционные контракты колл и пут на фьючерсный контракт на курс доллар-рубль и готовятся к вводу в обращение опцион на фьючерсный контракт на курс евро-доллар и опцион на фьючерсный контракт на курс евро-рубль.

Базовым активом данных контрактов является фьючерсный контракт на доллар США. Исполнение происходит в любой день в течение срока действия опциона по заявлению держателя (американский опцион). При исполнении одного опциона фиксируется сделка купли-продажи одного фьючерсного контракта, лежащего в качестве базового актива опциона, по цене, равной цене исполнения опциона [10].

- опцион, основанный на изменениях фондовых индексов;

Опционы на индекс — это класс опционов, в основе которых лежит изменение уровня базового индекса. Как и в случае с валютными опционами, в российской практике используются не опционы на индекс, а опционы на фьючерсный контракт на индекс.

На площадке Forts фондовой биржи РТС торгуются трехмесячные и полугодовые опционные контракты колл и пут на фьючерсный контракт на индекс РТС, опцион на фьючерсный контракт на отраслевой индекс РТС — Электроэнергетика, опцион на фьючерсный контракт на отраслевой индекс РТС — Металлы и добыча, опцион на фьючерсный контракт на отраслевой индекс РТС — Промышленность, опцион на фьючерсный контракт на отраслевой индекс РТС — Нефть и газ, опцион на фьючерсный контракт на отраслевой индекс РТС — Потребительские товары и розничная торговля, опцион на фьючерсный контракт на отраслевой индекс РТС — Телекоммуникации. Условия торговли — те же, что и с опционом на фьючерс на валюту [10].

- опцион, основанный на изменениях цен на сырье и товары (например, нефть, золото, сахар) или товарно-сырьевые корзины;

Товарные и сырьевые опционы — это класс опционов, в основе которых лежит изменение уровня цены определенного товара или сырья.

И снова мы имеем в распоряжении опционы на фьючерсные контракты на товары или сырье. На Forts в настоящее время обращаются: опцион на фьючерсный контракт аффинированное золото в слитках аффинированное серебро в слитках, готовятся к вводу в обращение опционы на фьючерсы на дизельное и авиационное топливо, сырую

нефть сорта Urals, сырую нефть сорта Brent, мазут, сахар. Условия торговли совпадают с вышеуказанными [10].

- опцион, основанный на изменениях стоимости ценных бумаг

Опционы на ценные бумаги — это класс опционов, в основе которых лежит изменение уровня цены ценной бумаги.

Опционы на фьючерсы на акции и облигации представлены на российском рынке наиболее широко, например, опционы на фьючерсы на обыкновенные акции ОАО «Газпром», обыкновенные акции ОАО «Сбербанк России», привилегированные акции ОАО «Сургут-нефтегаз», облигации ОАО «Газпром», облигации федерального займа и прочие [10].

3. В зависимости от стратегии, предпочитаемой инвестором:

- продукт с консервативной стратегией (гарантированный возврат денежных средств с небольшим процентом дохода (до 2% годовых); характеризуется минимальной долей средств, вкладываемых в опцион);

- продукт с умеренно консервативной стратегией (гарантированный возврат денежных средств, убыток инвестора в худшем случае составит размер инфляции; доля средств, уходящая на покупку опциона, сопоставима с поступлениями от безрисковых инструментов);

- рискованный продукт или продукт с агрессивной стратегией (на годовом отрезке максимальный убыток может составить до 30%; на долю опционов приходится более 10-15% вложений) [3].

4. В зависимости от целей формирования:

- *индивидуальные продукты*, формируемые инвестиционными институтами по заказу своих клиентов. Как правило, такие продукты возникают при проведении клиентами операций хеджирования собственных рисков, реструктуризации задолженности, дополнительного размещения тех или иных ценных бумаг или заимствования. Они содержат в себе весьма специфические риски, которые относятся непосредственно к компании, чьи активы положены в основу продукта, или к некоторым аспектам бизнеса компании. Подобный продукт удобнее всего оформить в виде договора о доверительном управлении;

- *стандартный набор продуктов*, предлагаемых банком, с изначально заложенными инвестиционными характеристиками и предназначенный для удовлетворения различных потребностей индивидуальных инвесторов — физических и юридических лиц. Такой структурный продукт предлагает инвестору

заранее определенную меру риска, связанную с вложением, решая, таким образом, задачу управления риском на весь срок инвестирования и позволяя избежать необходимости постоянно управлять позицией и связанных с этим транзакционных издержек. Это качество может быть весьма полезным для частных инвесторов и организаций, чья основная деятельность не связана с операциями на финансовых рынках.

Таким образом, рассмотренные вопросы структурированных продуктов и особенности их функционирования, свидетельствуют о том, что данный вид активов имеет ряд преимуществ и право на самостоятельное эффективное развитие.

Литература

1. Колтынюк Б.А. Рынок ценных бумаг. СПб., 2003. 349 с.
2. Веретенников Д. Скрещивание спекулянта с консерватором // D'. 2007. № 7.
3. Мальцев О. Дозированный риск // Финанс. 2007. № 13.
4. Решетников Ю.Н. Структурированные продукты как способ расширения продуктовой линейки инвестиционной компании. Конкуренция с банками // Методический журнал «Инвестиционный банкинг». 2008. № 3.
5. Сердюков Е., Иванов М. Практическое применение структурных продуктов на основе биржевых опционов FORTS // РЦБ. 2008. № 7.
6. Сошина В. Банки завоевывают вкладчиков не только высокими процентами, но и нестандартными продуктами // Банковское обозрение. 2008. № 9.
7. Шапиро Л. Рынок структурных продуктов в России // Биржевое обозрение. 2008. № 4.
8. Галанова А.В. Структурированные финансовые продукты. М., 2007.
9. Ковалишина Г.В. Вкладчики не смогли переиграть рынок. М., 2009.
10. Список срочных контрактов РТС, находящихся в обращении. М., [200-]. Режим доступа: <http://www.rts.ru/ru/forts/contracts.html/>
11. Типовые инвестиционные продукты. — М., — [200-]. — Режим доступа: <http://www.rosbank.ru/ru/corporate/invest/trust/products/>

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Ю. В. Бажданова,
ст. преподаватель кафедры «Социологии и психологии» МЭСИ

Влияние оснований классификаций жилой недвижимости на стоимость квадратного метра квартир в г. Москве

Аннотация. Различные классификации объектов недвижимости на практике позволяют получить информацию об основных параметрах, качестве и состоянии здания. В статье анализируются основные критерии, оказывающие влияние на стоимость недвижимости.

Ключевые слова: классификации объектов недвижимости, первичный рынок жилья, вторичный рынок жилья, цена недвижимости.

Все средства массовой информации уже на протяжении нескольких лет говорят о постоянном росте цен на недвижимость. Они приводят большое количество факторов, влияющих на данное явление: курс доллара, рост потребительских цен, стоимость барреля нефти, превышение спроса над предложением и т.д. Рынок недвижимости был и остается одним из интересных отраслей экономики для анализа, т.к. он постоянно меняется под влиянием различных переменных. Рынок недвижимости достаточно велик, для более детального рассмотрения ограничимся рынком жилой недвижимости города Москвы. Рассмотрим динамику цен за последние 2–2,5 года в разрезе различных категорий и классификаций жилой недвижимости.

Различные классификации объектов недвижимости на практике позволяют получить информацию об основных параметрах, качестве и состоянии здания. На данный момент нет единого подхода к составлению классификаций, т.к. появляются новые строительные материалы и технологии.

Наиболее универсальным является деление жилой недвижимости на категории «эконом», «бизнес» и «люкс», или «элит». Исследуя

новостройки Москвы Геннадий Стерник разработал критерии принадлежности жилья к четырем классам качества: «эконом», «средний», «бизнес» и «элита»¹. В данной классификации была проведена дифференциация предложения новостроек по классам качества и определены средние площади и средние удельные цены квартир.

Классификация Г. Стерника не является единственной. Например, компания Knight Frank разделяет жилую недвижимость категории «люкс» на классы А+, А и В, и дает описание данной классификации.

Так детально элитное жилье мы исследовать не будем, рассмотрим более общие классификации.

Остановимся на следующих основаниях классификаций:

- 1) по количеству этажей (не более десяти этаже, десятиэтажный и т.д.);
- 2) по количеству комнат (однокомнатные, двухкомнатные и т.д.);
- 3) по типу жилья (панельные, кирпичные, блочные, панельно-блочные и т.д.);

На стоимость жилой недвижимости также может влиять местоположение (район Москвы), и является ли она новостройкой или находится на рынке вторичного жилья.

В разных случаях на стоимость жилой недвижимости влияют различные характеристики. Стоимость квадратного метра жилья при определенном основании классификации может быть неодинаковой, т.к. оказывает влияние фактор отличный у этих жилых строений. Также при различных классификациях одна и та же характеристика может влиять на цену, а может и не оказывать никакого влияния на стоимость жилой недвижимости. Например, местоположение жилого объекта является одним из факторов, влияющих на стоимость квадратного метра жилья, но в некоторых случаях данный фактор не является значимым, и квартиры расположенные на окраинах Москвы являются столь же дорогими, как и в центре столицы².

На рисунке 1 приводятся данные о средней цене предложения квартир в кирпичных/монолитных домах высотой более десяти этажей в ЮВАО в начале января 2007 г. В данном случае есть несколько переменных не влияющих на стоимость одного квадратного метра жилой недвижимости: дома кирпичные/монолитные, высота домов

более десяти этажей, дома расположены в одном административном округе (ЮВАО). На стоимость квадратного метра в данном случае влияет район административного округа — Текстильщики, Люблино, Рязанский, Марьино, Выхино-Жулебино. Самый дорогой квадратный метр в районе Текстильщики (4250 долл./кв.м).

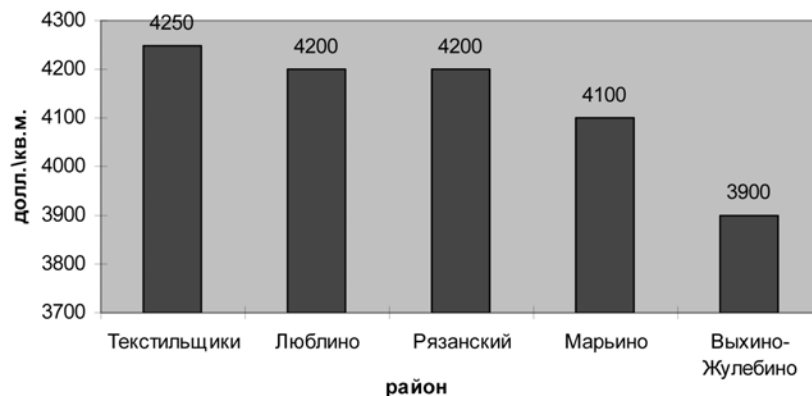


Рис. 1. Средние цены предложения квартир в кирпичных/монолитных домах высотой более 10 этажей в ЮВАО в начале января 2007 г. (долл./кв.м)³

Тип жилья является одним из оснований классификаций. Далее сравним стоимость квартир в новостройках и на вторичном рынке жилой недвижимости на начало января 2007 г. (рис. 2).

Рассмотрим ценовую тенденцию в девяти округах г. Москвы на первичном и вторичном рынках жилой недвижимости. В восьми округах наблюдается общая тенденция — цена на вторичном рынке несколько больше чем на первичном. В каких-то округах разница незначительна (ЗАО, ЮЗАО), а где-то разница существенна (ВАО, ЮВАО, ЮАО).

Отдельного внимания заслуживает Центральный Административный Округ. Здесь с точностью да наоборот: цены на квадратный метр новостройки значительно превышает стоимость квадратного метра на вторичном рынке жилой недвижимости (на 3015 долл./кв.м).

Отличная тенденция цен в ЦАО подтверждает и следующая информация. По данным экспертов компании «Контакт-Элитная Не-

¹ РБК — Недвижимость. 26.06.08.

² Аналитическое агентство IRN.RU. 08.07.09: Стоимость жилья не всегда зависит от престижности района.

³ Данные журнала «Недвижимость & цены».

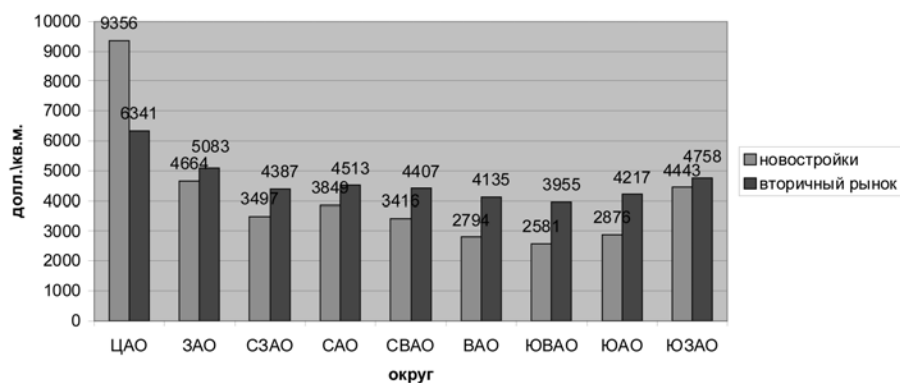


Рис. 2. Цены на квартиры в новостройках и на вторичном рынке (долл./кв.м)⁴

движимость», рост цен в 2006 г. на элитное жилье, расположенное в ЦАО, в среднем составил 66%. Лидерами стали Якиманка, Плющиха, Замоскворечье. Аналитики не ожидают снижения стоимости элитного жилья в 2007-м г., несмотря на замедление темпов подорожания в конце прошедшего года⁵.

Также обратим внимание, что нет хотя бы двух районов где бы совпадала стоимость на первичном или на вторичном рынке жилой недвижимости.

В следующем примере показана классификация жилой недвижимости, основанием которой служит количество комнат в квартире (рис. 3).

Средняя цена на квартиры в г. Москве в зависимости от количества комнат (на конец 2006 г.) распределилась следующим образом: самая высокая цена за квадратный метр в многокомнатных квартирах (4451 долл./кв. м), а самый дешевый кв.м в трехкомнатных квартирах (4109 долл./кв. м) (рис. 3).

В журнале «Недвижимость & цены» аналитики различных компаний приводят данные своей работы, которые могут служить для подтверждения различий в тенденции цен в зависимости от типа жилья:

1. По прошествии новогодних праздников скачка цен на жилье в Москве не произошло. Однако небольшая коррекция его стоимости в сторону понижения продолжается и охватывает все больше сегментов. Удешевление недвижимости эконом класса повлекло за собой и

⁴ Квартирный ряд. — 18–24 января 2007. — № 2. По данным компании МИЭЛЬ.

⁵ Недвижимость & цены. — 8–14 января 2007. — № 1.

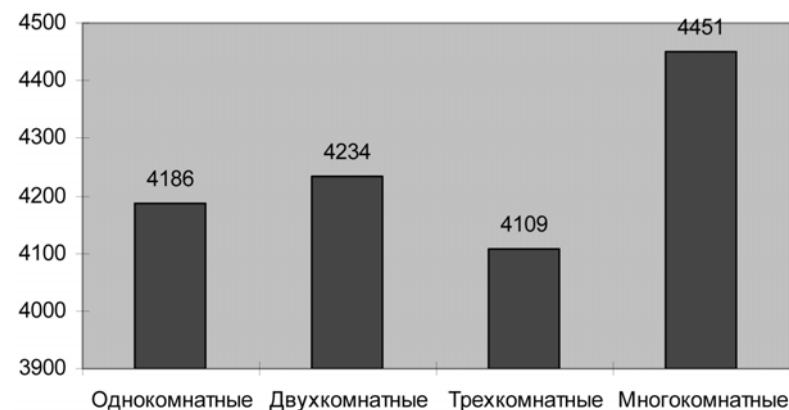


Рис. 3. Средние цены на квартиры в зависимости от количества комнат в конце 2006 года (долл./кв.м)⁶

некоторую минимизацию средней стоимости квартир. Согласно данным аналитического центра irn.ru общегородской индекс потерял по сравнению с предновогодним значением 3 долл. и составил 4,21 тыс. долл./кв.м. Небольшая отрицательная динамика наблюдается сейчас фактически по всем типам жилья, кроме современных монолитно-кирпичных домов. И скорее всего в течение второй половины января 2007 г. такая ситуация сохранится⁷.

2. В последний месяц 2006 г. согласно данным аналитического отдела а/н «САВВА» рост цен на московское жилье был зафиксирован только в трех категориях: высотные кирпичные дома, сталинские дома, панельные новостройки. В остальных же произошло снижение цен от 0,1 до 1,1%. Если же рассматривать ситуацию в целом, за 12 месяцев, то наиболее высокий рост цен отмечен на квартиры в панельных новостройках. Что касается объема предложений, то за декабрь 2006 г. он увеличился на 4,5%, а за весь 2006 год по сравнению с 2005 г. только на 10%⁸.

Как видно из вышеизложенного аналитические отделы двух компаний (аналитический центр irn.ru и а/н «САВВА») в результате ана-

⁶ Недвижимость & цены. — 8–14 января 2007. — № 1.

⁷ Недвижимость & цены. — 22–28 января. — № 3.

⁸ Там же.

лиза рынка жилой недвижимости выводят общую тенденцию, но каждая из компаний вносит свои поправки. Аналитический центр irn.ru приводит информацию за январь 2007г., а а/н «САВВА» за декабрь 2006 г. Так аналитический центр irn.ru говорит об отрицательной динамике фактически по всем типам жилья, кроме кирпично-монолитных домов. А/н «САВВА» также говорит об общей тенденции снижения цен, кроме высотных кирпичных домов, сталинских домов, панельных новостроек.

Обратим внимание, что в приведенных данных а/н «САВВА» трех категорий, в которых наблюдалась тенденция к повышению цен нет ни одной общей характеристики (они все не относятся к новостройкам, к вторичному рынку жилья, к кирпичным домам, к панельным и т.д.).

Далее рассмотрим тенденцию цен в различных категориях жилой недвижимости в четвертом квартале 2007 г. — первое полугодие 2008 г.

Интересные данные привело Информационно-аналитическое агентство RWAY по жилью элитного и бизнес-класса за октябрь 2007 г. (см. табл.).

Таблица

Изменение цен предложения на жилье в Москве на вторичном рынке за октябрь 2007 года (с учетом жилья элитного и бизнес-класса — квартиры в монолитных и кирпичных домах)⁹

Административный округ	Средняя цена за кв.м		Монолит		Кирпич	
	\$/кв.м	Прирост %	\$/кв.м	Прирост %	\$/кв.м	Прирост %
В среднем по городу	5548	1,8	6595	2,7	4298	1,4
ЦАО	8185	0,0	8472	-0,6	5812	2,2
САО	5001	2,6	5528	3,8	4148	1,5
СВАО	4474	1,7	4898	2,3	4196	0,6
ВАО	4221	1,3	4484	1,8	3993	1,1
ЮВАО	3862	1,1	4079	0,8	3793	1,5
ЮАО	4212	1,9	4679	3,5	4015	1,3
ЮЗАО	5209	0,5	6241	3,0	4622	1,3
ЗАО	6067	1,4	6911	2,0	4769	1,9
СЗАО	4546	2,0	4958	4,2	4131	0,6
Зеленоград	3156	1,8	3472	3,4	3098	1,7

В таблице приведены данные стоимости кв.м. и прироста цены в среднем по районам и разбивка на два типа жилья — монолит и кирпич. Заострим внимание на данных по ЦАО, т.к. они наиболее ярко показы-

вают влияние типа жилья на стоимость кв.м. Средняя цена кв.м за октябрь 2007 года в ЦАО составила 8185 \$/кв.м. и прирост составляет 0%. Картина меняется, если разбить данные по ценам в зависимости от типа жилья. Стоимость кв.м. монолитного жилья составляет 8472 \$/кв.м., а прирост уходит в отрицательные значения (-0,6 %). Теперь рассмотрим данные по кирпичным домам: стоимость кв.м составляет 5812 \$/кв.м и прирост 2,2%. Исходя из приведенных данных получается, что в октябре 2007 г. сложилась определенная ситуация на вторичном рынке кирпичного жилья, в результате чего стоимость по сравнению с предыдущим месяцем поднялась на 2,2 %, хотя в среднем прироста по округу не было.

Рассмотрим данные, приведенные по СЗАО за октябрь 2007 г. на рынке вторичного жилья (табл. 1). Здесь данные показывают картину отличную от ЦАО. Если в ЦАО цены повысились за кирпичное жильё (на 2,2 %), то в СЗАО прирост стоимости за кв.м. в кирпичном жильё составил 0,6 %, а в монолитном — 4,2 %. Различия в изменении стоимости кв.м. по типам жилья в разных округах города Москвы может объясняться разными переменными. Например, на рынок монолитного вторичного жилья ЦАО могли поступить квартиры более раннего строительства, чем в предыдущем месяце, также они могли находиться в более плохом состоянии, быть расположенными в менее комфортабельном районе ЦАО и т.д. В следствии таких факторов цена за кв.м. могла понизиться (-0,6 %). На рост стоимости кв.м. монолитного жилья в СЗАО (4,2 % по сравнению с предыдущим месяцем) также могли влиять различные переменные. Например, более выгодное расположение домов, не так давно построенные дома и т.д.

Газета «Экспресс недвижимость» приводит данные стоимости кв.м. жилой недвижимости по линиям московского метрополитена в июне 2008 г. Остановимся на приведенных данных по стоимости кв.м на станциях замоскворецкой линии, т.к. является наиболее показательной, охватывая различные районы округов г. Москвы и показывая наиболее наглядно отличия в стоимости квадратного метра жилья (рис. 4).

Цена за кв.м жилой недвижимости на замоскворецкой линии распределилась неравномерно. Минимальная цена за кв.м на данной линии метрополитена составляет 5060 \$/кв.м, а максимальная 9588 \$/кв.м. Отметим, что это средние цены по станциям метро. Разница между максимальной и минимальной ценой здесь очень ощутима и составляет 4598 \$/кв.м. На такую разницу в ценах могут влиять различные факторы, например тип жилья, этажность дома, удаленность от метро и т.д. Особо заострим внимание, что лидером по максималь-

⁹ Информационно-аналитическое агентство RWAY. 01.11.2007.

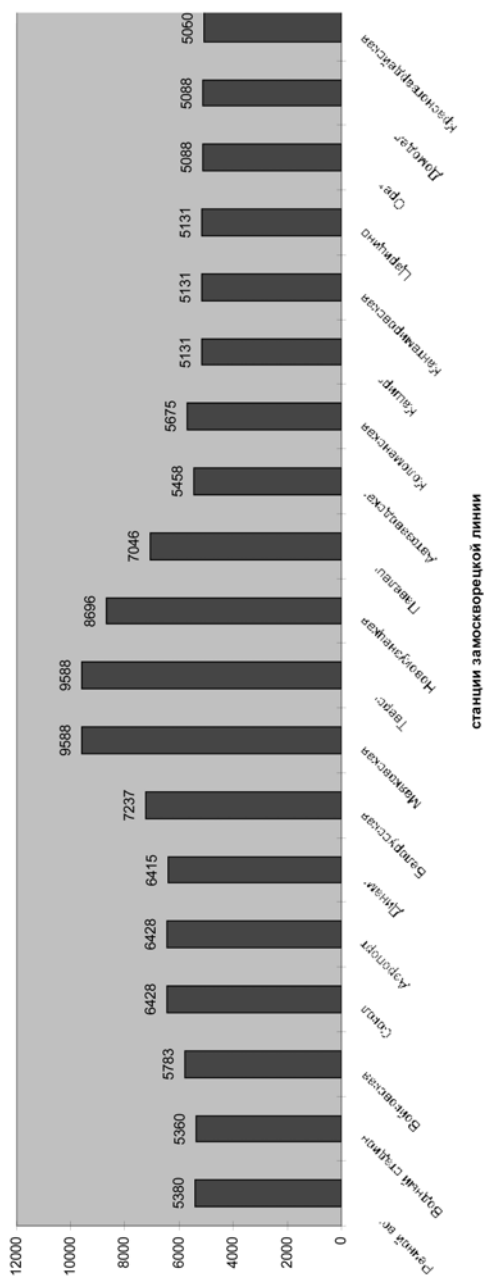


Рис. 4. Средние цены на жилую недвижимость Москвы в районах расположения отдельных станций метро в июне 2008 года (замоскворецкая линия) (долл./кв.м)¹⁰

¹⁰ Экспресс недвижимость. Ежедневное оперативное приложение к журналу «Недвижимость & цены». – 24 июля 2008. – № 135 (416).

ным ценам у нас остается ЦАО (Маяковская – 9588 \$/кв.м, Тверская – 9588 \$/кв.м, Новокузнецкая – 8696 \$/кв.м).

Следующие данные приведем по вторичному рынку жилой недвижимости г. Москвы (рис. 5).

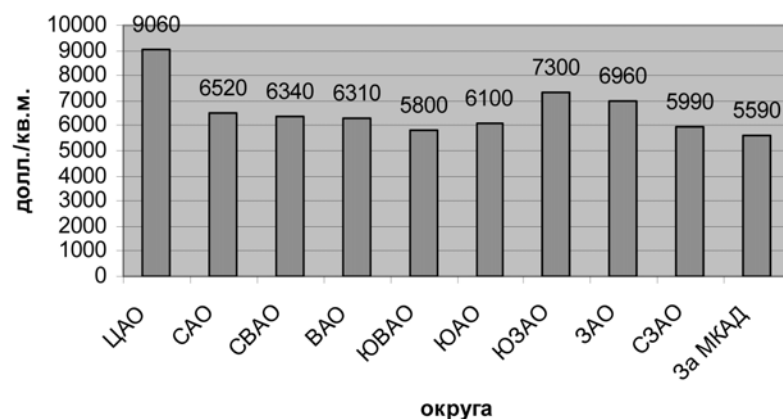


Рис. 5. Средние цены предложения квартир по округам в июне 2008 г. (долл./кв.м)¹¹

В начале статьи говорилось о различных классификациях жилой недвижимости, в том числе и о делении на первичный и вторичный рынок жилья. Перед тем как изучить данные, приведенные газетой «Недвижимость & цены» на рисунке 5 рассмотрим классификацию типов вторичного жилья. Вторичный рынок жилья также как и первичный делится на эконом-класс, повышенная комфортность и бизнес-класс. В каждую категорию входят определенные дома со следующими характеристиками:

- эконом-класс – 5-, 9–12-этажные панельные или блочные дома с площадью кухни менее 6,5 кв.м. 5-этажные кирпичные дома с площадью кухни менее 6,5 кв.м, 6–12-этажные кирпичные дома с площадью кухни менее 7,5 кв.м.
- повышенная комфортность – типовые 9–15-этажные, современные 16–22-этажные панельные дома с площадью кухни более 7,5 кв.м, а также дома улучшенных серий (П44Т, И155, КОПЭ, П46М и т.п.), построенные за последний год (2007 г.).

¹¹ Недвижимость & цены. – 21–27 июля 2008. – № 29 (279).

- бизнес-класс — 6–10-, 12–16-этажные кирпичные дома, в том числе сталинские, с площадью кухни более 7,5 кв.м, а также современные монолитно-кирпичные жилые здания, построенные по индивидуальным проектам.

В приведенной классификации на вторичном рынке жилья в каждую категорию входят дома с определенными характеристиками и отдельные серии, что отличается от ситуации на рынке новостроек. Как отмечалось выше, на данный момент нет единого подхода к составлению классификаций, т.к. идет интенсивное развитие строительных технологий.

По вторичному рынку жилья за июнь месяц 2008 г. так же видна разница в стоимости кв.м. по округам. Максимальная средняя цена наблюдается в ЦАО (9060 \$/кв.м), а минимальная в ЮВАО (5800 \$/кв.м). Разница в ценовом предложении дает нам право предполагать, что одной из причин этого является отнесение продаваемых квартир к разным классам (эконом-класс, повышенная комфортность, бизнес-класс).

Деление жилой недвижимости на классы отражается не только на ценовом предложении, но и на сроке экспозиции (времени реализации) (рис. 6).

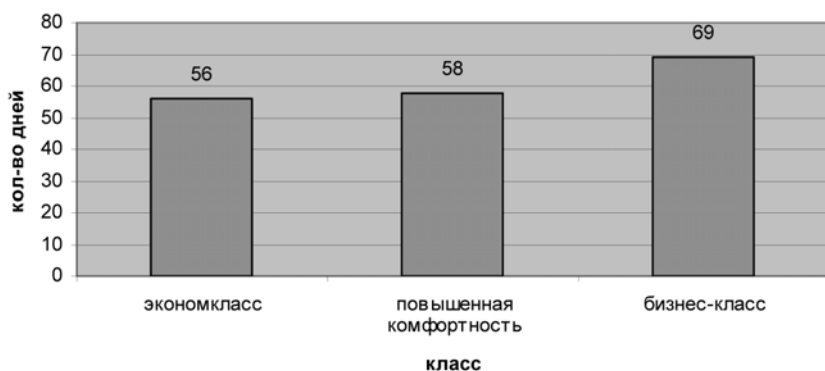


Рис. 6. Средний период экспозиции (время реализации) квартир по состоянию на начало июля 2008 г. в г. Москве¹²

По данным аналитического отдела а/н «САВВА» в июне по сравнению с маем несколько увеличился срок реализации квартир всех классов. Лето — период сезонного затишья на рынке жилья, и высокие

цены увеличивают средние сроки продаж квартир. А т.к. срок реализации квартир увеличился у всех классов, то можно говорить о сохранении общей тенденции. Как видно по полученным данным срок экспозиции квартир бизнес-класса (69 дней) на 13 дней больше, чем у эконом-класса (56 дней). Данное явление можно объяснить тем, что сейчас все сильнее чувствуется классовое расслоение общества. Вследствие чего процент населения, которое может приобрести квартиру эконом-класса (с ипотекой или без) значительно больше, чем населения, которое может купить или поменять квартиру элиткласса.

По данным аналитиков компании «Миэль-Новостройки», рост цен на московские новостройки за первое полугодие 2008 г. составил 27%. Показатель увеличения рублевых цен за счет снижения курса доллара оказался несколько меньше — 22,6%.

Деление жилой недвижимости на классы дает возможность получения достаточно полной информации, об интересующем сегменте рынка жилой недвижимости. Основаниями для классификаций служат следующие характеристики жилого объекта: количество этажей, количество комнат в квартире, тип жилья, местоположение и т.д. Авторы выдвигают и обосновывают различные классификации для более удобного ориентирования потребителей на рынке недвижимости.

¹² Недвижимость & цены. — 21–27 июля 2008. — № 29 (279).

В. В. Бандурин,
доктор экономических наук,
Российская Академия предпринимательства

А. А. Полотов,
кандидат химических наук, доцент

Определение отраслевого кластера как формы квазиинтеграции

В статье исследуется отраслевой кластер как форма устойчивой сети взаимодействий между экономическими агентами, способствующей росту их конкурентоспособности.

Рассмотрены основные признаки и тенденции развития современных отраслевых кластеров, объединяющих ресурсы и ключевые компетенции входящих фирм и организаций.

Ключевые слова: отраслевые кластеры, конкурентоспособность, внутренний обмен, стратегическая сеть, ресурсы, инновации.

Под «кластером»¹ понимают группу одинаковых или похожих объектов, собранных вместе². Шерешева М.Ю. рассматривает кластеры как форму квазиинтеграции. При этом ряд характеристик кластеров как межорганизационных сетей заставляют выделить их из общего ряда.

Резко возросший в последние годы интерес к кластерам представляется нам закономерным³. Их влияние на формирование современного экономического ландшафта становится все более заметным, а вопросы кластерной политики постепенно приобретают принципиальный характер с точки зрения конкурентоспособности отраслей.

Определение кластера как формы функционирования современных отраслевых рынков не является тривиальной задачей. Широко распространено мнение, что кластеры — это промышленные зоны, в которых компактно расположено значительное число малых предприятий, относящихся к одной определенной отрасли. Именно так трактуют эту форму межорганизационного взаимодействия многие авторы, пишущие об «индустриальных районах» (industrial districts⁴) или «кластерах малых фирм» (small enterprises clusters).

Однако скопление предприятий на одной территории далеко не всегда представляет собой кластер, при этом реально действующие кластеры далеко не всегда состоят из малых и средних предприятий. Более того, мы придерживаемся точки зрения, что полицентрические кластеры со временем развиваются в стратегические сети, а некоторые кластеры изначально создаются как стратегические сети с доминирующим партнером (зачастую это крупная фирма, обладающая если не олигопольной, то достаточно заметной рыночной властью). Тем не менее, малые и средние предприятия в кластере обязательно есть — без них эта форма квазиинтеграции теряет одну из своих существенных характеристик.

Необходимым (хотя и не достаточным) условием для того, чтобы говорить о возникновении кластера, является возникновение устойчивой сети взаимодействий между экономическими агентами, способствующей росту их конкурентоспособности. Именно об этом говорилось в известной работе А. Маршалла «Принципы экономической теории»⁵, где специально введен раздел, посвященный феноменам особых промышленных регионов. А. Маршалл одним из первых четко указал, что сгруппированные вместе предприятия, занимающиеся родственными видами деятельности, получают положительные экстерналии, такие как пул специализированных рабочих, доступ к различным высокоспециализированным поставщикам продуктов и услуг, быстрый обмен информацией.

В дальнейшем это утверждение стало исходным пунктом для ряда исследований, показавших, каким образом экономические агенты могут извлечь пользу от объединения в кластеры. В частности, на этом

¹ От англ. cluster — рой, гроздь, гряда, скопление.

² The American Heritage Dictionary of the English Language, 2000.

³ См.: Шерешева М.Ю. Межорганизационные сети в системе форм функционирования современных отраслевых рынков. — Дисс. докт. экон. наук: 08.00.01. — М., 2006.

⁴ Строго говоря, речь идет об отраслевых районах (для сравнения, Industrial Organization переводится как «Экономика отраслевых рынков»).

⁵ Marshall A. Principles of Economics. — New York, McMillan Publishing Company, 1922. (First ed. 1890).

акцентировали внимание французские исследователи⁶, занимавшиеся исследованием проблем технологической связи между различными отраслями и выведившие зависимость технологической мощи одного сектора от другого⁷. Прообразы понятия «кластер» имеют место в публикациях шведских авторов, что частично связано со структурой шведской экономики, в которой сильны взаимные связи в деятельности крупных корпораций.

Одной из первых понятийных новаций явилась концепция Э. Дамена о «блоках развития»⁸. Э. Дамен указывает на наличие корреляции между способностью к развитию одних секторов и достигнутым прогрессом в ряде других секторов. Л.Г. Мэтсон обращает внимание на установление различных форм взаимодействий между фирмами внутри кластеров, способствующих росту эффективности их деятельности⁹. То есть, реальный кластер есть группа предприятий, которые не просто соседствуют территориально, но объединяются в сеть, нацеленную на достижение общего результата. Причем, как правило, в этой сети необходимо присутствие компаний, представляющих разные отрасли (не случайным образом, а по принципу комплементарности ресурсов и компетенций).

Подробный анализ взаимосвязи между степенью развития кластеров и конкурентоспособностью отрасли или страны дал М. Портер¹⁰. Он рассматривает кластер как «группу географически соседству-

⁶ Toledano J. A propos des filieres industrielles // Revue d'Economie Industrielle, 1978. – Vol. 6. Nr. 4. – P. 149–158.

⁷ Во Франции для описания семейств технологически взаимосвязанных секторов широко использовался термин «фильеры». По сути, это аналог понятия инновационных кластеров, о которых речь пойдет ниже. В современной литературе по инновациям и способам их внедрения в производство широко признано существенное значение кластеров для упрочения технологических взаимосвязей между отраслями – Abernathy W.J., Utterback J. Patterns of Industrial Innovation. // Technology Review, 1978. – Vol. 80. Nr. 7. – P. 40–47.

⁸ Dahmen E. Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919–1939. Stockholm; Industries Utredninginstitut, 1950.; Dahmen E. Development Blocks in Industrial Economics. Paper presented at workshop on New Issues in Industrial Economics, Case Western Reserve University, Ohio, June 1988.

⁹ Johanson J., Mattsson L.-G. Interorganizational Relations in Industrial Systems: A Network Approach Compared with the Transaction-Cost Approach // International Journal of Management and Organization. 1987. – Vol. 7. Nr. 1. – P. 34–48.

¹⁰ Портер М., Такеути Х., Сакакибана М. Японская экономическая модель: Может ли Япония конкурировать? – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

ющих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимно дополняющих друг друга. При этом он акцентирует внимание на трех свойствах кластеров:

1. Географическая локализация. Масштабы кластера могут варьироваться от одного города или региона до целой страны или стран;

2. Взаимосвязь между предприятиями. Кластер является особой формой сети взаимосвязанных предприятий, и более глубокое развитие связей свидетельствует о степени развития самого кластера;

3. Технологическая взаимосвязанность отраслей. В отраслевом кластере присутствуют предприятия других отраслей, технологически связанные между собой. Обычно это компании, производящие готовую продукцию; поставщики специализированных факторов производства, компонентов, машин, а также сервисных услуг; финансовые институты; фирмы, обеспечивающие движение продукции по каналам сбыта; производителей сопутствующих продуктов и др.

Принимая в качестве основы ставшие классическими признаки кластера по М. Портеру, мы можем говорить о кластере как группе географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, ВУЗов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом (см. рисунок).



Рис. Схема деятельности отраслевого кластера¹¹

¹¹ Шерешева М. Ю. Межорганизационные сети в системе форм функционирования современных отраслевых рынков. – дисс. докт. экон. наук: 08.00.01. – М., 2006.

Однако, на наш взгляд, требуется дополнительно уточнить определение кластера с использованием новой институциональной экономической теории, что позволит более четко вписать этот тип межорганизационной сети в систему форм функционирования современных отраслевых рынков и в дальнейшем будет способствовать более продуктивному анализу.

Отраслевому кластеру как межорганизационной сети характерен ряд признаков:

- наличие группы географически сконцентрированных предприятий¹², объединенных прямыми и обратными связями;
- общая культурная и социальная среда;
- отраслевая специализация (чаще всего — сочетание компаний, работающих в комплементарных или смежных секторах);
- сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера.

Одной из главных особенностей отраслевого кластера как формы сетевого межорганизационного взаимодействия является возможность специализации входящих в него хозяйствующих субъектов на определенных областях деятельности, что способствует росту специфичности их активов. Для того, чтобы территориально близкие предприятия, специализированные в рамках одной отрасли, могли действовать как единый отраслевой кластер, необходимо также наличие хорошо развитого сервиса (включая услуги маркетинговых, консалтинговых, юридических компаний) и постоянное участие научного сообщества, результатом которого являются новые разработки и инновации.

Когда ключевые компетенции входящих в отраслевой кластер предприятий и организаций достигают высокого уровня, то устойчивое распределение обязанностей и работы внутри отраслевого кластера позволяет наращивать его общую конкурентоспособность за счет взаимодополняемости и взаимной поддержки. Существует сетевая концепция «промышленного комплекса» В. Руйгрока и Р. Ван Тульдера¹³. Они выделяют шесть групп игроков, чьи связи внутри сети имеют долгосрочный характер и в большинстве случаев не ограничивают-

¹² Еще раз подчеркнем, что в кластер могут входить компании разных размеров, но малые и средние фирмы среди них есть обязательно. В противном случае мы имеем дело с другой формой функционирования рынка.

¹³ Ruigrok W., van Tulder R. The Logic of International Restructuring. — London, New York: Routledge, 1995.

ся горизонтальной кооперацией реципрокного типа. Среди этих связей есть такие, которые образуют четкую иерархию, некую «микрopolитическую область торга». Группы игроков таковы:

- фокальное предприятие («корневая фирма» — core firm);
- фирмы-поставщики, в том числе поставщики услуг;
- сбытовые общества и торговые компании;
- представительства трудящихся /профсоюзы;
- вкладчики капиталов;
- политические институты и местные администрации, входящие в окружающую среду составляющих кластер фирм.

Говоря об «индустриальных комплексах», В. Руйгрок и Р. Ван Тульдер определяют их как «специфический тип сети», как «переговорную конфигурацию (bargaining configuration), организованную вокруг корневой фирмы, состоящую из групп агентов, которые прямо или косвенно вовлечены в производство и продвижение определенного продукта»¹⁴.

По мере развития кластера в нем формируются свои внутренние нормы и правила, а также рутины, так что внутренний обмен товарами и услугами, капиталом, информацией и кадрами оказывается встроенным в сравнительно устойчивые рамки, «образцы взаимодействия»¹⁵. При этом заметны три тенденции, проявляющиеся по мере развития современных отраслевых кластеров:

- 1) интернационализация и плюрализация ресурсных стратегий (аутсорсинг, инсорсинг, follow-sourcing¹⁶, и т.д.), ведущие к реструктуризации сети предприятий-поставщиков, входящих в кластер;
- 2) постепенное ослабление первоначальной позиции локальных игроков (правительств, местных фирм, представительств трудовых коллективов), собранных в промышленный комплекс;
- 3) «пирамидизация» и «иерархизация», т.е. выстраивание конфигурации кластера по типу стратегической сети.

Таким образом, полицентрический вариант отраслевого кластера является возможной формой, особенно на первых этапах его формиро-

¹⁴ Ruigrok W., van Tulder R. The Logic of International Restructuring. — London, New York: Routledge, 1995.

¹⁵ Doerre K. Globalisierung — eine strategische Option. Internationalisierung von Unternehmen und industrielle Beziehungen in der Bundesrepublik // Industrielle Beziehungen, 1997. — Vol. 4. Nr. 4. — P. 265–290.

¹⁶ Follow-sourcing означает ситуацию, когда отечественные поставщики должны следовать за производителем за рубежом, чтобы получить договор о поставке.

вания. Однако в полицентрическом кластере существует тенденция к выделению управляющей единицы, которая постепенно приобретает черты фокальной компании. Зрелый отраслевой кластер начинает демонстрировать все признаки стратегической сети и может быть условно представлен в виде пирамиды, в которой есть разные уровни.

Первый уровень — это лидирующие центральные (фокальные) компании, экспортирующие продукцию и/или услуги за пределы региона. Второй уровень — это сеть поставщиков, мелких и средних компаний, которые составляют так называемую экосистему и поставляют комплектующие, услуги и другое для ключевой компании. Так, в телекоммуникационном кластере Финляндии фокальной компанией является фирма Nokia, размещенная в г. Хельсинки, при этом в районе Хельсинки находится порядка тысячи поставщиков, работающих на Nokia. Наконец, третий уровень — это социально-экономическая инфраструктура, включающая различные организации, обеспечивающие фокальную компанию человеческими, финансовыми ресурсами, элементами технологической инфраструктуры.

Учитывая вышесказанное, можно говорить о том, что современный кластер представляет собой разновидность стратегической сети, а именно стратегическую межорганизационную сеть отраслевого или межотраслевого характера, объединяющую ресурсы и ключевые компетенции не только фирм, но и других организаций.

В последнее время особое внимание уделяется проблеме кластерного анализа, то есть «разработке и апробации критериев, по которым можно выявить наличие кластеров предприятий в экономической среде и методам определения параметров кластеров»¹⁷. В общем виде методология исследования отраслевых кластеров выглядит следующим образом:

- выявление и типологизация состава участников отраслевого кластера;
- количественный анализ отраслевого кластера;
- выявление структуры и взаимосвязей участников отраслевого кластера;
- анализ конкурентной среды и инновационной составляющей отраслевого кластера.

¹⁷ Владимиров Ю. В. Кластеры высокотехнологичных предприятий — инновации как ключевая активность. // Сборник материалов по конференции: «Пределы государственного регулирования отраслевых рынков». — М.: Парад, 2005. — С. 18–19.

Исследуя историю становления, а также важнейшие тенденции развития современных отраслевых кластеров, можно выявить некоторые характерные черты. Во всех случаях важнейшим фактором современной конкурентоспособности кластеров является высокий уровень развития системы связанных институтов и отраслей. С одной стороны, это явилось результатом рыночных отношений и эффективной конкуренции, а в том, что касается формирования национальной инновационной системы и притока квалифицированных кадров, — безусловной заслугой государственной политики.

Выгоды для бизнеса от развития отраслевого кластера во многом зависят от особенностей кластера, но обобщенно они могут состоять в повышении эффективности и снижении издержек в текущей деятельности, повышении гибкости и инновационного потенциала при создании новых продуктов, технологий и рынков. Предприятия могут получать подобные выгоды посредством¹⁸:

- повышения эффективности системы поставок сырья, компонентов и комплектующих;
- доступности и качества специализированного сервиса, от услуг в области информационных технологий, до специфических услуг (например, по страхованию космических запусков для аэрокосмического кластера);
- доступа к финансовым ресурсам разного рода (источники рискованного финансирования в кластере информационных технологий);
- доступности и качества возможностей для проведения НИ-ОКР;
- доступности специализированных и производительных человеческих ресурсов;
- построения сети формальных и неформальных отношений, для передачи рыночной и технологической информации, знаний и опыта;
- создания системы для выявления коллективных выгод и опасностей, формирования общего видения и стратегии развития кластера.

Отраслевой кластер как форма квазиинтеграции четко демонстрирует наличие элементов урегулирования, то есть совместного уча-

¹⁸ Шерешева М.Ю. Межорганизационные сети в системе форм функционирования современных отраслевых рынков. — Дисс. докт. экон. наук: 08.00.01. — М., 2006.

ствия в регулировании государства и различных участников рынка, таких как инфраструктурные организации, научно-исследовательские институты, и т.д. При создании отраслевых кластеров как межорганизационных сетей зачастую удается решить проблему балансирования интересов различных участников рынка, в то время как мотивом для создания межфирменных сетей, рассмотренных в предыдущей главе нашей работы, является получение конкурентных преимуществ и иных частных благ.

В целом можно утверждать, что внутреннее развитие отраслевых кластеров направлено на снижение трансакционных издержек, повышение эффективности использования знаний, создание новых сетей сотрудничества. Смешанная контрактная природа отраслевого кластера как стратегической сети дает возможность входящим в него организациям координировать значительную часть своей деятельности посредством механизма рынка и при этом использовать ряд преимуществ иерархической координации.

В этом случае вместо наращивания внутрифирменных расходов, сопряженных с ростом компании, работают рыночные стимулы для участников кластера, такие как опционы, бонусы и т.п. Благодаря наличию такого рода стимулов небольшие компании шевелятся быстрее, работают усерднее и берут на себя более высокие риски», имея при этом возможность обмена эксплицитным и имплицитным знанием, обновления технологий, доступа к большому спектру новых технических ресурсов, привлечения кадров высокого качества. Все эти процессы, как правило, протекают более интенсивно, чем в крупных интегрированных корпорациях традиционного типа, работающих в рамках того же самого отраслевого рынка.

Т. В. Воронченко,
зав. кафедрой Российской Академии предпринимательства,
кандидат экономических наук, доцент

Стратегический подход к формированию системы ценообразования на предприятии

Аннотация. В статье содержатся основные концептуальные аспекты процесса формирования цен, методика и алгоритм их практической реализации. Применение предложенной методики в реальной деятельности предприятий производственного сектора экономики позволит совершенствовать процесс управления затратами и результатами, а также повысить эффективность их деятельности.

Ключевые слова: цена, затраты, расходы, результаты, наценка, прибыль, ценообразование, переменные и постоянные затраты, эффект производственного рычага, суммарные затраты.

Установление цены на продукцию или услуги предприятия – одно из важнейших и сложнейших управленческих решений. Управленческие решения по ценообразованию представляют собой процесс установления конкурентноспособной и разумной продажной цены, которая приведет к росту продаж и увеличению прибыли. Процесс формирования цены предполагает рассмотрение различных факторов, таких как конкуренция, покупательский спрос, затраты и расходы и т. д. Окончательное решение по ценам должен принимать руководитель подразделения, наделенный соответствующими полномочиями. Он должен проанализировать все возможные последствия каждого из вариантов такого решения.

Несмотря на сложность и неоднозначность рассматриваемой проблемы, а также существования различных альтернативных ситуаций, которые могут возникнуть при ее решении, можно рекомендовать к применению на практике двух основных подходов к ценообразованию (затратный и ценностный) (рис. 1).



Рис. 1. Подходы к ценообразованию

Затратный подход к ценообразованию — это метод ценообразования, принимающий в качестве отправной точки фактические затраты предприятия на производство и реализацию продукции.

Ценностное ценообразование — это подход, при котором предприятие сначала определяет продажную цену нового изделия, а уже потом проектирует сам продукт.

Данный подход исторически самый старый и самый надежный, так как в его основе лежит такая реальная категория, как затраты предприятия, подтвержденные соответствующими бухгалтерскими документами.

При затратном подходе процедура определения цены нового продукта примерно следующая: конструкторские службы предлагают новое изделие с соответствующими параметрами. Затем проект данного изделия поступает к технологам, а от них в плановый отдел и в бухгалтерию. На этом этапе определяется и цена, которая должна обеспечить возмещение совокупных затрат, связанных с производством. Затем сотрудники отделов сбыта поручают организовать продажу данного изделия, которые должны убедить покупателей, что запрашиваемая цена оправдывается свойствами и качеством изделия.

Самой распространенной формой ценообразования на основе себестоимости является ценообразование по принципу «затраты плюс».

При использовании принципа «затраты плюс» продажная цена за единицу определяется путем прибавления к себестоимости продукции части прибыли (наценки). Общая формула цены в этом случае имеет следующий вид [1]:

$$\text{Цена} = \text{Затраты} + \text{Наценка},$$

где:

$$\text{Наценка} = \text{Процент наценки} \times \text{Затраты}.$$

Процент наценки устанавливается эмпирически, чаще всего, исходя из прогнозируемой (желаемой) нормы рентабельности.

Наценка может быть рассчитана на основе:

- переменных производственных затрат;
- производственной себестоимости;
- общей суммы переменных затрат;
- суммарных затрат.

Формула расчета процента наценки имеет следующий вид:

$$\text{Процент наценки} = \frac{\text{Бюджетная прибыль} + \text{Общие затраты, не включенные в состав базовых}}{\text{Годовой объем продукции} \times \text{Базовые затраты на единицу продукции}}.$$

Сумма наценки, как было отмечено выше, может быть определена разными методами:

- на основе переменных производственных затрат:

$$1. \text{ Процент наценки к переменным производственным затратам} =$$

$$\frac{\text{Бюджетная прибыль} + \text{Постоянные производственные затраты} + \text{Расходы периода}}{\text{Объем производства} \times \text{Переменные производственные затраты на единицу изделия}};$$

$$2. \text{ Сумма наценки} = \text{Процент наценки к переменным производственным затратам} \times \text{Переменные производственные затраты на единицу изделия} : 100;$$

- на основе производственной себестоимости продукции:

$$1. \text{ Процент наценки к производственной себестоимости} =$$

$$= \frac{\text{Бюджетная прибыль} + \text{Расходы периода}}{\text{Объем производства} \times \text{Производственная себестоимость единицы продукции}}$$

$$2. \text{ Сумма наценки} = \text{Процент наценки к производственной себестоимости} \times \text{Производственная себестоимость единицы продукции} : 100$$

- на основе суммы переменных затрат:

$$1. \text{ Процент наценки к сумме переменных затрат} =$$

$$= \frac{\text{Бюджетная прибыль} + \text{Общие постоянные затраты}}{\text{Объем производства} \times \text{Общие переменные затраты на единицу продукции}}$$

$$2. \text{ Сумма наценки} = \text{Процент наценки к сумме переменных затрат} \times \text{Общие переменные затраты на единицу продукции} : 100$$

- на основе суммарных затрат:

$$1. \text{ Процент наценки к суммарным затратам} = \frac{\text{Бюджетная прибыль}}{\text{Объем производства} \times \text{Суммарные затраты на единицу продукции}}$$

$$2. \text{ Сумма наценки} = \text{Процент наценки к суммарным затратам} \times \text{Суммарные затраты на единицу продукции} : 100$$

Используя различные основы для расчета суммы наценки, предприятие получает идентичные результаты относительно цены продукции. В связи с этим, при формировании цены предприятие может использовать любую из этих основ.

В последние годы все большее внимание привлекает процесс ценообразования по ценностному подходу.

Ценностное ценообразование — это установление цен таким образом, чтобы они обеспечивали предприятию получение большей прибыли за счет достижения выгодного для него соотношения «ценность/затраты».

В отличие от ценообразования по принципу «затраты плюс» метод ценностного ценообразования предусматривает расчет цены на основе маркетинговых исследований. Знание уровня данной цены позволит предприятию в целях получения прогнозируемой прибыли определить необходимый объем продаж и, соответственно, объем производства, учитывая при этом реально существующую конъюнктуру рынка. Затем путем вычитания из цены ожидаемой величины прибыли можно определить сумму максимально допустимых затрат на единицу продукции.

В случае, если планируемые затраты, рассчитанные традиционным способом, превышают максимально допустимые затраты, исчисленные с учетом конъюнктуры рынка, то специалистам предприятия необходимо изыскать пути их снижения.

При необходимости сумму затрат следует уменьшить либо за счет снижения переменных затрат, либо постоянных, не снижая при этом качества продукции. Для этого целесообразно создать рабочую группу из специалистов, которые будут осуществлять детальный функционально-стоимостной анализ по каждому конкретному продукту, изучать возможность усовершенствования технологического процесса производства, изыскать новые рынки закупки сырья и материалов по более низким ценам и т.д.

Принятию управленческих решений в производственной сфере предшествует целая система действий и мер, предпринимаемых руководителями и специалистами разного иерархического уровня и разных центров ответственности. В целях более эффективного осуществления ими своих функциональных обязанностей, мы предлагаем использовать методику управления затратами и результатами на основе соблюдения определенной последовательности этапов и процедур (рис. 2), а также применения маржинального подхода к анализу взаимосвязи «затраты — объем — прибыль», реализуемой посредством трех основных методов: уравнения, маржинального дохода и графического изображения.

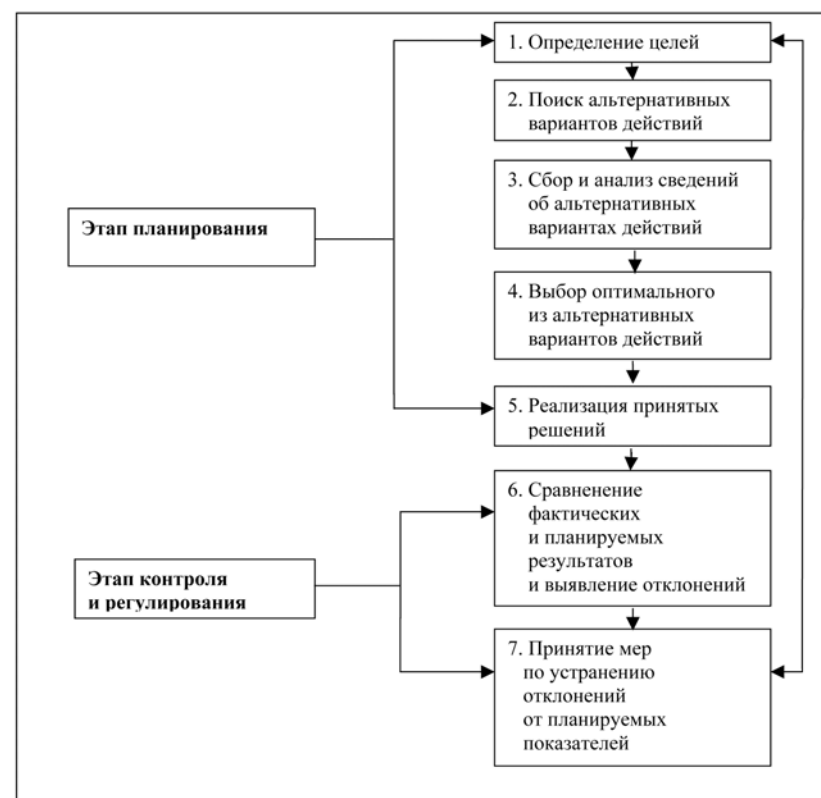


Рис. 2. Этапы и процедуры процесса принятия управленческих решений

Процесс подготовки и принятия решений необходимо начинать с определения целей и задач, стоящих перед предприятием. Для большинства экономических субъектов такой целью может быть максимизация прибыли, будущих поступлений денежных средств, расширение рынка сбыта и т.д.

Для достижения поставленных целей необходимо исследовать все возможные альтернативные варианты действий, хотя, на практике, как правило, процесс принятия решений ограничивается рассмотрением нескольких возможных вариантов.

По каждому варианту необходимо собрать соответствующие данные, рассчитать совокупные затраты, расходы и доходы, возможную экономию ресурсов и финансовый результат. После того, как необходимая информация собрана и обработана, руководитель должен принять решение о выборе конкретного варианта, в наибольшей степени обеспечивающей достижение поставленной цели.

Выбранный вариант в дальнейшем является основой для составления бюджета, то есть плана реализации различных решений, принятых менеджерами. Как правило, процесс составления бюджета направлен на определение действий и роли работников предприятия в осуществлении принятых решений.

Этапы 1–5 (рис. 2) представляют собой процесс принятия решения по планированию. Однако в процессе управления, кроме решений по планированию, принимаются также решения по контролю и регулированию действий в рамках предприятия (этапы 6–7, рис. 2).

Процесс контроля и регулирования — это сопоставление фактических и планируемых результатов для выявления отклонений и принятия мер по их устранению. Задачей этого процесса является корректирование деятельности таким образом, чтобы намеченные цели были достигнуты и планы выполнены.

Процесс принятия управленческих решений — это сравнительная оценка нескольких возможных вариантов действий и выбор такого, который обеспечивает достижение поставленной цели [2].

Особую ценность, на наш взгляд, в данной методике имеет эффект производственного рычага, с помощью которого, решая задачу максимизации темпов прироста прибыли, менеджер может достаточно быстро и эффективно провести анализ чувствительности прибыли без составления детализированного отчета о прибылях и убытках, а лишь рассматривая различные варианты увеличения или уменьшения как переменных, так и постоянных затрат.

Таким образом, анализ взаимосвязи «затраты — объем — прибыль» позволяет решать многие управленческие задачи, связанные с принятием решений о специальном заказе, установлением размера минимальной продажной цены и максимальной суммы затрат, которые может выдержать предприятие, максимизацией прибыли в условиях ограничивающего фактора путем формирования производственной программы по критерию наибольшего маржинального дохода на единицу ограничивающего фактора и др.

Другими словами, анализ взаимосвязи между затратами, объемом производства (продаж) и прибылью является мощным инструментом управления, который позволяет менеджерам достаточно оперативно и успешно принимать экономически обоснованные управленческие решения по финансовому оздоровлению предприятия на основе оптимизации соотношения затрат и результатов.

Таким образом, являясь составной частью процесса комплексного управления финансами предприятия, функционально — стоимостной анализ становится определяющим в системе управления затратами, прогнозирования основных показателей деловой активности экономических субъектов реального сектора, разработки политики ценообразования и формирования на этой основе желаемых финансовых результатов.

Применяя предложенную методику на основе информации, предоставленной системой «variable-costing» менеджер сможет определить сумму переменных затрат, непосредственно обеспечивающие выпуск конкретного изделия; изучить взаимосвязь между объемом продаж, затратами и прибылью; прогнозировать поведение затрат при изменениях объема продаж; принять решение о снятии с производства убыточного изделия; проводить эффективную политику ценообразования и т.д.

Для решения последней задачи рекомендуем комплексное применение двух подходов: затратного и ценностного, первый из которых самый надежный, так как в его основе лежит такая реальная категория, как затраты предприятия, подтвержденные соответствующими бухгалтерскими документами.

Второй метод предусматривает расчет цены на основе маркетинговых исследований. Знание уровня данной цены позволит предприятию в целях получения прогнозируемой прибыли определить необходимый объем продаж и, соответственно, объем производства, учитывая при этом реально существующую конъюнктуру рынка.

Литература

1. Голов С.Ф. Управленческий бухгалтерский учет. Киев: Скарби, 2008. 384 с.
2. К. Друри. Введение в управленческий и производственный учет. М: «Аудит» ЮНИТИ, 2006. 783 с.

В. Н. Владимиров,
аспирант Ульяновского государственного
технического университета, факультет ЭМФ

Новое в планировании ТМЦ на предприятиях по реализации автокомпонентов

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме планирования закупок товарно-материальных ценностей на предприятиях по реализации автокомпонентов. Автором предлагается один из путей ее решения. Инновационная методика планирования закупок в отрасли должна помочь руководителям более эффективно вести свой бизнес.

Ключевые слова: закупки, планирование, автокомпоненты, purchase, procurement planning, auto part.

Ситуация на рынке автомобильных запасных частей России сегодня довольно тяжелая. Многие ведущие производители автокомпонентов уже не могут похвастаться теми показателями прироста продукции, что у них были год назад. ОАО «КамАЗ» перешел на сокращенный график работы, объемы выпуска продукции ОАО «УАЗ», ОАО «ЗМЗ», ОАО «Автодеталь-Сервис» и многих других производителей так же сократились. На предприятиях дилерской сетки заводов-изготовителей также наблюдается ряд проблем. Основная из которых, это сложность в планировании закупок ТМЦ в сложившейся ситуации.

«Планирование необходимо рассматривать как важнейшую составную часть в деле управления любой экономической системой, в том числе экономикой рыночного типа, поскольку формирование рыночных отношений связано с развитием предпринимательской деятельности, стратегического менеджмента и систем планирования.

Планирование – это определение целей развития управляемого хозяйственного объекта, методов и способов его достижения, разра-

ботка программ деятельности различной степени детализации на ближайшую и будущую перспективу»¹.

Руководители многих компаний уже приходят к мысли о том, что *простой* организацией эффективной системы управления товарными запасами не обойтись. Планирование необходимо всему предприятию. Необходима современная инновационная система управления всего предприятия в целом.

В течение 2008 года на предприятии ООО «АвтоРай» была разработана и апробирована новая современная система планирования товарно-материальных ценностей. Данная система действует и сейчас. Рассмотрим ее более подробно.

А. Планирование стандартное

Описание величин

А – Объем продаж за период (По умолчанию период равен трем месяцам). Три месяца это оптимальный период, при котором ясно видна динамика продаж и погрешность при расчетах оптимально приближена к минимуму. К тому же планируя сезонность товара сразу, можно отследить увеличение или спад продаж по такой номенклатуре.

В – количество дней, когда товар присутствовал на остатке. Данный показатель показывает, какое количество дней товар находился на остатке при его продажах. Также показатель необходим для косвенной оценки спроса по номенклатуре.

С – количество нереализованного товара (недогрузки). По нереализованным товаром здесь необходимо понимать продукцию, которая запрашивалась потребителем на протяжении одного заказа (предположим, что покупателю данный товар был необходим в течении месяца в количестве 2 шт., но отгрузки в его адрес в течение месяца произошли 4 раза. Лишь в последний, четвертый раз в его адрес были направлены необходимые ему 2 единицы товара, так как в этот промежуток времени товара просто не было в наличии. Здесь необходимо считать, что нереализованный товар равен нулю, а не 4 шт., как это могло показаться на первый взгляд. Ведь потребность покупателя, на протяжении открытого заказа, была закрыта полностью).

М – среднемесячная продажа за год (по результатам прошедшего года, проставляется 1 раз в начале месяца, как и ликвидность).

¹ Волкова Д. Н. Планирование затрат на предприятии // Материалы II Международной научной студенческой конференции «Научный потенциал студенчества – будущему России». Том третий. Экономика. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2008.

R – резерв. Товар, фактически находящийся на остатке, но еще не проданный и находящийся в резерве под какого-либо покупателя.

O – остаток. Товар, фактически находящийся на остатке на складе предприятия.

G – дефицит на текущий момент. Здесь происходит анализ заказов покупателей и выводится дефицит по номенклатуре предприятия.

L – Ликвидность (ABC). Ликвидность предприятия обновляется каждый месяц по методу Парето.

S – частота спроса на товар (XYZ). Показатель похожий на ликвидность, но имеет другое назначение. Определяет частоту обращения клиента к номенклатурной позиции. Определяется по средству подсчета меток попадания в заказы покупателя.

K – коэффициент частоты спроса (для $X = 1$, для $Y = 1/2$, для $Z = 0$).

W – страховой запас.

I – подтверждено в спецификации. Товар попавший в спецификации на отгрузку клиенту, но находящийся еще на остатке фирмы.

$D1$ – количество дней расчетного периода (месяц).

F – коэффициент отклонения от среднемесячной нормы (определяется по итогам прошедшего года для каждой позиции).

D – Количество рабочих дней периода анализа.

Z – сверхнормативный остаток. Остаток товара, количество которого превышает потребность фирмы.

N – планируемый объем закупки.

E – норма нахождения товара на складе.

k – коэффициент частоты спроса, рассчитывается по таблице:

Значение частоты спроса	X	Y	Z
Значение коэффициента	1	1/2	0

l – коэффициент ликвидности, рассчитывается по таблице:

Значение ликвидности	A	B	C
Значение коэффициента	1	1/2	0

Значение произведения kl :

	A	B	C
X	1	1/2	0
Y	1/2	1/4	0
Z	0	0	0

В планировании закупок необходимо учесть максимальное количество факторов. Это сами закупки, фактор неотгруженного товара и товар находящийся в резерве, но не отгруженный на момент планирования.

1. Основная формула для расчета необходимого объема закупки:

$$N = \underbrace{\frac{A}{B} \times D1 + \frac{A}{B} \times D1 \times \frac{k \times l}{2}}_{1 \text{ модуль}} + \underbrace{C \times \frac{D-B}{D}}_{2 \text{ модуль}} - \underbrace{(O - R \times k)}_{3 \text{ модуль}}$$

Здесь:

модуль 1: $\frac{A}{B} \times D1 \times (1 + \frac{k \times l}{2})$ это необходимый объем закупки,

рассчитанный без учета резерва и недогрузов, где:

$$\frac{A}{B} \times D1 \times \frac{k \times l}{2} = W$$

модуль 2: $C \times \frac{D-B}{D}$ – недогрузки будут добавляться к необходимому

объему закупки пропорционально количеству дней, когда товар **отсутствовал** на остатке. Таким образом, если товар был на остатке весь период, но при этом попадал в недогрузки, к объему закупок он прибавляться не будет.

модуль 3: $(O - R \times k)$ от остатка отнимается резерв в зависимости от значения частоты спроса. Коэффициент k регулирует этот процесс.

2. В случае если $B \leq D1$, то есть товар был на остатке меньше месяца, то погрешность планирования будет слишком высока и рассчитывать необходимый объем закупки целесообразнее на основании данных о среднемесячных продажах с поправкой на количество товара, проданное за анализируемый период. В данном случае первый модуль заменяется на следующее выражение:

$$M + (A - M) \times k$$

В случае если $A < M$ значение $(A - M)$ считаем равным нулю.

Рассмотрим данную систему планирования ТМЦ на примерах.

Таблица 1

Наименование	Ед. изм.	XYZ опт	ABC опт	Продано	Дн. продажи	Ост.	Резерв	Нереализованный товар	Необх. объем закупки
Товар А	шт.	X (опт)	A (опт)	3	26	-	-	5	7
Товар В	шт.	X (опт)	B (опт)	184	79	17	4	-	67
Товар С	шт.	Y (опт)	B (опт)	3	58	-	-	23	7

(1)

$$\text{МОДУЛЬ 1 Товар А} = \frac{A}{B} \times D1 \times \left(1 + \frac{k \times l}{2}\right) = 3/26 \times 28 \times \left(1 + 1 \times 1/2\right) = 4$$

$$\text{МОДУЛЬ 2 Товар А} = C \times \frac{D-B}{D} = 5 \times (79 - 26) / 79 = 3$$

$$\text{МОДУЛЬ 3 Товар А} = (O - R \times k) = 0$$

N Товар А = 4 + 3 – 0 = 7 – это необходимый объем закупок для товара А на рассматриваемый период.

(2)

$$\text{МОДУЛЬ 1 Товар В} = \frac{A}{B} \times D1 \times \left(1 + \frac{k \times l}{2}\right) = 184/79 \times 28 \times \left(1 + (1 \times 1/2/2)\right) = 82$$

$$\text{МОДУЛЬ 2 Товар В} = C \times \frac{D-B}{D} = 0$$

$$\text{МОДУЛЬ 3 Товар В} = (O - R \times k) = 17 - 4 \times 1/2 = 15$$

N Товар В = 82 + 0 – 15 = 67 – это необходимый объем закупок для товара В на рассматриваемый период.

(3)

$$\text{МОДУЛЬ 1 Товар С} = \frac{A}{B} \times D1 \times \left(1 + \frac{k \times l}{2}\right) = 3/79 \times 28 \times \left(1 + (1/2 \times 1/2/2)\right) = 1$$

$$\text{МОДУЛЬ 2 Товар С} = C \times \frac{D-B}{D} = 23 \times (79 - 58) / 79 = 6$$

$$\text{МОДУЛЬ 3 Товар С} = (O - R \times k) = 0$$

N Товар С = 1 + 6 – 0 = 7 – это необходимый объем закупок для товара С на рассматриваемый период.

Планирование по заводам

Как известно весь российский автопром «завязан» на заводах. Дилерская сеть диктует свои условия. Денежные и обязательства выборки ТМЦ накладывают особую ответственность на отдел планирования. Разработанная новая система планирования закупок на заводах также прошла проверку в компании АвтоРай и действует и по сей день.

Описание величин

A – Объем продаж за период

B – количество дней, когда товар присутствовал на остатке

C – количество нереализованного товара (недогрузки)

M – среднемесячная продажа за период

R – резерв

O – остаток

G – дефицит на текущий момент

W – страховой запас

I – подтверждено в спецификации

D1 – количество дней расчетного периода (месяц)

D – Количество рабочих дней периода анализа

N – планируемый объем закупки

S – спрос планируемый

§ – количество товара, подтвержденного в спецификации по предыдущему заказу;

Основная формула для расчета необходимого объема закупки:

$$N = S + W + R - O$$

Здесь:

$$S = \frac{A}{B} \times D1 + C \times \frac{D1}{D} \quad \text{– планируемый спрос на товар;}$$

W – страховой запас. Для групп *Y* и *Z* он равен 0, для группы *X* рассчитывается следующим образом:

$$W = \text{округл} (\max (S_1 - S_{cp}; S_2 - S_{cp}; S_3 - S_{cp}); 0),$$

где $S_i = A_i + C_i$ – спрос (продажи + неотгруз) за каждый из трех полных календарных месяцев, предшествующих тому, на который делается прогноз. В данном случае анализируются именно полные календарные месяцы, в то время как в самом планировании период анализа может быть задан, например с 25 мая по 25 августа.

S_{cp} – среднее значение за эти три месяца.

Таким образом, страховой запас для группы X будет равен округленному до целого числа максимальному **неотрицательному** отклонению спроса за последние 3 месяца от среднего значения за эти три месяца.

Так же как и в рабочей формуле планирования (не по заводам) все расчетные отрицательные значения «Необходимого объема закупки» необходимо приравнять к нулю, чтобы исключить их влияние на общую сумму закупки.

Частные случаи, условия и индикаторы

1) В случае если, товар был на остатке менее месяца ($B \leq 26$) S рассчитываем следующим образом:

$$S = \text{Макс}(A; M) + C$$

2) В случае если рассчитанное $S > 2M$ или $S < 1/2M$ данную строку необходимо выделить (цветом например, или ввести в табличную часть планирования отдельное поле и в нем проставлять любой символ, допускающий впоследствии применение фильтра) для детального просмотра менеджером и выяснения причин отклонения спроса.

3) Если количество товара, подтвержденное в спецификации, S превышает прогнозируемый спрос S , то объем закупок N необходимо уменьшить на величину разности ($S - S$)

4) Если количество товара, подтвержденное в спецификации, $S = 0$, и свободный остаток товара (остаток-резерв) меньше чем $\text{макс}(S; M) * 2$, то $N = 2S + W + R - O$

Следует пояснить, что помимо основных производителей автокомпонентов существуют и смежные производители. К тому же не все предприятия могут «выйти» на дилерство. Именно поэтому необходимы обе системы планирования.

Внедрение новых разработок привело к следующим результатам.

- произошло выявление неликвидных остатков
- постепенно происходит их «вымывание»
- увеличение продаж, за счет точечного и точного планирования
- снижение сверхнормативного остатка
- как следствие повысилась оборачиваемость
- освободились денежные средства, что позволяет вкладывать их в новые разработки

В условиях кризиса новое планирование отлично проявляет себя. Точечное планирование позволяет закупать именно то, что требуется клиенту. К сожалению, уровень продаж упал, что не позволяет сейчас увеличивать закупки. Но, тем не менее, в сложных условиях планирование позволяет расходовать денежные экономно.

Литература

1. Волкова Д. Н. Планирование затрат на предприятии // Материалы II Международной научной студенческой конференции «Научный потенциал студенчества – будущему России». Том третий. Экономика. Ставрополь: СевКавГТУ, 2008.
2. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами / Пер. с англ. Орловой Ю. Изд. 2-е. Альпина бизнес букс, 2008 г.

С. М. Егоров,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Проблема финансирования гостиничных проектов

Аннотация. Поиск источников финансирования в гостиничном бизнесе — одна из основных проблем в период экономического и финансового кризиса. Каждый новый гостиничный проект уникален и не похож на другие. Инициаторам строительства решают целый комплекс задач по привлечению инвесторов, чтобы доказать им, что планирование верно и проект будет успешным. В статье даются пути решения этих проблем.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, инвестиции, финансирование, маркетинговой анализ, управление.

Мировой экономический и финансовый кризис выявил множество проблем, связанных с поиском новых современных инструментов управления девелоперскими проектами в гостиничном бизнесе. Эксперты утверждают, что гостиничный бизнес в России и мире имеет перспективы роста, и по мере выхода из кризиса и улучшения экономической ситуации в стране темпы рынка будут только расти. Однако предстоит решить немало проблем.

Одним из серьезных вопросов является финансирование проектов гостиничных комплексов.

О том, каким образом добиться максимального успеха в сфере привлечения инвестиций, говорилось на II Международном форуме «Российское гостеприимство»: «В последнее время гостиничные проекты, которые априори имеют длительную окупаемость, привлекают пристальное внимание инвестиционных институтов. Каждый новый гостиничный проект уникален и не похож на другие. Это не серийное производство. Важнейшим критерием здесь являются потребительские предпочтения покупателей, поэтому компаниям-инициаторам необходимо решать целый комплекс задач по привлечению клиен-

тов, а также доказать своим партнерам, что планирование их верно и проект будет успешным»¹.

Шаг первый: финансовый анализ. Перед привлечением инвестиций в проект необходимо оценить финансовое состояние самой компании (проекта), чтобы понять, насколько эффективно предприятие и какой способ финансирования будет наиболее приемлемым. На основе качественного финансового анализа можно понять построение компании, увидеть проблемные места компании и своевременно устранить их.

«Из полученных данных можно сделать вывод о том, насколько проект интересен не только потенциальным инвесторам, но и самим собственникам. Эти документы делаются, как правило, сотрудниками компании и отражают общую финансовую картину, — пояснил К. Петросян. — Однако хотелось бы отметить, что данный подход имеет много «подводных камней» и включает в себе определенную опасность. Примерные расчеты, выполненные самими компаниями, зачастую не имеют ничего общего с реальностью после того как проект запускают. Анализ должен учитывать массу аспектов: таких как прогноз макроэкономических показателей, предполагаемый уровень инфляции, прогноз роста цен на электроэнергию и коммунальные услуги и т. д. Для того чтобы учесть и те и другие факторы, необходимо отчетливо представлять, какова экономическая ситуация в стране и регионе, каков политический климат. При изменении каких-либо данных показатели корректируются. В итоге собственник понимает, что за собой повлекут те или иные изменения»².

Шаг второй: система финансирования. Выделить одну идеальную форму финансирования невозможно: каждая имеет свои преимущества и недостатки. Выбирая из множества именно тот способ финансирования, который оптимально подойдет для данного проекта, профессиональные консультанты оценивают множество факторов, касающихся не только самого проекта, но и компании-инициатора.

К наиболее распространенным формам финансирования относятся: проектное финансирование, залоговое кредитование, ломбардные кредиты, кредиты с применением сделки репо, долевое участие в проекте и прочее.

¹ Константин Петросян — руководитель финансово-инвестиционного отдела компании ОАО «Ардиком». Москва, 2009.

² Там же.

Шаг третий: инвестиционный меморандум. Для первичного ознакомления с проектом потенциальным инвесторам, как правило, направляется инвестиционный меморандум. Это основной документ, на основании которого инвестор принимает решение о вложении денежных средств в проект. Поскольку компетенция потенциальных инвесторов различна, меморандум должен быть подробным и понятным для любого лица. Главное, что инвестор желает почерпнуть в инвестиционном меморандуме — выгодно ли ему финансировать данное предприятие, сколько средств требуется вложить и на каких условиях.

Обычно инвестиционный меморандум пишется для конкретного инвестора. Документ предназначен только для внешнего пользования, поэтому должен содержать полное описание компании, включая все направления деятельности, дочерние фирмы. Заявка на инвестирование, которую обычно направляют в кредитные организации, является вариантом инвестиционного предложения.

Подготовка меморандума начинается с бухгалтерского анализа предприятия за последние 3–5 лет. Далее оцениваются перспективы развития в случае получения кредитов, их возврат. Должны быть указаны мероприятия, которые обеспечивают взаимодействие между внешними инвесторами и владельцами и менеджерами компании. При выборе объектов для вложения средств инвесторы щепетильно относятся к вопросам полного раскрытия финансовой информации, а также производственных, юридических и других аспектов и вопросов, в том числе связанных с охраной окружающей среды.

Шаг четвертый: разработка бизнес-плана. Бизнес-план является своего рода фундаментом и некой базой для тех выводов, которые представляются на рассмотрение потенциальному инвестору. Структура бизнес-плана гостиничного сектора может быть разнообразной, однако наиболее часто включает следующие пункты: резюме проекта, маркетинговый анализ, организационный, производственный и финансовый планы, анализ чувствительности, выводы и приложения.

«Работу над бизнес-планом ведет не один специалист, как принято считать, а целая группа совместно с инициаторами проекта, привлекая при этом различных технических специалистов и консультантов. Из данных, которые поступают от специалистов, формируется база бизнес-плана, на основе которой финансисты строят денежные потоки и рассчитывают все необходимые показатели»³.

³ Константин Петросян — руководитель финансово-инвестиционного отдела компании ОАО «Ардиком». Москва, 2009.

На основе выводов маркетингового анализа делается прогноз стоимости и объема предоставляемых услуг, то есть планируется выручка. Поэтому при реализации крупных проектов основной вопрос инвесторов — кто сделал маркетинг. Если в ответ звучит название известной компании, то отношение к данному проекту совершенно иное, чем если маркетинг сделан своими или силами малоизвестной компании. Однако это не означает, что выводы других аналитиков не принимаются банками, просто в этом случае они более тщательно проверяют информацию [1, с. 76].

Анализ чувствительности — это сравнительный анализ зависимости влияния одного изменения факторов на количественное изменение одного или нескольких показателей проекта. Полученные данные показывают, какова прочность проекта, то есть что произойдет, если не будут выполнены установленные планы реализации услуг. Высокий запас прочности говорит о хороших финансовых показателях проекта и низком уровне риска, что является плюсом при принятии решения о финансировании.

Шаг пятый: привлечение заемного капитала. Необходимо выбрать наиболее приемлемые для данного проекта источники финансирования. Одним из вариантов является банковское кредитование. В зависимости от состояния компании можно организовать среднесрочные кредиты (от 3 до 5 лет), долгосрочные кредиты (от 5 до 7 лет), определить оптимальную систему финансирования с учетом комбинирования различных источников заемного и акционерного капитала.

Еще одним источником привлечения заемных средств может быть проектное и структурное финансирование. При проектном финансировании банк практически не рассматривает текущую деятельность компании, так как средства для погашения кредита будут идти из вновь создаваемого объекта. Этот вид финансирования удобен и популярен. Структурное финансирование применяется в том случае, если источником возврата выступают те средства, которые генерируются текущим бизнесом клиента, а также средства, которые генерируются в новом проекте.

Инвестиционные фонды также могут служить источником финансирования.

Шаг шестой: построение внутреннего контроля. Внутренний контроль помогает решить поставленные задачи, используя систематический и последовательный подход к оценке и повышению рисков. Основными целями данного инструмента управления являются обеспечение надежности и полноты информации, поддержание всей ра-

боты в соответствии с проводимой политикой, обеспечение сохранности активов, экономичного и эффективного использования ресурсов, достижение подразделениями организации поставленных целей и задач. При построении системы внутреннего контроля важен выбор ключевых показателей, на основе которых ведется контроль, и построение системы мониторинга этих показателей.

Глазами инвестора. Принимая решение о финансировании проекта, инвестор тщательно изучает данную область рынка. Информация он может черпать из различных источников: собственных исследований и у известных профессиональных аналитиков, из бизнес-плана и общедоступной информации. Мнение инвестора о проекте условно складывается из нескольких составляющих. Во-первых, из экономико-социального показателя региона. Причем для гостиничного сектора важен показатель туристической активности, которая выражена в объеме пассажиропотока в различных видах транспорта и статистических данных по загруженности гостиниц. Во-вторых, это состояние и показатели рынка сбыта услуг и продукции. Кроме того, внимательно изучаются основные конкуренты, учитываются среднерыночные показатели рентабельности и административные ресурсы [2, с. 102–103].

«Однако независимо от совершенства бизнес-плана, тщательно проработанности инвестиционного меморандума и количества привлеченных консультантов инвесторы будут воздерживаться от участия, если состояние дел на предприятии недостаточно устойчиво, если отсутствует прогрессивно мыслящее руководство, если качество продукции и иных услуг не выдерживает конкуренции на рынке»⁴.

Анализ рынка Москвы (пример). Москва – развитый регион, где большой туристический поток. Город обслуживают три международных аэропорта. За последние три года пассажиропоток увеличился более чем на 30%. С 2008 года стоимость проживания в столичных гостиницах в среднем возросла на 14–21%. Основной рост пришелся на отели категории четыре звезды. В настоящее время Москва занимает первое место в Европе по темпам роста цен на проживание в гостиницах, причем цены растут динамичнее, чем номерной фонд. По средней стоимости номера Москва находится в первой тройке среди городов Европы и совсем немного уступает Лондону и Парижу.

В Москве ощущается нехватка гостиничных номеров, в особенности отелей категории три звезды. Практически все отели нового строительства позиционируются как отели бизнес-класса, а после реконструкции, как правило, отели повышают категорию до 4–5 звезд.

Согласно новой генеральной схеме размещения гостиниц до 2010 года в Москве должно появиться 353 гостиницы, что позволяет увеличить столичный гостиничный фонд на 118 тысяч мест. При этом наибольшую долю в новом предложении должны составить гостиницы среднего класса. На 2010 год прогнозы таковы: уровень доходности на номер составит более \$200, уровень загруженности гостиниц — около 68%, средняя стоимость номера — около \$350.

Из всего вышесказанного инвестор сможет сделать для себя выводы о гостиничном рынке Москвы. Во-первых, сектор экономики в столице, несмотря на кризис, динамично развивается. Для реализации гостиничных проектов необходимы значительные объемы финансирования. Кроме того, окупаемость проектов будет длительной и займет порядка 7–10 лет. В Москве востребованы 3–4-звездочные гостиницы низкого и среднего класса.

В качестве источников финансирования можно использовать иностранные банки с относительно дешевыми заемными деньгами. Однако иностранные банки достаточно тщательно относятся к рискам, поэтому они не будут вкладывать деньги в проекты, где нет профессиональных участников, и не станут давать деньги тем компаниям, у которых нет опыта в реализации данных проектов. Для более мелких проектов с участием непрофессиональных игроков необходимо финансирование банка на 3–5 лет с 20–30% собственного капитала с дальнейшим рефинансированием. То есть можно взять деньги на короткий срок в российском банке, а потом под готовый объект и под существующие денежные потоки взять более длинные деньги в каком-либо европейском банке.

Литература

1. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Управление инвестиционно-строительными проектами: международный подход: руководство. 2-е изд. М.: Финансы и статистика, 2009.
2. Максимов С.Н. Девелопмент: Развитие недвижимости — организация, управление, финансирование. СПб: Питер, 2002.

⁴ Константин Петросян — руководитель финансово-инвестиционного отдела компании ОАО «АрдиКом». Москва, 2009.

З. М. Камилова,
Ректор НОУ ВПО ИАН и МО, кандидат экономических наук

Организационные аспекты формирования интегрированной системы управления устойчивым развитием регионального туристского комплекса

Аннотация. Управление отдельными процессами, протекающими в сфере туризма в регионе, пока представляет собой во многом ситуационное управление для достижения локальных целей отдельных предприятий туризма, направленное на обеспечение реализации программ развития туризма в регионе. Вместе с тем обеспечение устойчивости и надежности развития сферы туризма в регионе требует переноса акцента с управления процессами на управление Развитием системы.

Ключевые слова: Интегрированная система управления сферой туризма в регионе, структурные подразделения регионального туристического комплекса.

Устойчивое функционирование и развитие сферы туризма невозможно без управления им со стороны структур, заинтересованных и ответственных за ее развитие. Иными словами, туризм должен планироваться государственными органами власти, а также местными администрациями и туристскими организациями на комплексной и последовательной основе.

До настоящего времени, несмотря на настойчивые поиски, практически не удалось сформулировать основные целевые функции устойчивого развития сферы туризма в регионе как целостной большой территориальной социально-экономической системы. Множественность целей, устанавливаемых на уровне управления сферой туризма в регионе, фактически представляет собой некую сумму подцелей различных элементов, ориентированных преимущественно на отражение материально-вещественных и экономических сторон деятельно-

сти, однако это не дает возможности объективно представить желаемое состояние системы как целостного образования.

Управление отдельными процессами, протекающими в сфере туризма в регионе, пока представляет собой во многом ситуационное управление для достижения локальных целей отдельных предприятий туризма, направленное на обеспечение реализации программ развития туризма в регионе. Вместе с тем обеспечение устойчивости и надежности развития сферы туризма в регионе требует переноса акцента с управления процессами на управление Развитием системы, ее существенными свойствами, структурой, структурными связями, т.е. той сферой, где закладываются генетические начала существования самой системы [1,2]. Управление системой в этом случае позволяет в значительной степени предупредить появление сложных проблем, угрожающих жизнедеятельности системы, а также создать унифицированные принципы решения проблем, воздействуя на характер и содержание проблем через изменение структуры системы. Прогностическому характеру управления способствует концепция мониторинга формирующихся проблем (например, использование принципа учета слабых сигналов).

Управление сферой туризма в регионе как большой открытой системой заключается также в поиске оптимизационных решений между централизацией (региональным уровнем) и децентрализацией (уровень туристских предприятий), что по существу определяет соотношение между организацией и самоорганизацией (как высшей формой организации) с максимально допустимой свободой выбора управленческого решения.

Новая концептуальная трактовка понятия «интегрированная система управления сферой туризма в регионе» должна обеспечивать единые организационно-методические принципы решения задач устойчивого функционирования и развития сферы туризма в регионе:

- устойчивость объекта и субъекта управления в чрезвычайных ситуациях (землетрясения, ураганы, лавины, оползни и т.п.);
- оптимальное совмещение концептуально противоречивых целей функционирования (генезис прошлого и требования реализации мероприятий настоящего) и развития (генезис в современном состоянии системы, но ориентация на будущее) в условиях ограниченности ресурсов, а также методов (механизмов) и других элементов управления;

- повышение уровня решаемости проблем и проблемных ситуаций, связанных с развитием сферы туризма в регионе, на основе их структуризации, последующей декомпозиции и интеграции процесса, позволяющих выделять из сложных проблем совокупность более простых, однородных, которые можно решить современными методами управления. При этом процесс разрешения проблем осуществляется в системе управления по принципу «от общего к частному».

При этом следует считать одним из важнейших условий обеспечения устойчивого функционирования и развития сферы туризма в регионе использование системой управления прогрессивных информационных технологий при возможности широкого и удобного доступа любого пользователя к туристской информации. Информатизация позволяет качественно изменить объект исследования и управления путем перехода от управления некоторыми среднестатистическими (усредненными) явлениями к индивидуализации объектов.

Изложенное выше позволяет сформулировать определенную последовательность управленческих действий по постановке и реализации целей развития сферы туризма как части социально-экономической системы региона (рис. 1).

Левая часть схемы структурирует процессы управления сферой туризма в регионе, а первая часть структурирует процессы управления регионом. Следует особо подчеркнуть, что между блоками левой и правой части, происходит постоянный обмен информацией, так как некоторые вопросы являются сопряженными, общими. В предлагаемой схеме на основе государственной социально-экономической политики (блок 1), устанавливаются стратегические и тактические цели и соответствующие им критерии развития туризма в регионе (блок 2) исходя из соответствующих целей социально-экономического развития региона в целом (блок 3).

В соответствии с установленными стратегическими и тактическими целями, а также соответствующими им критериями формируются научно-обоснованные нормативно-правовые базы для развития туризма (блок 4) и для развития региона в целом (блок 5). Далее необходимо осуществить комплексный анализ современного состояния и тенденции развития с целью выявления, структуризации и определения основных направлений дальнейшего развития как туризма (блок 6), так и региона в целом (блок 7). Следующим этапом является разработка целевой долгосрочной программы социально-экономического развития региона (блок 9), разработка целевой комплексной програм-

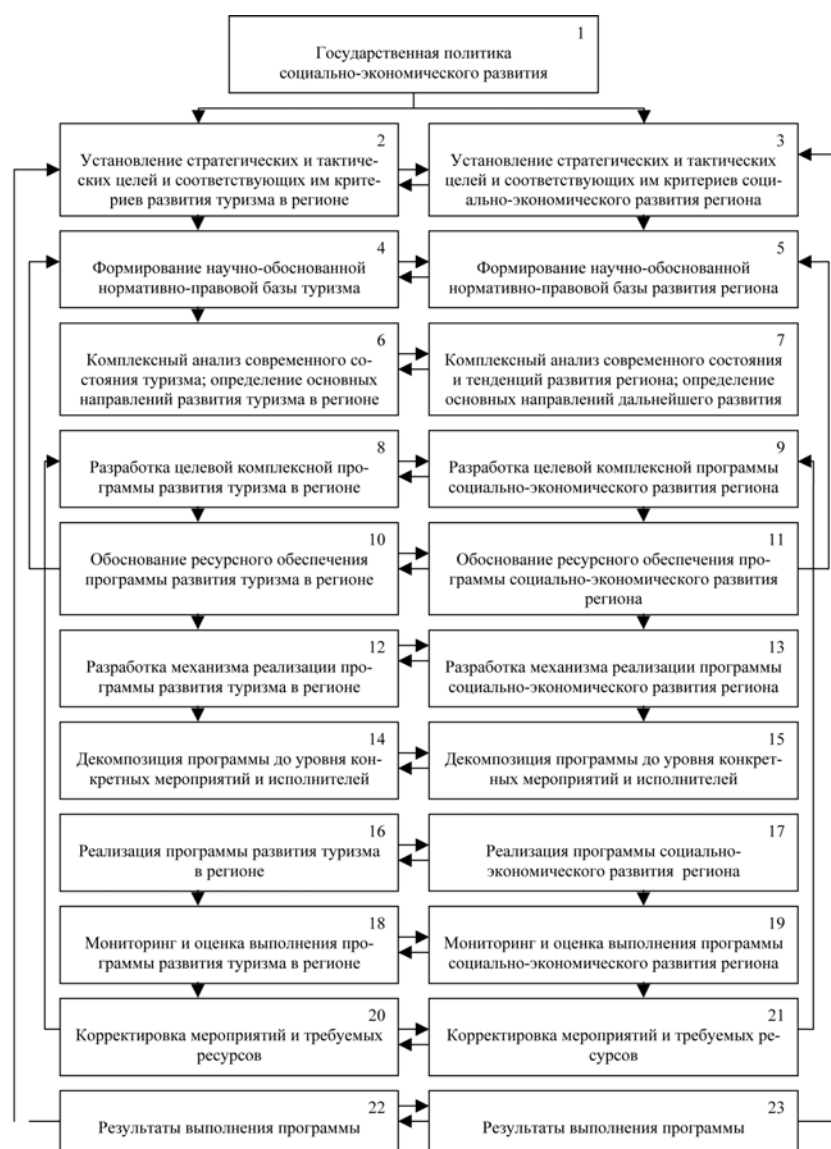


Рис. 1. Последовательность управленческих действий по постановке и реализации целей устойчивого развития сферы туризма как части социально-экономической системы региона

мы развития туризма в регионе (блок 8), должна быть согласована с программой социально-экономического развития региона (блок 9), который может ограничивать в ряде случаев развития туризма по экологическим, экономическим, социальным и другим факторам.

При выявлении недостатка ресурсов, их нерациональном использовании информация поступает в блоки 20 и 21 для корректировки мероприятий и требуемых ресурсов. Это позволит своевременно вносить изменения и дополнения в программу (блоки 8 и 9).

Затем используя научно-обоснованные нормы и нормативы (блоки 4 и 5), необходимо провести обоснование ресурсного обеспечения программы развития региона и туристской сферы (блоки 10 и 11).

Выполнение всех указанных мероприятий позволит перейти к разработке механизма реализации комплексной целевой программы развития туристской сферы и региона в целом (блоки 12 и 13).

После утверждения программы, обосновании ресурсов и разработки механизма реализации, программы декомпозируются до уровня конкретных мероприятий и исполнителей (блоки 14 и 15). Мероприятия реализуются в определенные временные интервалы. После заключения договоров с исполнителями наступает этап реализации программ (блоки 16 и 17). В блоках 18 и 19 осуществляется мониторинг выполнения программ в реальном масштабе времени. На этом этапе фиксируется ситуация, дается оценка их выполнения, выявляются причины отклонений. Информация поступает соответственно в блоки 20 и 21 для корректировки мероприятий.

Основные результаты выполнения программы (блоки 22 и 23) передаются в блоки 2 и 3 для формулирования новых или корректировки установленных стратегических и тактических целей развития региона и сферы туризма в регионе.

Таким образом, сформулированная определенная последовательность методологических требований к управлению сферой туризма является основой формирования структуры управления сферой туризма как частью социально-экономической системы региона.

На рисунке 2 приведена модель формирования интегрированной системы управления развитием сферы туризма в регионе, в основу которого положены рассмотренные выше методологические подходы.

Из предложенной модели видно, что органы государственной власти, занимающиеся в той или иной степени вопросами туризма (блок 1) осуществляют нормативно-правовое регулирование в сфере туризма с учетом национального законодательства, разрабатывают концепции развития сферы туризма в составе стратегических планов развития стра-

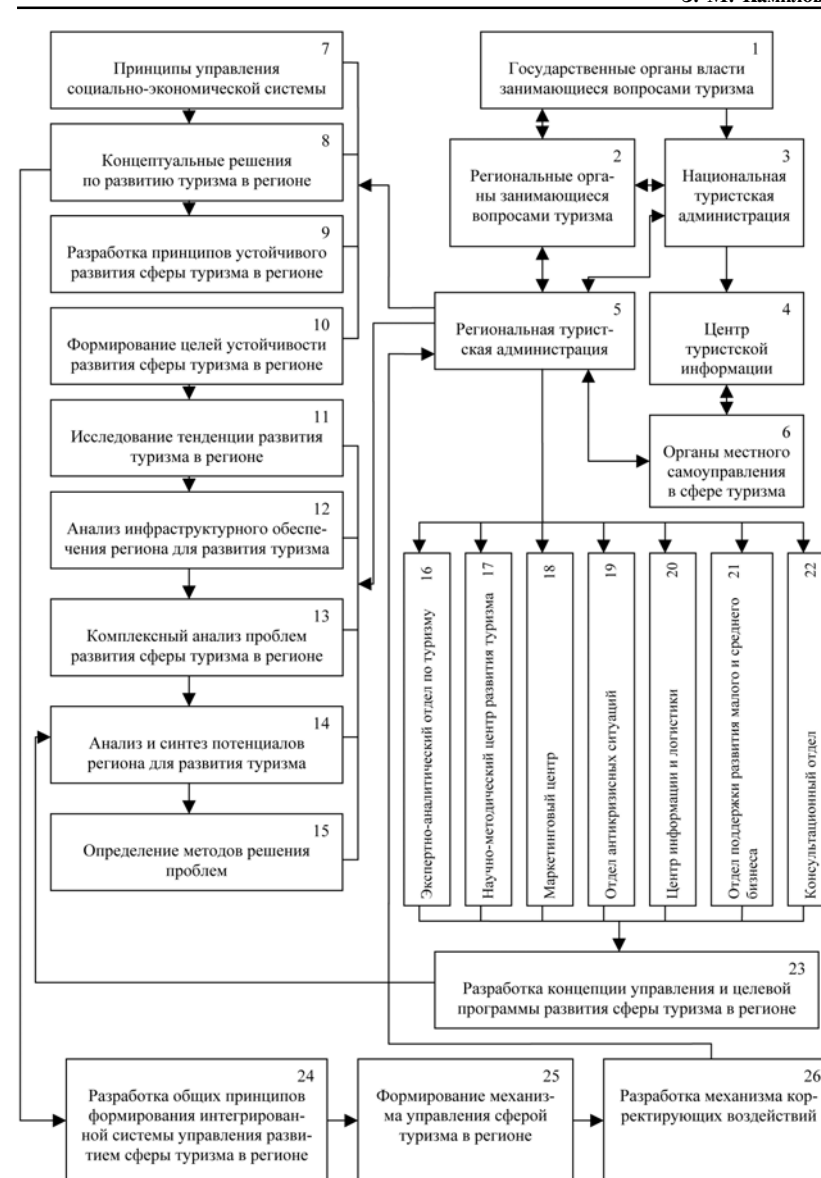


Рис. 2. Модель формирования интегрированной системы управления развитием сферы туризма в регионе

ны, устанавливая единую общегосударственную систему статистического учета и отчетности в сфере туризма; осуществляют контроль и надзор за участниками турдеятельности, изучают новые формы работы по продвижению турпродукта, формируют основы привлекательной инвестиционной политики в сфере туризма и т.д.

На республиканском уровне указанные вопросы решаются региональными органами власти (блок 2). В структуре государственных органов власти целесообразно создать национальную туристскую администрацию (НТА) (блок 3). НТА должна тесно работать с Центром туристской информации (блок 4) (ЦТИ). Задачи ЦТИ отличаются от мероприятий НТА, призванных побудить интерес туристов посетить тот или иной туристский центр. ЦТИ стремятся продвигать менее посещаемые районы дестинации с целью стимулирования увеличения регионального охвата. Оценивать общие последствия деятельности НТА, затрагивающей туристскую индустрию, значительно сложнее, чем последствия деятельности НТА, затрагивающей потребителей. НТА приходится опираться на информацию от туристской индустрии, чтобы определить, какой дополнительный бизнес они генерировали для своих туристских центров.

Деятельность НТА также тесно связана с региональными туристскими администрациями (РТА) (блок 5). Основные функции РТА: разработка методологических аспектов и организационно-методических основ управления сферой туризма в регионе с широким привлечением всех заинтересованных сторон (например, коммерческих, финансовых организаций, представительств МИД и МВД РФ, паломнических центров различных профессий, научных учреждений, средств массовой информации, общественных туристских организаций и т.д.); координация комплексного исследования проблем развития туризма в регионе, характер и актуальность которых определяется динамикой, стохастичностью и направленностью протекающих в сфере туризма процессов; на основе базовых принципов управления социально-экономическими системами (блок 7); принятие концептуальных решений по развитию туризма в регионе (блок 8); разработка принципов устойчивого развития сферы туризма в регионе (блок 9); формирование стратегических и тактических целей устойчивого развития сферы туризма в регионе (блок 10); исследование тенденции развития туризма в регионе (блок 11); анализ инфраструктурного обеспечения региона для развития туризма (блок 12); системный анализ проблем развития туризма в регионе (блок 13). Декомпозиция проблем до уровня отдельных мероприятий объективно ставит задачу

выявления, анализа и использования туристских ресурсов региона, которых можно использовать для развития сферы туризма (блок 14), после чего определяют наиболее рациональные методы решения проблем (блок 15). Обратные связи помогают оперативно реагировать на изменение ситуаций. Таким образом, происходит постоянный обмен информацией между РТА (блок 5) и региональными органами управления (блок 2), что способствует включению сферы туризма в экономику региона.

Эти функции могут быть реализованы, главным образом, за счет привлечения инвестиций и вложения средств в инфраструктуру туризма, обеспечения сочетания государственных и рыночных интересов и механизмов. Кроме того, РТА сотрудничает с органами местного самоуправления, наделенными полномочиями в сфере туризма (блок 6), которые, в свою очередь, разрабатывают проекты местных программ развития сферы туризма и представляют их на утверждение соответствующим местным органам власти, определяют источники финансирования этих программ, привлекают на договорных началах предприятия, учреждения и организации, расположенные на территории дестинации к решению проблем развития местного туризма, рациональному использованию туристских ресурсов, содействуют развитию приоритетных видов туризма на территории дестинации.

Необходимо отметить, что в основе механизма управления должны лежать определенные принципы, общие закономерности и требования, при соблюдении которых и обеспечивается эффективное устойчивое развитие сферы туризма, а именно:

- целостность, то есть необходимость рассмотрения сферы туризма как целостной социально-экономической системы;
- целевая направленность, то есть целевой стратегической ориентации сферы туризма;
- сочетание централизации и децентрализации. Здесь должны устанавливаться требования рационального разделения управленческих процедур и решений на основе обоснованного делегирования полномочий и ответственности;
- научная обоснованность и оптимизация, которая формулирует необходимость использования научного подхода, широкой гаммы методов и инструментов для обоснования управленческих решений в туризме.

Есть основания полагать, что аргументация цели устойчивого функционирования и развития сферы туризма в регионе, будет тем точнее и достовернее, чем больше факторов будут схожи с рассматри-

ваемыми регионами (базы сравнения), где туристская индустрия уже сформирована и занимает определенное место в системе региона. К ряду таких факторов можно отнести: природно-климатические особенности, социально-экономические и культурные факторы, состояние экономики, наличие туристско-рекреационных ресурсов, которыми обладает регион, общей экономической ориентацией региона, его возможностями и т.д.

По нашему мнению, лишь регионы, сформированные на базе административно-территориального деления, имеющие организационно-завершенную систему законодательных и исполнительных органов власти и управления, могут эффективно и конструктивно влиять на развитие любой сферы хозяйства, в том числе сферы туризма. Именно региональные структуры способны обеспечить взаимодействие отраслей (например, транспорт, социальная сфера, торговля, туризм), их рынков, населения и окружающей среды, оказывать действенное влияние на конкурентоспособность региона, формировать позитивное отношение у местного населения к туризму, что является определенной гарантией гостеприимства, реализацией инновационных туристских проектов в данном регионе. На этом уровне происходит поиск общеметодологических подходов и принципов согласования интересов, направленных на получение и усиление положительного синергетического эффекта.

Иными словами, субъект управления должен стремиться к нахождению оптимальных решений не только на уровне региона, но и в полной мере учитывать и формировать взаимосвязи системы туризма с внешней средой. Весь концептуальный аппарат управления — принципы, методы и функции управления туризмом в регионе — должен в наибольшей степени соответствовать целевой направленности сферы туризма.

Переход от решения отдельных проблем к их системному определению и разрешению требует создания в РТА определенных, взаимосвязанных друг с другом структур (блоки 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22). Исследованием (анализом, выявлением, синтезом) общесистемных актуальных проблем устойчивого развития сферы туризма занимается экспертно-аналитический отдел по туризму (блок 16); поиском и формированием механизмов их разрешения, разработкой научных основ туризма и обобщением прогрессивного опыта занимается структурное подразделение РТА — научно-методический центр развития туризма в системе региональной экономики (блок 17).

Маркетинговый центр (блок 18) осуществляет профессиональное управление брендом региона как центра безопасного туризма. Применение маркетинговых элементов при разработке туристского продукта позволит значительно увеличить туристские потоки в регион, развивая тем самым въездной туризм. Основная цель маркетинга при этом — организация процесса разработки туров, которые востребованы на рынке не только сегодня, но также и на перспективу и которые по своим качественным параметрам соответствуют самым высоким требованиям, конкурентоспособны и приносят достаточную для дальнейшего развития туристского комплекса прибыль.

Для обеспечения устойчивого развития сферы туризма в регионе и построения эффективной системы управления возникает необходимость исследования методов антикризисного PR (блок 19). Применение концепции слабых сигналов в управлении дает возможность своевременно выявить начальные фазы зарождающихся проблем, в том числе тех, которые могут стать актуальными, а по сильным сигналам определить эффективность принятых управленческих решений. С этой целью определяются и изучаются изменения и тенденции в структуре и процессах внешней и внутренней среды развития сферы туризма в регионе, производится анализ и выделение слабых сигналов о факторах, способствующих или препятствующих достижению целей. Используя средства массовой информации, РТА стремится внушить потенциальным туристам и сотрудникам туристских агентств мысль о безопасности отдыха в своем регионе.

Центр информации и логистики (блок 20) выполняет важнейшую функцию аккумуляции и распространения разнообразной туристской информации. Для оценки успехов центров информации и логистики РТА должна ясно представлять себе цели их функционирования (например, получение коммерческого дохода от продажи туристских продуктов, стимулирование расширения регионального охвата туризма, предоставление консультаций туристам, работа с жалобами и т.д.), чтобы судить об их рентабельности исходя из этих целей. Элементарное обследование туристов (анкетирование и/или интервью) обычно позволяет определить степень достижения этих целей.

Важное значение для развития сферы туризма в регионах имеет поддержка среднего и малого бизнеса (блок 21). Так, например, объектом продвижения РТА в последнее время являются сельский туризм, региональные фестивали и другие культурные события.

Консультационно-справочную работу с туристами, гражданами и населением осуществляет консультационный отдел (блок 22).

Основные результаты работы структурных подразделений РТА закладываются в методологию и концепцию управления туризмом (блок 23), также в формулирование стратегических и тактических целей управления системой туризма, разработку методологических и методических основ безопасности развития туризма в регионе. Это позволяет обосновать идеологию и сделать выводы о перспективности развития сферы туризма в регионе, уточнить цели (блок 10) и внести коррективы в структуру потенциалов (блок 14). Исключительно важной задачей является разработка новых методов повышения эффективности управления на основе реализации инновационно-инвестиционных стратегий развития сферы туризма в регионе, обеспечивающих расширенное воспроизводство. Поэтому работу РТА можно рассматривать как фактор повышения эффективности управления, способствующий экономии ресурсов и прогрессу во всех сферах жизнедеятельности региона, представленных системой потенциалов.

После того, как определены цели, методы решения проблем, выявлены туристские ресурсы, разработаны общие принципы интегрированной системы управления туризмом в регионе (блок 24), разработана концепция управления и целевая программа развития туризма в регионе (блок 23), разрабатывается организационная структура управления туризмом (блоки 16-22). Главным свойством такой структуры, как показывают исследования, станет постоянное приспособление к динамичной изменяющейся внешней среде.

Выполненные на предыдущих уровнях операции позволяют перейти, к формированию механизма управления сферой туризма в регионе (блок 25), который объединяет все элементы управления сферой туризма в регионе в единую систему.

Итоги работы блока 25 позволяют приступить к реализации мероприятий и производить информационное обеспечение и аналитическую обработку информации о продвижении регионального турпродукта. При выявлении недостатка ресурсов или их не рациональном использовании информация поступает в блок 27 для корректировки мероприятий. При этом включается механизм корректирующих воздействий через РТА (блок 5).

Таким образом, разработанная модель формирования интегрированной системы управления сферой туризма в регионе позволит обеспечить устойчивое ее развитие на основе согласования стратеги-

ческих интересов всех участников управленческих отношений и процессов, адекватно отражать требования мировой туристской политики, ориентироваться на решение государственных и региональных социально-экономических и культурных задач с помощью туризма.

Литература

1. Стоек Т. Экологические ценности в системе общественных ценностей // Экология, хозяйство, окружающая среда: Сборник. М.: Прогресс, 1990.
2. Стрижков С.Н. Методологические проблемы совершенствования управления инновационной и инвестиционной деятельностью строительных предприятий нефтегазового комплекса. Авт. дисс. докт. экон. наук. СПб: СПб ГИЭУ, 2004.
3. Евсеенко А.В., Зверев В.С., Унтура Г.А. Интеграционные процессы в экономике региона. Новосибирск: ИЭИОПП СОРАН, 1996.
4. Камилова З.М. Формирование эффективного механизма управления предприятиями туристской индустрии. Махачкала: ГУП «ДНЦ РАН», 2006.
5. Камилова З.М., Бескаев Ю.Ю. Формирование механизма управления развитием регионального туристско-рекреационного комплекса. Махачкала: ГУП «ДНЦ РАН», 2006.

В. Д. Квасова,
Руководитель департамента экономического развития
национального агентства стратегических проектов

Современное положение внутреннего банковского контроля

Аннотация. Проблема банковской деятельности и контроля внутри банковских операций приобретает особое значение в связи с мировым банковским кризисом 2008 года. Многие мировые, а также российские банки обратили внимание на проблему внутреннего контроля. В данной статье было выявлено понятие банковского внутреннего контроля по положениям Базельского комитета и Положениям Центробанка, проанализировано современное положение банковской сферы и контроля в России, а также рассмотрены основные принципы функционирования внутреннего банковского контроля.

Ключевые слова: банк, внутренний контроль, принципы внутреннего контроля, Базельский комитет, кризис.

На сегодняшний день, положение в сфере банковского внутреннего контроля нельзя назвать эффективным. Не сформированы ни основные теоретические положения функционирования данной службы, ни практические навыки.

Объём проделанной работы за последние два-три года — значительный, а надзорные государственные органы до сих пор не располагают чётко сформулированной концепцией внутреннего банковского контроля. Изданные нормативные акты носят фрагментарный характер и далеко не в полной мере учитывают ситуацию, которая сложилась на финансовых рынках и в банковском секторе России.

Кроме того, ряд положений нормативных актов в данной области не соответствует как внутренним реалиям отечественной экономики, так и передовому международному опыту организации внутреннего контроля в коммерческом банке.

Принятая 16 декабря 2003 года новая версия Положения о внутреннем контроле № 242-П страдает теми же недостатками, что и предыдущая. Указанное Положение даёт крайне мало информации, полезной и пригодной для практической организации системы внутреннего контроля в банковском секторе России, оно содержит большое количество противоречий, неясностей и неточностей и практически ни на шаг не приблизилось к мировым стандартам.

Противники внедрения и использования международного опыта утверждают, что рекомендации Базельского комитета по банковскому надзору по вопросам организации внутреннего контроля носят общий характер, а соответствующие документы не учитывают особенностей деятельности банков в нашей стране.

Ещё более парадоксально звучит утверждение о том, что рекомендации Базельского комитета не рассчитаны на отражение специфики характерных для российской экономики финансовых рисков и не учитывают фрагментарность, неполноту и противоречивость российского законодательства.

В развитых странах банковская система формировалась десятилетиями, и только после того, как крупные банковские системы потерпели крах, началось создание системы регулирования и контроля, которая постоянно совершенствуется. У России в настоящее время есть уникальный шанс, воспользовавшись международным опытом и разработками в области надзора и контроля, не повторить ошибок западных банковских систем.

Для того чтобы не быть голословными, проанализируем и сравним рекомендации Базельского комитета по банковскому надзору и информацию, содержащуюся в Положении ЦБ РФ от 16 декабря 2003 г. № 242-П. [4, 15] Принципы внутреннего контроля сгруппированы в шесть основных разделов, для наглядности мы привели их в форме таблицы (см. табл. 1).

Базельский комитет по банковскому надзору под внутренним контролем понимает процесс, который осуществляется через представителей совета директоров, а также должностными лицами, занимающими высокое положение на карьерной лестнице, а также сотрудниками кредитных организаций. Под данной формулировкой прежде всего подразумевается, что данный процесс осуществляется постоянно, а не время от времени или по необходимости. Совет директоров и старшие должностные лица несут ответственность за формирование соответствующих традиций в целях содействия выполнению мер внутреннего контроля, а также за мониторинг его эффективности на не-

прерывной основе. Однако в этом процессе должен участвовать каждый сотрудник кредитной организации.

Система внутреннего контроля в коммерческом банке (не в российском её понимании) является единственной формой контроля, позволяющей добиться сплошной проверки операций банка. Иные формы внутреннего контроля, например внутренний аудит, а также внешний контроль (надзор) дают возможность осуществлять лишь выборочную проверку операций банка.

Российским коммерческим банкам необходимо чётко уяснить, что система внутреннего контроля — это комплекс мер и мероприятий кредитной организации, реализуемых работниками на каждом уровне банка с помощью информационного обеспечения и направленных на принятие эффективных управленческих решений и адекватную оценку банковских рисков с целью минимизации потерь, возникающих в процессе банковской деятельности. Только при таком подходе к внутреннему контролю можно добиться эффективного функционирования всей банковской системы России в целом.

Таблица 1

Краткое описание принципов внутреннего контроля

№ п/п	Раздел принципов внутреннего контроля	Суть принципов
1	Раздел 1. Административный надзор и традиции контроля	<p>Принцип 1. Совет директоров несёт ответственность за:</p> <ul style="list-style-type: none"> - утверждение и периодический пересмотр общей стратегии операционной деятельности и наиболее важных направлений в политике банка; - изучение основных рисков, с которыми сталкивается банк, установление приемлемых уровней по этим рискам и обеспечение принятия старшими должностными лицами мер, необходимых для того, чтобы идентифицировать, измерять, отслеживать и контролировать эти риски; - утверждение организационной структуры, а также обеспечение мониторинга эффективности системы внутреннего контроля со стороны старших должностных лиц; - создание и функционирование надлежащей и эффективной системы мер внутреннего контроля.

		<p>Принцип 2. Старшие должностные лица несут ответственность за:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществление стратегии и политики, утверждённых советом директоров; - разработку методов идентификации, измерения, мониторинга и контроля рисков, принимаемых на себя банком; - поддержание организационной структуры, обеспечивающей чёткое разграничение ответственности, полномочий и установление отношений подотчётности в целях эффективного выполнения делегируемых обязанностей; - определение надлежащей политики внутреннего контроля, а также мониторинг достаточности и эффективности системы внутреннего контроля. <p>Принцип 3. Совет директоров и старшие должностные лица несут ответственность за содействие формированию высоких этических стандартов добросовестного выполнения обязанностей и установления таких традиций в рамках организации, которые подчёркивают и демонстрируют сотрудникам всех уровней важность мер внутреннего контроля. Всем сотрудникам кредитной организации необходимо понимать свою роль в процессе осуществления внутреннего контроля и участвовать в этом процессе.</p>
2	Раздел 2. Выявление и оценка риска	<p>Принцип 4. Эффективная система внутреннего контроля предполагает необходимость выявлять и оценивать на постоянной основе те имущественные риски, которые могут негативно отразиться на достижении банками поставленных целей. Такая оценка должна охватывать все риски, с которыми сталкивается банк и его учреждения в целом (т. е. кредитный риск, страновой риск и риск перевода средств, рыночный риск, процентный риск, риск потери ликвидности, операционный риск, правовой риск и риск потери репутации банка). При этом может возникать необходимость в пересмотре мер внутреннего контроля, с тем чтобы учитывать должным образом любые новые или ранее не контролировавшиеся риски.</p>

3	Раздел 3. Деятельность по осуществлению контроля и разграничение обязанностей	<p>Принцип 5. Деятельность по осуществлению контроля должна быть составной частью повседневной деятельности банка. Для эффективной системы внутреннего контроля требуется установление надлежащей структуры контроля в сочетании с определением соответствующих мер на каждом уровне операционной деятельности. Эти меры включают: проведение обзоров на высшем уровне; осуществление необходимых мер контроля за деятельностью отделов и подразделений; контроль за сохранностью материальных активов; проверку соблюдения лимитов подверженности рискам и последующий контроль в случае их несоблюдения; систему разграничения полномочий и принятия решений, а также сверку и согласование.</p> <p>Принцип 6. Для эффективной системы внутреннего контроля требуется надлежащее разделение обязанностей и обеспечение того, чтобы на сотрудников не возлагалась ответственность, сопряжённая с конфликтами интересов. Сферы потенциальных конфликтов интересов необходимо идентифицировать, сводить к минимуму и подвергать тщательному непредвзятому мониторингу.</p>
4	Раздел 4. Информация и связь	<p>Принцип 7. Для эффективной системы внутреннего контроля требуются всесторонние данные по внутренней финансовой отчётности, операционной деятельности и соблюдению установленных требований, а также внешняя информация рыночного характера о событиях и условиях, имеющих значение для принятия решений. Информация должна быть достоверной, своевременной, доступной и поступать в совместимом формате</p> <p>Принцип 8. Для достижения эффективности системы внутреннего контроля необходимо обеспечить рациональное размещение надёжных информационных систем, охватывающих все значительные виды деятельности банка. Эти системы, включая те, при помощи которых хранятся и используются данные в электронной форме, должны удовлетворять требовани-</p>

		<p>ям безопасности, подвергаться беспристрастному мониторингу, в их функционировании должны предусматриваться адекватные меры на случай возникновения непредвиденных обстоятельств</p> <p>Принцип 9. Для эффективной системы внутреннего контроля требуются каналы связи, позволяющие добиваться того, чтобы все сотрудники полностью понимали и поддерживали проводимые мероприятия и используемые при этом процедуры, затрагивающие их служебные обязанности и ответственность, и чтобы прочие виды необходимой информации доводились до сведения тех, кого они касаются.</p>
5	Раздел 5. Деятельность по осуществлению мониторинга и устранение недостатков	<p>Принцип 10. За общей эффективностью принимаемых банком мер по осуществлению внутреннего контроля необходимо следить непрерывно. Мониторинг ключевых рисков должен быть частью повседневной деятельности банка, а также предметом периодических оценок, выполняемых операционными службами и подразделениями внутреннего аудита.</p> <p>Принцип 11. В отношении системы внутреннего контроля необходимо обеспечить эффективный и всесторонний внутренний аудит, проводимый независимыми в операционном отношении, должным образом подготовленными и компетентными сотрудниками. Служба внутреннего аудита как часть мониторинга системы внутреннего контроля представляет отчёты и передаёт сообщения непосредственно совету директоров или его аудиторскому комитету и старшим должностным лицам в управлении.</p> <p>Принцип 12. О недостатках внутреннего контроля, выявленных сотрудниками операционных служб, внутреннего аудита или других органов контроля, необходимо своевременно сообщать должностным лицам соответствующего уровня управления, а по выявленным недостаткам — безотлагательно принимать меры. О недостатках материально-технического обеспечения службы внутреннего контроля</p>

		следует сообщать старшим должностным лицам и совету директоров.
6	Раздел 6. Оценка системы внутреннего контроля органами надзора	Принцип 13. Органы надзора должны требовать, чтобы все банки независимо от размеров их капитала поддерживали эффективную систему мер по осуществлению внутреннего контроля в соответствии с характером, сложностью и степенью рисков, присущих банковской деятельности, отражаемой на балансовых и внебалансовых счетах, а также с учётом изменений в банковской среде и условиях функционирования банков. В случаях, когда органы надзора приходят к заключению, что система внутреннего контроля в том или ином банке не является достаточной или эффективной, если принять во внимание конкретный диапазон рисков, они должны предпринять надлежащие меры. [7,3]

Становление рыночной экономики, появление новых форм собственности и связанных с ними коммерческих структур, зарождение и бурное развитие денежного, фондового и валютного рынков, постоянно усиливающаяся конкуренция в течение последних лет, снижение финансовой устойчивости традиционных клиентов коренным образом изменили среду функционирования коммерческих банков. Наиболее характерной ее чертой стала неопределенность, неоднозначность ситуаций, требующих принятия банком решений степени допустимости риска и защите от него.

Изменились и сами банки: расширился и стал более рисковым спектр предлагаемых ими услуг, усложнилась их внутренняя структура, появились аналитические подразделения. Однако, несмотря на произошедшие перемены, в большинстве банков слабо разработаны системы внутреннего контроля.

Применяя эти принципы, любое кредитное учреждение должно при этом ориентироваться на нормативных документы, действующие внутри этого учреждения, а также основными правилами банковской этики. Именно это, по моему мнению, поможет достигнуть благоприятной ситуации в отношении банковского контроля.

Также хочется отметить, что не весь международный опыт возможно применять на российской почве, необходимо формировать свой, индивидуальный, но до этого момента еще к сожалению, очень далеко.

Литература

1. Федеральный закон РФ «О банках и банковской деятельности» от 3 февраля 1996 г. № 17–ФЗ (с изменениями и дополнениями).
2. Федеральный закон РФ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10 июля 2002 г. № 86–ФЗ (с изменениями и дополнениями).
3. Альгин А.П. Риск и его роль в общественной жизни. М.: Мысль, 2002.
4. Банки и банковские операции: Учебник для вузов / Под ред. Жукова Е.Ф. М., 2008.
5. Батракова Л.Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка. М., 2003.
6. Березина М.П. Система расчетов и Центральный банк // Банковское дело. 2003. № 1.
7. Букато В.И., Львов Ю.И. Банки и банковские операции в России. М., 2002.
8. Василешен Э. Центробанк и коммерческие банки в новой кредитной системе // Российский экономический журнал. 2003. № 12.
9. Горчаков А.А., Половников В.А. Тенденции развития кредитного рынка России // Банковское дело. 2004. № 3.
10. Егоров А.Е. Проблемы деятельности коммерческих банков на современном этапе развития экономики // Деньги и кредит. 2003. № 6.
11. Петров И. Банковский менеджмент: связь с кредитной политикой // Банковские технологии. 2002. № 6
12. Ходжаева И.В. Оценка кредитоспособности физических лиц с использованием деревьев решений // Банковское дело. 2005. № 3.
13. Хохлов Н.В. Управление риском. М.: Феникс, 2005.

Ю. В. Сорочан,
директор ЧФ РАП, к.и.н.

С. Г. Камшилов,
зав. кафедрой экономики и менеджмента ЧФ РАП,
к.т.н., доцент

Становление и развитие системы менеджмента качества образовательных услуг в Челябинском филиале Российской Академии предпринимательства

Аннотация. В настоящее время в Российской Федерации одним из приоритетов государственной политики является повышение качества образовательных услуг. В рамках указанного направления статья созвучна задачам модернизации и повышения эффективности учебного процесса с учётом усилившейся тенденции к сертификации систем менеджмента качества (СМК) в образовании.

Ключевые слова: система менеджмента качества, методика расчёта комплексного показателя качества, процессный, системный подход, обратная связь, оценка и анализ результатов.

Ведение образовательного процесса в современных условиях требует постоянного совершенствования преподавательской деятельности, разработки и внедрения интересных (для потребителя) образовательных методик, а также мониторинга и контроля результатов такой деятельности. «На выходе» выпускник должен обладать совокупным набором знаний, умений, навыков, которые позволили бы ему максимально быстро адаптироваться в организации, характеризующейся собственной корпоративной культурой. Такая задача может быть решена филиалом ВУЗа на основе поэтапного внедрения системы менеджмента качества (СМК) образовательных услуг (ОУ). Целью развёртывания СМК является повышение профессионализма выпускников филиала и обретение ими уверенности в собственных силах.

СМК образовательных услуг может строиться на основе следующих известных моделей [1]:

- модель управления, основанная на оценочном методе (SWOT-анализ), предполагает систематическое проведение самооценки для выявления сильных и слабых сторон деятельности вуза, а также положительных и отрицательных факторов его развития. На этой основе вырабатываются и предлагаются меры для разрешения проблемных ситуаций и улучшения деятельности вуза;
- модель управления, основанная на принципах TQM (всеобщее управление качеством), также использует метод оценок, однако основана на более глубоком анализе деятельности вуза, как производителя продукции и услуг. Концепция TQM предполагает наличие у вуза четко и ясно сформулированной миссии, стратегических целей, которые выработаны в результате всесторонних исследований потребностей внешней среды в основных продуктах деятельности вуза;
- модель управления, основанная на требованиях международных стандартов качества ISO 9000:2005, предполагает установление заинтересованных сторон, выявление их требований к качеству услуг, создание системы непрерывного совершенствования деятельности. Данная модель базируется на основополагающих принципах менеджмента качества, в том числе на процессном подходе. В отличие от модели TQM здесь основным инструментарием менеджмента становится документированная система управления, ориентированная на качество.

На основе описанных моделей, а также с учетом специфики и возможностей филиала (ресурсных ограничений) наиболее целесообразным представляется использование модели, основанной на принципах TQM, где сочетаются и процессный, и системный подходы в управлении. Отметим отличительную особенность ЧФ РАП — наличие только заочной формы обучения. Это обстоятельство следует обязательно учитывать при развёртывании СМК.

Таким образом, *СМК образовательных услуг — это совокупность политики в области качества, организационной структуры, процессов, процедур и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством предоставляемых услуг.*

Для формирования полноценной СМК необходима чёткая и предметная миссия, которая сформулирована таким образом: позиционирование филиала как сервисной системы на рынке образова-

тельных услуг, обеспечивающей качественное заочное образование в экономической, управленческой сфере. Формирование у выпускников уверенности в своих силах и возможностях, способствование их карьерному росту.

На основе миссии и стратегии развития выделены принципы, которыми руководствуется коллектив в своей деятельности:

- принцип открытости руководства всех уровней (поскольку количество таких уровней в филиале должно быть минимальным);
- принцип прозрачности всех видов деятельности филиала – учебной, организационной, административной. В результате и деятельность сотрудников, и учёба студентов находятся «на виду» у всего коллектива;
- принцип постоянного совершенствования своей деятельности в соответствии с изменяющимися внутренними факторами и внешними условиями. Наиболее значимые на текущий момент факторы: насыщение рынка выпускниками управленческих, экономических и юридических специальностей; повышение требований к качеству образования у студентов-заочников; существенное количество вузов указанной направленности и их филиалов в крупных и малых городах.

Процессный подход при реализации СМК предполагает выделение основных/вспомогательных бизнес-процессов, методов их анализа, оценки, корректировки. В образовательном учреждении подобные процессы, на наш взгляд, уместнее называть функционалами. К ним следует отнести непосредственно образовательную деятельность, организационно-методическую работу, административно-хозяйственный, информационный, финансовый, маркетинговый функционалы.

Системный подход должен обеспечить сбалансированное распределение обязанностей, полномочий, степени ответственности между структурными подразделениями и привести к синергетическому эффекту. При развертывании СМК в филиале для всех структурных подразделений предстояло выделить ключевые элементы (показатели качества и задачи) в соответствии с принципами TQM. Такая работа проводилась по каждому подразделению с обсуждением возможных показателей и докладом на координационном Совете по качеству. Результатом стала схема распределения полномочий в рамках СМК, представленная на рисунке 1.

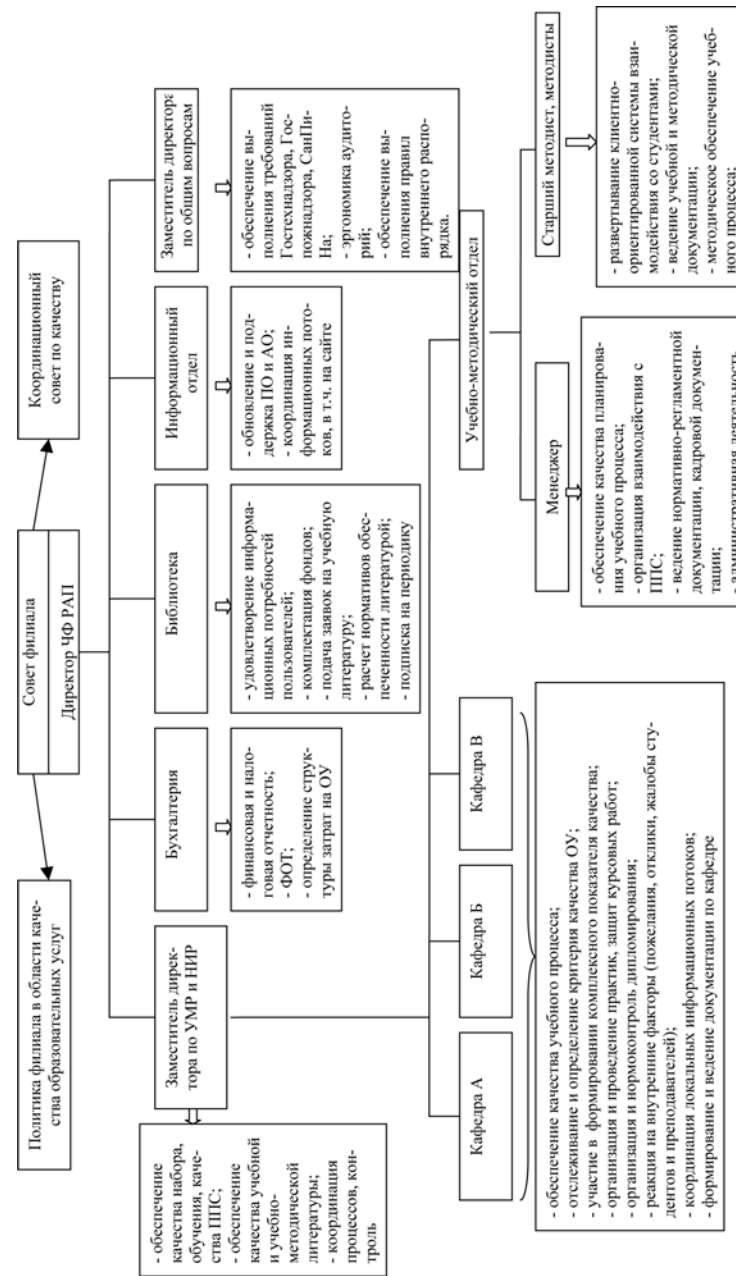


Рис. 1. Распределение полномочий и ответственности между структурными подразделениями филиала при реализации СМК

Далее следовало выделить показатели по каждому функционалу, способы их определения, ответственных исполнителей, а также показатель качества IRQ, который бы являлся обобщающей величиной. Рассмотрим структуру и критерии оценки некоторых функционалов. В частности, организационно-методическая работа содержит в себе такие составляющие как приём абитуриентов, ведение методической документации, организационное сопровождение учебного процесса, работа с выпускниками.

Образовательная деятельность – наиболее сложный и итерационный процесс, который требует внимательного рассмотрения. Для СМК реализация этого процесса предполагает использование таких показателей как качество ППС, способы стимулирования преподавательского труда, качество учебных программ и учебно-методических комплексов; качество знаний студентов-заочников; формы проведения аудиторных занятий.

Ключевой фигурой в образовательном процессе является преподаватель. Поэтому политика обеспечения качества начинается с формирования преподавательского корпуса. Возникает вопрос, как же определить качество преподавателя. Ответ на него будет определять содержание образования, качества учебных программ, методику обучения и в целом качество образовательного функционала. При этом преподаватель не только передает знания, но и формирует личность обучаемого, его мировоззрение и духовность. Поэтому качество преподавателя – понятие комплексное, включающее в себя:

- потребность и способность творчески заниматься преподавательской деятельностью;
- знания и опыт в определенной области науки и практики;
- наблюдательность – способность подмечать существенные, характерные особенности студентов;
- способность устанавливать контакты с внешней и внутренней средой;
- опыт работы в иной сфере (не образовательной);
- научно-исследовательскую активность.

Для оценки качества преподавателей в ЧФ РАП используется система на основе обработки и анализа заполняемых студентами анкет. В них студентов-заочников по завершению какого-либо курса (дисциплины) просят оценить (в баллах) способность лектора доступно и ясно излагать материал, вызвать и поддержать интерес к предмету, разъяснять сложные места, отслеживать реакцию аудитории, соблюдать логическую последовательность в изложении материала, демон-

стрировать культуру речи и чёткость дикции, объективно выставять оценки и пр.

Качество учебных программ проявляется не только в соответствии ГОС в области той или иной учебной дисциплины, но и в наличии интересных для слушателей, современных методов ведения занятий. Это предполагает разработку и внедрение в учебный процесс элективных курсов, формирование ППС электронных пособий, презентаций, проведение творческих конкурсов учебных работ, рефератов и т.д.

Административно-хозяйственная деятельность направлена, прежде всего, на поддержание и совершенствование инфраструктуры филиала, организуется заместителем директора по общим вопросам (см. рис. 1) и в значительной степени определяется состоянием материально-технической базы филиала. Для количественной и качественной оценки данного функционала предлагается учитывать такие показатели как обеспеченность учебными и служебными площадями, библиотечный фонд, наличие и количество оборудования для проведения аудиторных занятий (парты, доски, кафедры, мультимедийные устройства, компьютеры), эргономичность аудиторий.

Для обобщения результатов по всем функционалам определяется комплексный показатель качества IRQ:

$$IRQ = \sum_{i=1}^n \alpha_i Q_i - AQ,$$

где Q_i – процессный показатель качества,
 α_i – весовой коэффициент соответствующего показателя качества (вводится для придания большей значимости тому или иному процессу),

n – количество показателей качества;

AQ – показатель «антикачества».

Авторы предлагают использовать шесть показателей, охватывающих все функционалы в ЧФ РАП, а именно:

Q_1 – показатель, характеризующий качество приема абитуриентов, $\alpha_1 = 0,2$;

Q_2 – показатель, характеризующий качество обучения, является величиной переменной, изменяющейся от сессии к сессии, $\alpha_2 = 1$;

Q_3 – показатель «выхода» системы, характеризующий качество проведения государственных экзаменов, защит ВКР, трудоустройства выпускников, $\alpha_3 = 0,5$;

Q_4 – показатель качества инфраструктуры ЧФ, переменная величина, меняющаяся от сессии к сессии, $\alpha_4 = 0,3$;

Q_5 – показатель маркетинговой деятельности, определяется по результатам

приема и анализа анкет абитуриентов об источнике информации для поступления в филиал, $\alpha_5 = 0,4$;

Q_6 – показатель качества ценообразования ОУ филиала, определяется 2 раза в год (перед началом набора, летом и перед весенним семестром), $\alpha_6 = 0,4$.

Значения Q_i состоят из нескольких элементов и определяются на основе накапливаемой статистической информации, а также экспертными методами. Например, показатель учебного процесса Q_2 складывается из:

- качества ППС, определяемого по наличию учёных званий и степеней преподавателей кафедр, а также результатов анкетирования студентов по оценке деятельности преподавателей;
- качества учебных программ и УМК, определяемого полнотой и глубиной излагаемого материала;
- качества знаний студентов, определяемого на основе анализа результатов сессий по заполненным методистами стандартным формам;
- творческой активности преподавателей, предполагающей совершенствование лекционного материала, публикации научных статей, учебных пособий, разработки элективных курсов, использование средств мультимедиа.

Показатель Q_3 также относящийся к учебному функционалу включает в себя:

- средний балл по результатам государственных экзаменов;
- средний балл при защите ВКР;
- степень востребованности выпускников, в том числе карьерный рост (на основе обработки анкет работодателей);
- уровень трудоустройства по полученной в филиале специальности (на основе обработки анкет работодателей).

Особо остановимся на показателе антикачества, для определения которого по итогам каждой сессии учитываются:

- общее количество перенесенных, сорванных занятий;
- замечания студентов в устной/письменной форме, касающиеся качества обучения, проведения аудиторных занятий;
- замечания, рекомендации по обеспеченности учебной литературой и по организации работы библиотеки;

- замечания и жалобы организационного характера, в том числе по проведению практик, дипломирования, расписанию сессии.

Для упорядочения сбора данных и сроков определения Q_i разработана и используется матрица задач и ответственности (см. табл. 1 на сл. стр.).

Общее руководство и контроль по развёртыванию, становлению и развитию СМК осуществляет директор филиала. А разработку мероприятий по совершенствованию СМК, оперативное управление деятельностью осуществляет координационный совет по качеству.

Ключевым моментом при развёртывании СМК является реализация так называемой обратной связи. Именно отклики студентов, их мнения и оценки различных функционалов ЧФ РАП являются наиболее объективными. Для реализации обратной связи разработаны анкеты двух типов – открытого и закрытого (табл. 2).

Таблица 2

Форма анкеты закрытого типа

Оцениваемый элемент	Диапазон баллов	Оценка студента (пример)
Состояние аудиторного фонда: чистота аудиторий, периодичность проведения профилактических ремонтов, освещенность, рабочая температура	0...5	4,7
Эргономика помещений: наличие оборудования, удобство расположения, акустические свойства, прочие факторы	0...5	4,3
Совокупный уровень знаний по дисциплинам семестра (самостоятельная оценка студента)	0...5	4,3
Информационная полнота пособий и УМК, наличие УМК по изучаемой дисциплине	0...5	4,3
Вероятность высказывания замечаний по организации учебного процесса	минус 5...0	-1,2
Творческая активность преподавателей	0...5	4,3
Информационное сопровождение учебного процесса: наличие и возможность получения информации по интересующим вопросам до начала сессии – расписание занятий, консультаций преподавателей, оперативность получения информации в период сессии	минус 5...0	-1,6
Оптимальность планирования учебного процесса: оптимальность расписания, срывы, переносы занятий	минус 5...0	-1,3
Состояние книжного фонда и работы библиотеки	0...10	7,4

Матрица задач и ответственности для определения комплексного показателя качества

Ответственный	Наименование и сущность показателя	Диапазон оценок	Текущее значение (пример)	Дата определения
Директор филиала, обработка анкет опроса работодателей	Аудиторный фонд площадей	0...5	5	Декабрь
	Эргономика помещений	0...5	5	Каждый месяц
	Периодичность проведения текущих и профилактических ремонтов	0...5	5	август
Заместитель директора по учебно-методической работе	Трудоустройство выпускников по специальности	0...5	5	Июнь
	Качество ИПС	0...5	3.65	2 раза в год
Заведующие кафедрами, обработка анкет опроса студентов	Пожелания, замечания студентов в письменной форме	Минус 1 балл за каждое негативное замечание	-2	Каждая сессия
	«Отсев» студентов за полугодие	Минус 1 балл за 1% отчисления от общего контингента	-3.5	Январь, июль
	Качество знаний студентов	0...4	3.5	2 раза в год
	Результаты анкетирования студентов	0...6	5.1	Январь, апрель
Методист первого курса	Качество пособий и УМК	0...5	4	Декабрь
	Творческая активность преподавателей	0...5	4	2 раза в год
Методисты потоков	Информативность учебного процесса	Минус (0...5)	-1	Каждая сессия
	Результаты ГЭК	0...5	4.28	Февраль
	Результаты ГАК	0...5	4.49	Февраль
Обработка анкет опроса студентов	Средний балл на вступительном экзамене (или по ЕГЭ)	0...5	4.23	Сентябрь
	Срывы, переносы занятий	0...5	3.5	Сентябрь
Зав. библиотекой, обработка анкет студентов	Оптимальность планирования учебного процесса	Минус 2 балла за каждый срыв	-4	Каждая сессия
	Качество книжного фонда и работы библиотеки	Минус (0...5)	0	Каждая сессия
Итого	Комплексный показатель качества	0...10	9.5	декабрь, апрель
		75 (max)	55.4	Май

В открытой анкете студенты могут в свободной форме высказать свои пожелания по проведению учебного процесса, предложения организационного характера, а также – по совершенствованию системы оплаты образовательных услуг. Разумеется, анкетирование проводится в анонимной форме. Для получения объективной картины по качеству существующих функционалов необходимое количество анкет должно составлять 90...100 штук (исходя из общего количества учащихся). Кроме того, для оперативной оценки состояния элементов СМК установлен ящик для предложений, пожеланий и пр.

Результаты анкетирования используются для расчёта комплексного показателя качества, который определяется как по кафедрам, так и по филиалу в целом. Ниже представлены диаграммы, отражающие результаты опросов студентов за 2007–2008 и 2008–2009 учебные годы (рис. 2, 3).

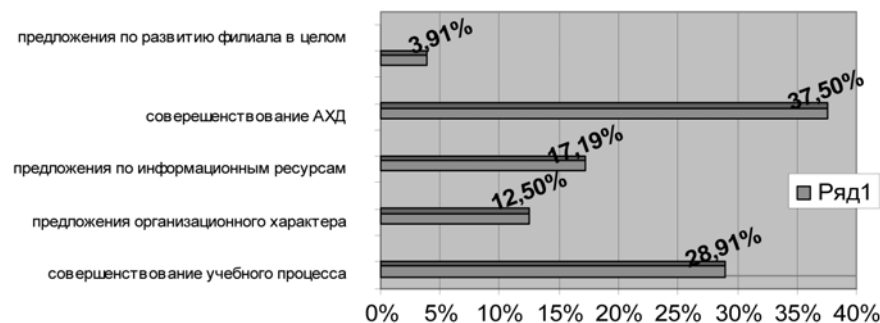


Рис. 2. Результаты опроса студентов по состоянию функционалов в 2007–2008 учебном году

Данные результаты ежегодно докладываются на Совете филиала, где принимаются решения по реализации ряда критических замечаний и пожеланий. В частности, в 2007–2009 учебных годах студенты высказывали такие пожелания как:

- осуществлять периодическое проветривание поточных аудиторий в период занятий (через каждую пару – 90 мин.);
- пересмотреть длительность обеденного перерыва в сторону увеличения (с 30 до 40 минут);
- продолжить наращивать медиатеку ЧФРАП;
- завершить разработку и запустить сайт филиала;
- увеличить количество тестовых и обучающих программ в компьютерном классе;

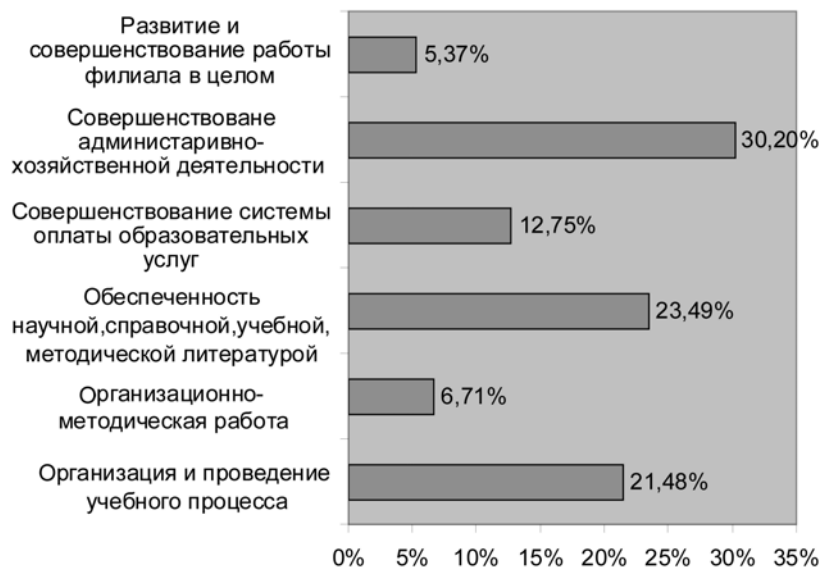


Рис. 3. Процентные соотношения замечаний и предложений студентов по функционалам (опрос 2008–2009)

- рассмотреть возможность оплаты за обучение непосредственно в филиале;
- сократить количество пар в выходные и праздничные дни;
- Заменить парты в аудиториях на более удобные;
- добавить бытовую технику в аудитории (кондиционеры, кулер с водой)

Поддержание СМК на должном уровне базируется на чёткой реализации и анализе каждого из функционалов. Рассмотрим их текущее состояние подробнее. Безусловно, основным функционалом является учебный процесс. И здесь стандартные критерии по успеваемости (отражаются в специальных формах, заполняемых в методическом отделе) дополнены следующими:

общее количество тренингов, конференций, олимпиад, проведённых в учебном году; количество публикаций студентов в сборнике ЧФ РАП и иных сборниках; количество лекций, проведённых приглашёнными специалистами-практиками.

Наряду с учебным процессом пристального внимания заслуживает и информационный. В этом плане в 2008 году введён в эксплуатацию собственный сайт ЧФ РАП, структура которого разработана с учётом

пожеланий студентов с одной стороны и с учётом структуры сайта головной организации – Российской Академии предпринимательства – с другой. При этом оперативность доведения информации до студентов-заочников возросла в разы. Кроме этого с определённой периодичностью обновляется и пополняется аппаратное и программное обеспечение. На момент написания статьи в филиале функционируют два медийных класса с использованием стационарных ПК и типа Notebook. Имеются лицензионные программы для проведения автоматизированных бизнес-тренингов, обучения продуктам фирмы «1С».

Регулярно пополняется библиотечный фонд в соответствии с плановыми значениями, определяемыми на каждый год. На текущий момент общий фонд библиотеки составляет 37358 экз., из них 5531 книга и 31827 УМК. При этом на одного студента специальности «бухгалтерский учёт» приходится 16 книг, на одного студента специальности «менеджмент организации» – 4 книги (это объясняется разным количеством студентом – 186 бухгалтеров и 607 менеджеров). Такое внимание к информационному функционалу не случайно. Поскольку специфика заочного обучения предполагает изучение большого количества материала студентами самостоятельно. Следовательно, для этого необходимо создавать комфортные условия.

При реализации административно-хозяйственного функционала обращается внимание на эргономику помещений. Каждый год в аудиториях проводится косметический ремонт. Ряд аудиторий оснащён системами громкой связи. В ЧФ РАП имеется переносной мультимедийный проектор. При подготовке сессий продумываются все моменты их организации и проведения, вплоть до места установки кулера с водой.

В условиях экономического кризиса особую значимость приобрёл финансовый функционал, основу которого составляет цена образовательных услуг. В нынешних экономических реалиях повышение цены даже на 10–15% вряд ли целесообразно. Руководство филиала реализует политику ценообразования, базируясь на так называемом «магическом треугольнике» [2]. На основе анализа спроса определяется базовая цена на образовательные услуги; эта цена сопоставляется с ценами конкурентов на аналогичные услуги и при необходимости корректируется. Параллельно на основе принятого норматива рентабельности определяется цена затратным методом. Затратная цена в процессе ценообразования выступает в качестве ограничения, т.е. при фиксированной себестоимости она является нижним порогом цены.

В филиале предусмотрена оплата по частям — за каждый семестр. В исключительных случаях (а их становится больше) директор филиала принимает персонафицированное решение по каждому заявлению. Практикуется также снижение оплаты, если по рекомендации студента ЧФ РАП поступают его знакомые, друзья и т.д.

Маркетинговый функционал наряду с различными методами формирования имиджа ЧФ РАП на рынке образовательных услуг г. Челябинска и области обязательно должен быть направлен на выявление требований, предъявляемых рыночными структурами, в особенности субъектами малых и средних форм ведения предпринимательской деятельности. О практическом проявлении эффективности и результативности системы менеджмента качества образования может свидетельствовать мнение работодателей, получающих в свое распоряжение молодых специалистов — выпускников вуза. Именно мнение руководителей предприятий и организаций, их экспертную оценку можно рассматривать как обобщающий критерий качества подготовки специалистов.

СМК образования Челябинского филиала Российской Академии предпринимательства включает в себя регулярные (ежегодные) социологические опросы «Выпускник Челябинского филиала Российской Академии предпринимательства глазами работодателя».

Полученные в 2007—2009 годах результаты опросов работающих студентов — выпускников вуза (табл. 3) позволяют сделать ряд выводов.

1. В вуз поступают работники в основном со средним уровнем деловых и профессиональных качеств (около 60 % от общего числа опрошенных).

2. По мнению опрошенных работодателей, отмечается существенное изменение в лучшую сторону уровня профессионализма, деловых качеств за годы обучения в вузе у 99% обучающихся.

3. Положительные изменения в служебном положении (карьерный рост) происходят за годы учебы у значительной части (38,7%) выпускников вуза.

4. Увеличение заработной платы отмечается у более, чем 40% от числа опрошенных выпускников вуза 2007—2009 годов.

Вместе с тем, работодатели высказывают и рекомендации по совершенствованию учебного процесса, в том числе по:

- увеличению количества часов, выделяемых на практические занятия по спец. дисциплинам;
- проведению практикумов на предприятиях с более широким привлечением руководителей и главных специалистов;

Таблица 3

Данные опросов «Выпускник Челябинского филиала Российской Академии предпринимательства глазами работодателя»

Показатель (в процентах)	Уровень	Год			В среднем за три года
		2007	2008	2009	
Оценка деловых, профессиональных качеств выпускников до поступления в вуз	Высокий	35,3	46	35	38,8
	Средний	64,7	54	62,5	60,4
	Низкий	-	-	2,5	0,8
Изменение уровня профессионализма, деловых качеств выпускников с учетом полученного образования	Изменился в лучшую сторону	98,5	100	97,5	98,7
	Не изменился	1,5	-	2,5	0,8
	Уменьшился	-	-	-	-
Изменение в служебном положении выпускников	Произошел карьерный рост	39	42	35	38,7
	Произошло понижение	-	-	-	-
	Изменений нет	61	58	65	55,7
Изменение заработной платы выпускников вуза за годы учебы	Увеличилась на 30–40 %	42,6	46	55	47,9
	Увеличилась на 50–60 %	29,4	15	20	21,5
	Увеличилась более, чем на 60–70 %	14,7	17	2,5	11,4
	Не изменилась	13,3	22	23,5	19,6
	Уменьшилась	-	-	-	-

- расширению специализаций в рамках существующих специальностей и др.

В целом, можно констатировать, что регулярная связь с работодателями, привлечение к проведению учебных занятий руководителей и главных специалистов предприятий и организаций позволяет вузу оперативно и адекватно реагировать на потребности рынка.

При становлении СМК необходимо учитывать тот факт, что потребителей меньше всего интересует список докторов наук вуза, тем более что перспективной считается методика приглашения для чтения нескольких лекций ведущих профессоров из других вузов. Качество гораздо глубже, чем совокупность показателей. Качество заключается в личностях вуза, оно проявляется в том, как поддерживаются знания, как относятся друг к другу коллеги, студенты, и в том, что филиал и его сотрудники считают самым дорогим. Качество — это атмосфера фили-

ала, его дух, это то, *что* мы делаем и *как* делаем. И здесь следует отметить практически нулевой коэффициент текучести штатных сотрудников. За 2002—2009 гг. уволилось 5 человек. Данное обстоятельство обусловлено мощной корпоративной культурой, которую можно охарактеризовать как культуру лидера, а также различными монетарными и немонетарными формами стимулирования персонала.

Дальнейшее развитие СМК в филиале должно идти с учётом современных тенденций в образовательной сфере. Так, на текущий момент, в ряде вузов РФ запущены пилотные проекты по переходу на работу в соответствии с обязательными параметрами Болонского процесса:

- трёхуровневая система (бакалавриат, магистратура, докторантура) высшего образования;
- академические кредиты ECTS;
- академическая мобильность студентов, преподавателей и административного персонала вузов;
- контроль качества высшего образования;
- создание единого европейского исследовательского пространства.

По заочной форме обучения в филиале крупного вуза возможна реализация нескольких направлений из перечисленных. В частности кредиты ECTS позволят перейти в полном объёме на так называемую «вытягивающую» систему, когда обучение строится исходя из потребностей заказчика. Для воплощения в жизнь кредитно-модульной системы по заочной форме обучения потребуются нормативные документы, равно как и методические рекомендации, на уровне Федерального агентства по образованию, которых пока не создано.

Другим направлением реформирования является переход на бакалавриат. Для студентов-заочников — это сокращение длительности обучения за счёт оптимизации аудиторной нагрузки. При этом под оптимизацией ни в коем случае не понимается уменьшение часов по специальным предметам. Наоборот, предполагается их увеличение и вариативность дисциплин исходя из потребностей рынка труда, привлечение специалистов из реального сектора экономики. Сокращение длительности может быть обеспечено за счёт соответствующего уменьшения аудиторной нагрузки по дисциплинам блока гуманитарных и естественно-научных дисциплин. На наш взгляд, и в этом направлении отсутствие достаточной нормативно-правовой базы (по заочной форме обучения) не позволяет сформировать рабочие учебные планы и развивать образовательный процесс в соответствии с требованиями времени.

В прикладном аспекте совершенствования СМК филиала следует ориентироваться на установление прочной взаимосвязи между стратегическим и оперативным контурами управления организацией. Так, для стратегического управления планируется разработать панели индикаторов (на основе действующей СМК). Далее перейти к сбалансированной системе показателей (ССП), выделив перспективы производства услуг, клиентов, кадровую, финансовую и работодателей [3]. Управление на основе СПП позволит учитывать всю комплексность процесса образовательных услуг, а также концентрироваться на самых существенных моментах. В таком случае СПП будет являться инструментом стратегического управления, а СМК — тактического и оперативного.

В заключение следует ещё раз акцентировать внимание на необходимости постоянного совершенствования деятельности. А СМК, панели индикаторов, оргструктура, корпоративная культура, сплочённая команда являются неотъемлемыми компонентами процесса самосовершенствования в Челябинском филиале Российской Академии предпринимательства. Только при таком подходе возможно выдерживать жёсткую конкуренцию на рынке образовательных услуг, проявляя постоянную готовность к решению вызовов нашего времени.

Литература

1. Приказ № 304 Федерального Агентства по образованию «О разработке и внедрении внутривузовской системы управления качеством образования в высших учебных заведениях» от 03.12.2004.
2. Полянсков Ю.В., Белый Е.М., Романова И.Б. Инновационный механизм управления государственным вузом / под ред. Ю.В. Полянскова. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004.
3. Фридаг Хервиг Р., Шмидт Вальтер. Сбалансированная система показателей: руководство по внедрению. Пер. с нем. М.: Омега-Л, 2007.

Е. Н. Орлова,
аспирант, Белгородский государственный университет

Бюджетирование в основе управления компанией

Аннотация. Бюджетное планирование организаций, как основа управления компанией. Выявление рисков и снижение их уровней. Обеспечение не только интересов собственников хозяйствующего субъекта, но и государства, партнеров по долгосрочному сотрудничеству.

Ключевые слова: бюджет, финансовый учет, планирование, координирование, контроль, капитал.

В современных условиях хозяйствования промышленные предприятия России вынуждены искать более эффективные методы контроля за результатом финансово-хозяйственной деятельности, используя весь арсенал инструментов финансового менеджмента, одним из которых является бюджетирование — краткосрочное финансовое планирование.

Необходимо отметить, что бюджетное планирование, представляющее собой процесс подготовки отдельных бюджетов по структурным или функциональным подразделениям организации, разработанных на основе утвержденных высшим руководством программ, трактуется специалистами более широко, чем процесс составления сметы. Бюджетирование рассматривается как целостная система выбора тактических целей планирования на уровне предприятия в рамках принятой стратегии, разработки планов (смет затрат и доходов) будущих операций и контроля исполнения этих планов, т. е. по сути как система внутреннего финансового управления.

Основная задача бюджетирования заключается в повышении эффективности работы предприятия на основании целевой ориентации и координации всех событий, охватывающих изменение хозяйственных средств и их источников, выявлении рисков и снижении их уровня, а также повышении гибкости в функционировании экономического

субъекта. Следует отметить, что формирование бюджета предприятия является основным инструментом краткосрочного финансового планирования, определяющим источники и направления использования денежных средств. При этом бюджет (финансовый план действий), являясь методом регулирования экономики предприятия, позволяет не только управлять финансами, но и гармонизировать отношения как внутри хозяйствующего субъекта, так и с внешней средой.

Одной из главных функций управления промышленным предприятием является планирование его деятельности с последующим контролем за реализацией принятых планов. Следует отметить, что если в условиях социалистической системы управления основой методологии планирования являлась его централизация по принципу «сверху вниз», то для рыночных отношений основным требованием эффективного управления выступает планирование согласованной работы всех подразделений предприятия в целях организации эффективного поступления и использования его активов, обеспечивающее динамичное развитие бизнеса. Существенное возрастание роли внутрифирменного планирования в условиях рыночных отношений связано с тем, что потенциальные инвесторы решаются на финансирование предприятия, только тщательно взвесив все возможные риски, и останавливаются на предполагаемом варианте производства конкурентоспособной продукции на основе поиска, оценки и отбора всех возможных альтернатив оптимального использования ограниченного количества ресурсов. Оперативное планирование работы предприятия и последующий контроль исполнения плановых заданий невозможны без формирования бюджета, как основного инструмента гибкого управления, обеспечивающего высшее руководство точной, полной и своевременной информацией о реализации мероприятий по достижению целей развития хозяйствующего субъекта. Несмотря на то, что термин «бюджет», происходящий от французского слова «bougett», означающего «кожаная сумка», первоначально употреблялся в Англии с 1870 года как название документа, заключающего в себе утвержденный парламентом план доходов и расходов государства [1], применительно к отдельному экономическому субъекту «бюджет» рассматривается как метод учета, позволяющий сравнивать фактические результаты с плановыми показателями, а также как эффективный инструмент для принятия решений, с помощью которого высшие менеджеры предприятия обеспечивают наиболее рациональное использование имущества собственников.

По определению Института дипломированных управляющих бухгалтеров по управленческому учету (США) бюджет — это «количественный план в денежном выражении, подготовленный и принятый до определенного периода, обычно показывающий планируемую величину дохода, которая должна быть достигнута, и (или) расходы, которые должны быть понижены в течение этого периода, и капитал, который необходим привлечь для достижения данной цели» [9].

По мнению Р. Энтони (R. Anthony), «бюджет представляет собой план, выраженный в количественных, обычно денежных, показателях, охватывающих заданный период времени, как правило, год» [12]. Не менее точное определение приводят английские экономисты Дж. К. Шим и Дж. Г. Сигел, объясняя термин «бюджет» как «...количественный план деятельности предприятия и выполнения программ, представляющий собой связанный набор финансовых (активы, собственный капитал, доходы и расходы и т. д.) и (или) натуральных (объем произведенной продукции и оказанных услуг и пр.) экономических показателей деятельности компании...». По их мнению, бюджет описывает «...цели компании в терминах выполнения конкретных финансовых и операционных задач...» [11] и представляет собой «...набор финансовых прогнозов или финансовых планов...» [11]. Аналогичной точки зрения придерживаются Б. Нидлз (B. Needles), С. Миллз (S. Mills) и Г. Андерсон (H. Anderson), определившие бюджет как «план действий, который прогнозирует будущие экономические операции, хозяйственную деятельность и результаты в финансовых или нефинансовых показателях» [11]. Для современного промышленного предприятия бюджетирование — это система согласованного управления отдельными его подразделениями на основе систематической обработки экономической информации в условиях динамично изменяющегося бизнеса. При этом основная задача бюджетирования заключается в повышении эффективности работы хозяйствующего субъекта на основании целевой ориентации и координации всех событий, охватывающих изменение хозяйственных средств предприятия и их источников, выявлении рисков и снижения их уровня, а также повышения гибкости в функционировании экономического субъекта. Термин «бюджет» занял прочное место в работах российских экономистов. Так, Е.С. Стоянова рассматривает бюджет предприятия как «...количественное воплощение плана, характеризующее доходы и расходы на определенный период, и капитал, который необходимо привлечь для достижения заданных планом целей...» [10], что практически совпадает с мнением практикующих американских

бухгалтеров. Аналогичное определение встречается и у профессора И.А. Бланка, который рассматривает бюджет как «...оперативный финансовый план, разрабатываемый обычно в рамках до одного года, отражающий расходы и поступления средств по отдельным направлениям хозяйственной деятельности, отдельным видам операций, отдельным инвестиционным проектам ...» [2]

Следует отметить, что российские экономисты постоянно подчеркивают, что бюджет как инструмент управления экономикой предприятия позволяет научиться не только управлять финансами, но и регулировать отношения как внутри хозяйствующего субъекта, так и с внешней средой. Согласно концепции В.Н. Самочкина, бюджет «...представляет собой выраженные в конкретных показателях цели, альтернативы достижения целей, последствия воздействия альтернатив на цели, фактические результаты реализации управленческих решений, отклонения от запланированных результатов...» [3]. По определению В.В. Ковалева бюджет — это «...детализированный план деятельности предприятия на ближайший период, который охватывает доход от продаж, производственные и финансовые расходы, движение денежных средств, формирование прибыли предприятия...» [5]. Кроме того, он выделяет ключевые различия понятий «план» и «бюджет» по трем признакам: показатели, горизонт планирования, предназначение. Так, по мнению В.В. Ковалева, для плана характерно использование любых, в том числе и не количественных, показателей и различный горизонт планирования, а при формировании бюджета применяют в основном стоимостные показатели и горизонт планирования устанавливают в пределах одного года [4]. Предназначение плана — «...формулирование целей, которые нужно достигнуть, и способов достижения», а предназначение бюджета — «...детализация способов ресурсного обеспечения выбранного варианта достижения целей» и быть средством «текущего контроля исполнения плана...» [4]. Согласны с приведенной точкой зрения А.М. Карминский [6], Н.Г. Данилочкина [7] и др. авторы, которые рассматривают бюджет как выраженный в экономических показателях результат оперативного планирования, требующий от высшего руководства конкретных действий в области управления предприятием. По их мнению бюджет — это количественное выражение плана деятельности предприятия в целом или отдельных его подразделений. Некоторые известные экономисты, например А.Д. Шермет [9], определяют бюджет как «финансовый план действий» и отмечают соответствие термина «бюджет» термину «смета», подчеркивая тем самым связь процесса

оперативного планирования как одной из функций управления с управленческим учетом.

Проводит в своих работах данную мысль и И.А. Бланк, который рассматривает широко используемый в настоящее время термин «бюджетирование» как «...процесс разработки конкретных бюджетов в соответствии с целями оперативного планирования...» [2]. По мнению В.Н. Самочкина, «...бюджетирование — это система согласованного управления подразделениями предприятия в условиях динамично изменяющегося, диверсифицированного бизнеса...» [3]. Не противоречит данным высказываниям и позиция Е.С. Стояновой, для которой «...процесс бюджетирования является составной частью финансового планирования, т. е. процесса определения будущих действий по формированию и использованию финансовых ресурсов...» [10]. Необходимо отметить, что помимо общепринятого термина «бюджетирование» у Н.Н. Тренева [8] встречается термин «бюджетинг», что, однако, не изменяет общепринятого смысла и означает составление бюджета, сметы и, в конечном итоге, равнозначно финансовому планированию. Роль и место бюджетирования в общей системе финансового планирования достаточно полно характеризуются функциями бюджета. Так, И.Т. Балабанов выделяет четыре функции бюджетирования: планирование, координирование, стимулирование и контроль [1]. А.Д. Шеремет к вышеуказанным функциям бюджета добавляет еще две: оценка эффективности работы предприятия и обучение менеджеров [9]. Е.С. Стоянова рассматривает только пять функций бюджета: планирование, коммуникация и координация, ориентация на достижение задач, контроль, повышение профессионализма [10], опуская оценку экономической эффективности принимаемых решений и стимулирование трудового коллектива.

Следует отметить, что отсутствие среди экономистов единогласия в части определения функций бюджетирования определяется тем, что, как верно подчеркивает В.Н. Самочкин, выделяя только две из них — планирование и контроль, изменение функций бюджета находится в зависимости от фазы его формирования и реализации [3].

Практический опыт составления бюджетов на промышленных предприятиях, обобщенный А.М. Карминским и др. авторами, позволяет выделить пять основных принципов бюджетирования [6].

1. Согласование целей, требующее, чтобы процесс бюджетирования начинался «снизу вверх», т. к. нижестоящие руководители лучше владеют ситуацией на рынке и со своей стороны обеспечат реализуемость бюджетных величин. Далее, после согласования бюджетных

планов с вышестоящими руководителями, обеспечивающим соответствие целям предприятия, процесс меняет направление и реализуется по схеме «сверху вниз».

2. Установление приоритета в отношении задачи координации бюджетирования, что обеспечивает использование дефицитных ресурсов в наиболее выгодном направлении.

3. Соподчиненность, предполагающая, что каждое подразделение предприятия планирует и отвечает только за те экономические показатели, на которые оно оказывает влияние.

4. Ответственность, предусматривающая передачу каждому подразделению функции контроля за исполнением своей части бюджета вместе с полномочиями осуществлять при необходимости координирующие мероприятия.

5. Постоянство целей, предполагающее, что установленные базовые величины принципиально не меняются в течение планируемого периода. К указанным принципам, по нашему мнению, целесообразно добавить еще несколько.

6. Последовательность, которая предполагает, что бюджет формируется в соответствии с учетной политикой предприятия, применяемой последовательно от одного отчетного периода к другому.

7. Соответствие финансовому (бухгалтерскому) учету, предусматривающее формирование бюджетных таблиц таким образом, чтобы прогнозные данные были идентичны сведениям, находящим отражение в бухгалтерских проводках, что позволит не только значительно облегчить процесс составления бюджета, но и достаточно оперативно осуществлять анализ его выполнения, не создавая при этом дополнительных информационных потоков.

8. Взаимосвязь различных технико-экономических показателей, присутствующих в бюджетах различных уровней, что обеспечивает согласованность и преемственность входных и выходных параметров развития предприятия, обеспечивающих принятие действенных управленческих решений, и позволяет моделировать последствия осуществления последних.

Таким образом, современное внутрифирменное планирование и управление, основанное на системе бюджетирования, представляет собой целенаправленные, последовательные, а также ограниченные определенными принципами действия, позволяющие разрабатывать сбалансированные и оптимальные планы развития предприятия, увязанные на конечные цели его существования. При этом необходимо обеспечить не только интересы собственников хозяйствующего

субъекта, но и государства, а также партнеров, заинтересованных в долгосрочном сотрудничестве с предприятием

Литература

1. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2000. 208 с.
2. Бланк И.А. Управление прибылью. К.: «Ника-Центр», 1998. 544 с. (Серия «Библиотека финансового менеджера»; вып. 2)
3. Гибкое развитие предприятия: Эффективность и бюджетирование / Самочкин В.Н., Пронин Ю.Б., Логачева Е.Н. и др. М.: Дело, 2000. 352 с.
4. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. М.: Финансы и статистика, 2000. 768 с.
5. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: ПБОЮЛ Гриженко Е.М., 2000. 424 с.
6. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях / А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько. М.: Финансы и статистика, 1998. 256 с.
7. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Ананькина Е.А., Данилочкин С.В., Данилочкин Н.Г. и др. / Под ред. Н.Г. Данилочкиной. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1999. 297 с.
8. Тренев Н.Н. Управление финансами: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 1999. 496 с.
9. Управленческий учет: Учеб. пособие / А.Д. Шеремет, И.М. Волков, С.М. Шапигузов и др. / Под ред. А.Д. Шеремета. М.: ФБК-ПРЕСС, 1999. 512 с. (Серия «Академия бухгалтера и менеджера»).
10. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Стоянова Е.С., Балабанов И.Т., Бланк И.А. и др. / Под ред. Е.С. Стояновой. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во «Перспектива», 2000. 656 с.
11. Шим Дж. К., Сигел Дж. Г. Основы коммерческого бюджетирования: пер. с англ. СПб.: Пергамент, 1998. 496 с.
12. Anthony R.N., Reece J.S. «Accounting: Text and Cases» 8th ed. Illinois: Homewood, 1989. 1030 p.

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

А. Е. Курило,
ст. научный сотрудник УРАН Института экономики КарНЦ РАН,
кандидат экономических наук, доцент, г. Петрозаводск

Региональный кластер инновационного предпринимательства

Аннотация. В статье анализируется современное состояние реализации инновационной политики в регионах посредством формирования региональных кластеров.

Ключевые слова: инновационное развитие, региональное развитие, региональный кластер, малое предпринимательство

В современных условиях социально-экономическое развитие и конкурентоспособность стран и их административных территорий в большей степени зависит от реализуемых там инноваций, отодвигая ресурсные возможности территорий на второй план. Внутренняя организация (как процесс) территории, способная быстро и четко реагировать на изменения и адаптироваться к ним, является важным условием экономического развития.

Желание территории обладать конкурентными преимуществами проявляется через стремление населения региона и степень его склонности к внедрению и использованию инноваций и модернизации деятельности. Это стремление населения формируется из двух источников: внутренней потребности или «природного любопытства» и внешнего воспитывающего воздействия, проявляющегося через потребности использования современных технологий во всех сферах деятельности. У региона существуют потенциальные возможности в достижении успеха на пути инновационного развития в случае воспроизводства благоприятных, динамичных и перспективных условий непосредственно на своей территории.

Развитие любых систем, представляющее собой направленное закономерное изменение, происходит под воздействием внешних и

внутренних факторов. Поскольку экономика региона является некоторой системой, развитие такой экономической системы происходит под воздействием основополагающих и структурообразующих факторов экономической системы [17]. Для исследования развития экономики регионов Шадриным А.И. было предложено разделить базовый и надстроечный уровни [15]. Развивая предложенный подход можно выделить факторы, удобные для моделирования регионального развития. К первому относятся экономические, экономико-географические, природно-климатические и природно-ресурсные, социальные, национально-этнические и демографические условия, предпосылки и факторы. Ко второму – федеральная политика, политика региональных властей и взаимодействие с другими регионами и странами.

При рассмотрении региональной экономической системы как некоторого социума, необходимо учитывать различные аспекты жизни этого социума. И тогда факторы, обуславливающие настоящее состояние системы можно разделить на три группы: фундаментальные (ресурсно-технологические возможности и макроэкономические характеристики системы), организационные (действующие законы и инструкции) и социетальные (ожидания и стереотипы социального взаимодействия). [12]

В теории региональной экономики развиваются и другие подходы, но все теоретические подходы опираются на достижения макро и микро экономики, институциональной экономики и других направлений современной экономической науки. Обобщая вышеизложенные классификации, можно предложить достаточно общую классификацию: на развитие региона влияют объективные (существующие вне нас и независимо от нас) и субъективные (свойственные, присутствующие только данному субъекту и формирующиеся в результате деятельности этого субъекта) факторы.

Отталкиваясь от этого подхода можно говорить о развитии региональной экономической системы, которая имеет некоторый потенциал в виде совокупности этих факторов, и, используя их, стремится повысить свою конкурентоспособность. Под конкурентоспособность региона понимается способность этого региона выступать на рынке наравне с конкурирующими субъектами для создания комфортных и привлекательных условий для населения и предпринимателей, проживающих и работающих на данной территории.

Учитывая опыт развития экономических систем можно выделить несколько факторов, определяющих конкурентоспособность региона. К ним относятся:

- 1) макроэкономические финансовые показатели региона;
- 2) наличие дешевой рабочей силы;
- 3) наличие богатых природных ресурсов;
- 4) целенаправленная экономическая политика;
- 5) различия в технологии управления.

Но в современной экономике доминирующим фактором, определяющим несомненные конкурентоспособные преимущества территории, выступает производительность – показатель, характеризующий эффективность производства товаров и услуг и использования экономических ресурсов. «В результате борьбы ... за достижения конкурентного преимущества в конкретных сегментах и отраслях создаются и улучшаются продукты, совершенствуются технологии, которые стимулируют процесс обновления национальной производительности». [13]

В модели конкурентного ромба М.Портер определяет факторы, обуславливающие формирование национальной конкурентной среды [8], которые могут быть адаптированы для региона:

1) Факторные условия. «Ключевые» (или специализированные) факторы: квалифицированные трудовые ресурсы, капитал и инфраструктура, создаются в стране, и их трудно дублировать. Это и создает конкурентные преимущества, так как их ценность в некоторой трудности «копирования». А «неключевые» (общего пользования) факторы: неквалифицированные трудовые ресурсы и сырье, могут быть приобретены и поэтому не создают конкурентные преимущества.

2) Условия спроса. Требовательность клиентов побуждает компании улучшать свою конкурентность через инновационные продукты, высокое качество и т.д.), а в итоге количественная конкурентоспособность экономических агентов территории и приводит к возрастанию конкурентоспособности самой территориальной системы.

3) Смежные и поддерживающие отрасли. Пространственная близость предприятий представляющих смежные и поддерживающие отрасли снижает асимметричность информации, облегчая обмен ею, и способствует непрерывному обмену идеями и инновациями.

4) Стратегия, структура и конкуренция фирм. Поскольку современная экономическая система смешанной экономики является динамичной, конкуренция побуждает компании увеличивать производительность и стимулировать инновации.

В этой модели правительство выполняет роль катализатора, поощряющего и побуждающего компании к повышению уровня конкурентной эффективности.

Эти факторы в модели ромба и являются составляющими успеха, или взаимосвязанными, взаимозависимыми и взаимоусиливающими элементами системы, определяющими развитие конкурентных преимуществ территории. «Два элемента, внутренняя конкуренция и территориальная концентрация, придают особую силу превращению ромба в единую систему». [13] Причем внутренняя конкуренция побуждает компании совершенствовать свою деятельность по всем ключевым позициям, а их территориальная конкуренция вызывает усиление взаимодействия этих четырех составляющих.

Принятие этой модели повышения конкурентности позволяет применить кластерный подход к развитию территории с позиций развития инновационной деятельности. Возникают предпосылки и появляются возможности формирования кластера малого инновационного предпринимательства на территории. Главной особенностью кластера выступает его ориентированность на инновационное развитие. Самым ярким примером такого развития выступает опыт США, когда в результате стимулирования и поддержки образования инновационных кластеров проявился феномен Силиконовой долины. Это свидетельствует о том, что инновационные кластеры могут формироваться на уровне региона при условии высокой концентрации взаимосвязанных отраслей.

Под кластером понимается сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных компаний и организаций, действующих в определенной сфере, и при этом они характеризуются общностью деятельности и взаимно дополняют друг друга. [13]

С позиций теории национальной, государственной и местной конкурентоспособности малые инновационные предприятия имеют шансы самоорганизации в региональный кластер инновационного предпринимательства Республики Карелия, поскольку малые инновационные предприятия в различных отраслях не конкурируют между собой напрямую, а просто обслуживают разные сегменты рынка и разные отрасли.

Региональный кластер — это экономическая агломерация фирм, работающих с синергетическим эффектом в одной или нескольких родственных отраслях хозяйства, образуя при этом между собой кооперационные и конкурентные связи. [1] В результате взаимодействия организаций, входящих в кластер, за счет возникающей региональной связи создается синергетический эффект. Кластер действует как самоорганизующаяся система. Предприятия региона, взаимодействуя друг с другом, стремятся достигнуть общую цель, выражающуюся в

развитии региона в целом как кластера. При этом все субъекты хозяйствования находятся в равных условиях при осуществлении своей деятельности — они действуют на одной территории, подчиняясь одному законодательству. Схема регионального кластера инновационного предпринимательства приведена на рисунке 1. И конкуренция в сфере инновационной деятельности, выражаясь в некоторой состязательности компаний, проявляется как движущая сила развития этой сферы, усиливая конкурентность территории через развитие отраслевых подкластеров.

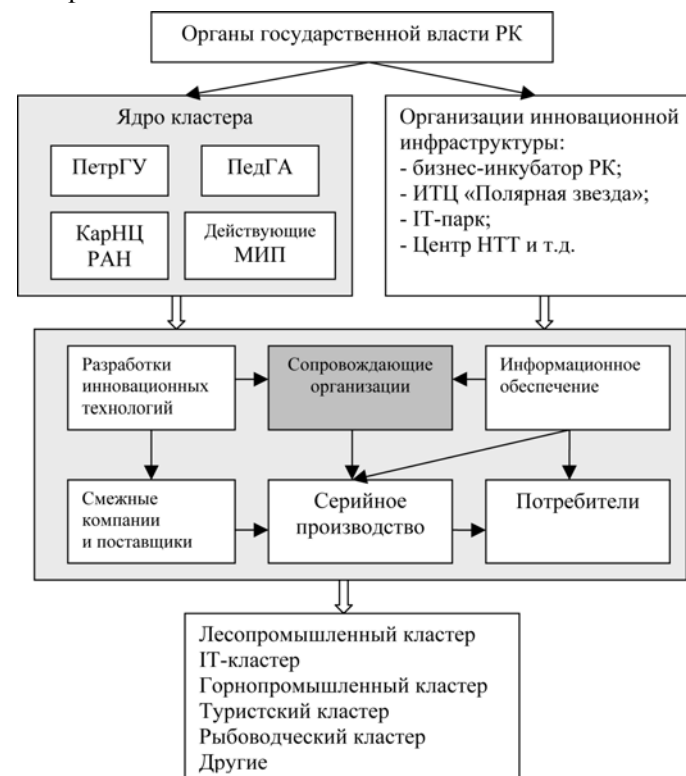


Рис. 1. Схема регионального кластера инновационного предпринимательства

Малые предприятия потенциально составят ядро и туристского кластера, но появится возможность для развития малых предприятий в лесопромышленном, горнопромышленном и других кластерах. На-

пример, в республике Карелия достаточно динамично развивается форелеводство (рис. 2), и данный вид деятельности в основном представлен малыми предприятиями. Научные разработки в Карелии по технологии выращивания форели проводились ещё в 1970-х годах учеными Северного научно-исследовательского института рыбного хозяйства, а товарное производство началось через 20 лет. Форелеводство имеет самую высокую в продовольственном секторе экономики рентабельность — до 30–50%. [3] И сегодня Карелия является российским лидером в этом виде деятельности, поскольку здесь производится около 70% всей российской форели.

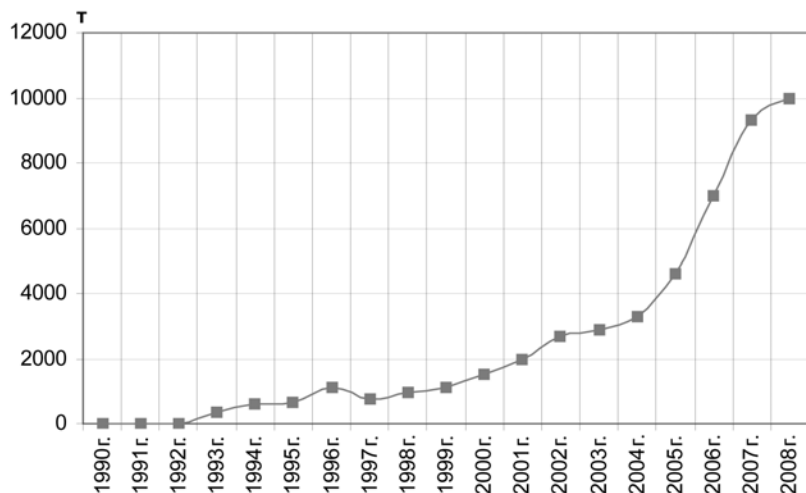


Рис. 2. Объемы производства форели, в тоннах (приведено по данным СМИ)

Создание инновационного регионального кластера в Карелии позволит сократить период времени, проходящий от научной разработки до момента товарного производства, а возможности для создания инновационного регионального кластера в республике существуют.

В 2007 году в Петрозаводске был открыт первый пусковой комплекс бизнес-инкубатора Республики Карелия. Он представляет собой современный офисный комплекс, расположенный в центре города, оборудованный коммуникационными системами и имеющий конференц-зал, учебный класс и комнату переговоров. Субъекты малого предпринимательства, осуществляя свою деятельность в бизнес-инкубаторе, в дополнение к офисному помещению получают инфор-

мационную и консультационную поддержку. При размещении в бизнес-инкубаторе приоритет имеют новые предприятия, с инновационной направленностью развития. Финансирование этого проекта осуществлялось за счет средств отраслевой целевой программы государственной поддержки малого предпринимательства в Республике Карелия на 2006–2008 годы и средств федерального бюджета. На реализацию этого проекта израсходовано 9,7 млн. рублей, в том числе из федерального бюджета — 5,2 млн. рублей. В бизнес-инкубаторе создано 60 новых рабочих мест для субъектов малого предпринимательства, начинающих свой бизнес. Выделение мест в бизнес-инкубаторе осуществляется на конкурсной основе. В 2007 году такой отбор прошли 11, а в 2008 году 14 субъектов малого предпринимательства, которые осуществляют проектно-инжиниринговую деятельность, разработку программного обеспечения и консультирование в этой области; научно-исследовательскую деятельность, направленную на использование местных природных ресурсов.

Управление бизнес-инкубатором осуществляет компания, выбранная на конкурсной основе. В ее задачи входит управление деятельностью инкубатора и оказание услуг субъектам малого предпринимательства. Информационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе в области нормативной правовой базы, предоставления бесплатной возможности для продвижения производимой продукции, услуг осуществляется Правительством Республики Карелия посредством поддержки Internet-портала для малого и среднего бизнеса республики.

Но следует учитывать, что в регионах с достаточно низким инновационным потенциалом, к которым относится Республика Карелия, инновационная инфраструктура может быть построена по схеме сопровождающего развития. Эта схема предполагает наличие инфраструктурных элементов в виде организаций, сопровождающих и курирующих инновационный проект до выхода его на уровень массового производства. Необходимо помогать предпринимателям и ученым находить друг друга, выявлять их взаимный интерес и обучать их. Только во взаимном сотрудничестве они могут решить свои проблемы, одни — получить деньги для продолжения своей деятельности, другие — возможность выйти на рынок с новой продукцией и увеличить свои доходы (или снизить расходы).

Для ускорения инновационных процессов необходимы организации, которые помогали бы новаторам и фирмам в решении их проблем, способствовали бы осуществлению инновационной деятельнос-

ти и повышению эффективности. Инновационная инфраструктура определяется как комплекс организационно-экономических институтов, непосредственно обеспечивающих условия реализации инновационных процессов хозяйствующими субъектами на основе принципов экономической эффективности, или как организации, способствующие осуществлению инновационной деятельности.

Инновационная инфраструктура способствует формированию кластерного подхода в организации взаимодействия инновационных фирм при производстве конечной продукции. В данном случае уже на стадии проектов формируются связи с развивающимися крупными или средними фирмами, которые заинтересованы в успешной реализации проекта и создании малой инновационной фирмы, или же университет (научный центр) выступает в качестве ядра кластера.

В их число входят посреднические, консалтинговые и инвестиционные фирмы, инжиниринговые фирмы и инновационные биржи, бизнес-инкубаторы, ЦТТ и инновационно-технологические центры (ИТЦ), интернет-инкубаторы и инновационные промышленные комплексы (ИПК), технопарки и технополисы, инновационные банки и венчурные фонды, некоммерческие специализированные и общественные организации, учебно-деловые центры, экономические ассоциации, центры коллективного пользования, центры сертификации, центры защиты интеллектуальной собственности, патентно-лицензионные и другие специализированные организации. Основные выполняемые функции — финансово-экономического, информационного, экспертного обеспечения, производственно-технологической, кадровой поддержки, сертификации, продвижения на рынок, координации и регулирования. Общие проблемы элементов инновационной инфраструктуры в РФ — слабы материально, берут на себя незначительную часть функций, их мало и размещены они неравномерно. [5]

Применение кластерного подхода на региональном уровне дает некоторые преимущества [14]:

1) региональные инновационные кластеры имеют в своей основе сложившуюся систему распространения новых технологий, знаний, продукции (технологическую сеть), которая опирается на совместную научную базу.

2) предприятия кластера имеют дополнительные конкурентные преимущества за счет возможности осуществлять внутреннюю специализацию и стандартизацию, минимизировать затраты на внедрение инноваций.

3) наличие в структуре кластера гибких предпринимательских структур — малых предприятий, которые позволяют формировать инновационные точки роста экономики региона.

4) региональные кластеры имеют важное значение для развития малого предпринимательства, так как способны обеспечивать малым предприятиям высокую степень специализации при обслуживании конкретной предпринимательской ниши за счет чего облегчается им доступ к капиталу промышленного предприятия, и при этом активно происходит обмен идеями и передача знаний от специалистов к предпринимателям.

Карелия является периферийным приграничным регионом, и либерализация внешнеэкономических связей позволила республике резко увеличить экспорт, но из-за устаревших технологий и оборудования карельские предприятия могут поставлять на западный рынок только сырье и экологоемкую продукцию. Колебания потребности в сырье и цен на него на европейском рынке приводит к значительным колебаниям объемов экспорта и доходов республики. Для того чтобы экспортировалась продукция более высокой степени переработки, дающая более стабильные доходы, необходимы новые технологии в деревообрабатывающей отрасли и производстве стройматериалов.

Неконкурентоспособность продукции карельских предприятий на российском рынке, транспортные расходы значительно увеличивающие стоимость карельского сырья и продукции постепенно отторгают республику от российской экономики, карельские предприятия вытесняются с российского рынка. Находит спрос лишь относительно новая для России продукция, изготовленная либо с использованием западного оборудования и технологий, либо на основе разработок российских и карельских ученых, либо уникальное сырье.

Промышленники и предприниматели Карелии, как и всей России, ощущают вызов сегодняшнего дня — необходимость насыщения новыми товарами и технологиями нашей экономики и общества в целом. «Никогда прежде мы не сталкивались с новыми технологическими решениями, не только ожидающими того момента, когда придет черед их претворения в жизнь, но и требующими совершенно новой организации их использования. Каждый промышленник и предприниматель сегодня оказались вовлеченными в новую технологическую конкуренцию. Они обязаны обеспечивать быструю замену старой техники на новую, а также и темп ускоряющейся замены». [4] В этих условиях резко возрастает регулирующая и координирующая функция республиканских органов управления в мобилизации ресур-

сов из различных источников для решения местных проблем технологического развития. [10]

Малое предпринимательство обладает повышенной инновационной активностью. Свобода поисков и поощрение инициативы, отсутствие бюрократизма в рассмотрении вопросов, готовность к риску, быстрая апробация выдвинутых оригинальных предложений – вот далеко не полный перечень отличительных черт научно-технической деятельности небольших компаний. Из-за ограниченности финансовых средств малое предпринимательство заинтересовано в ускоренной разработке новых технических проектов и технологий, которые затем в массовом порядке начинают использоваться крупными предприятиями, извлекающими из этого основную выгоду от новшеств. Именно наличие малых предприятий, специализирующихся в инновационной сфере, позволяет оперативно решать вопросы разработки и доведения до стадии промышленного образца большинства нововведений. Подсчитано, что на решение этих задач, малые фирмы затрачивают примерно в 4 раза меньше времени, чем крупные предприятия. [16]

Эти особенности инновационных предприятий и реального технического уровня производства открывают широкие перспективы для развития малых инновационных предприятий.

В республике в 1988 году действовало 12 малых предприятий в сфере науки и научного обслуживания (рис. 3). В 1998 году их количество достигло 58, а далее прослеживается снижение количества малых предприятий. К 2004 году в этой сфере работало 21 малое предприятие. Это объясняется ухудшением финансового состояния этих предприятий в результате августовского (1998 г.) кризиса и одновременным переключением крупных предприятий на экспорт ресурсов, добытых по старым технологиям.

С 2005 года все основные статистические показатели формируются по видам экономической деятельности (по ОКВЭД). В соответствии с этими данными таким видом деятельности как «научные исследования и разработки» в республике занималось около 10 предприятий.

Процесс развития малого инновационного предпринимательства в республике начался в 1998 году с кооперативов, в которые объединились не реализовавшие себя рационализаторы, изобретатели и другие творческие личности.

В 2008 году в рамках проекта «Региональный рынок инноваций» проводилось социологическое обследование предприятий. [11] В современных условиях руководители предприятий достаточно тесно связывают развитие собственного бизнеса с инновационным путем (79%



Рис. 3. Число малых предприятий, работающих в инновационной сфере (построено по данным Карелиястата)

опрошенных). Они отмечали, что фактор наличия инноваций оказывает существенное влияние на развитие их бизнеса (88% опрошенных), понимая под инновациями – новшество, улучшающее свойства продукции и приносящее прибыль, а также как постоянно развивающиеся технологии. При этом они оценивали рынок инноваций в республике, как несформированный (94% опрошенных), а мнения по поводу оценки усилий региональной власти в содействии развитию рынка инноваций разделились: 49% опрошенных не смогли оценить эти усилия, 33% – оценили положительно и 22% – отрицательно. Достаточно большое число опрошенных склонились к тому, что кадровое обеспечение является тем фактором бизнес-среды, который региональная власть должна корректировать для повышения эффективности инновационного сегмента рыночной экономики. И потенциальные возможности для этого есть – в республике сложилась система вузовской подготовки кадров, которая при включении в инновационный кластер может оказать существенное положительное влияние на этот процесс, например, через подготовку специалистов в сфере инновационного менеджмента, которые смогут найти применение в «сопровождающих организациях» (рис.1) кластера.

Достаточно серьезной проблемой на пути инновационного развития региона является то, что руководство большинства крупных предприятий не желает их реформировать и сотрудничать с малым бизнесом, используя, к примеру, опыт Восточной Германии и активных российских регионов. В Карелии отсутствуют крупные интегрированные структуры, которые могли бы быть потребителями инноваций и сотрудничать с малыми инновационными предприятиями, Петрозаводским государственным университетом, институтами Карельского научного центра РАН. В республике отсутствуют венчурные предприятия, которые играют важную роль в инновационном процессе и широко распространены за рубежом. В основе их лежит вложение средств новых партнеров в развитие инновационных предприятий, сопровождающееся появлением новых собственников бизнеса и перераспределением долей акционерного капитала. Это станет возможным в республике в период устойчивого длительного подъема экономики. Это объясняется тем, что «рисковый бизнес — это бизнес, в основе которого лежит способность предпринимателей аккумулировать финансовые средства различных источников для завершения научно-технических проектов, потенциально оцениваемых как высокоприбыльные». [7] Преимущество венчурного бизнеса — его полная самостоятельность, дающая возможность фирме свободно менять схему работы в зависимости от обстоятельств. Для фирм, специализирующихся на научно-технических разработках, это означает свободный выбор таких исследовательских программ, которые, являясь приоритетными в данный момент, позволяют получить быстрый практический результат на производстве. Для предприятий, получающих инвестиции, важными мотивами являются [6]:

- повышение конкурентоспособности и качества выпускаемой продукции;
- освоение новых рынков и расширение доли на существующих;
- расширение диапазона применения продукции.

Это означает, что прагматичные рыночные критерии уже стали доминирующими в предпринимательстве. Более того, сами разработки и отбор инновационных идей с самого начала ориентируются на их перспективное рыночное освоение.

В перспективе в процессе развития экономики республики инновации будут востребованы производством в больших объемах, так как инновационное предпринимательство в малых формах, содержит большой потенциал для оптимизации путей развития экономики и общества в целом. Инновационные предприятия будут сохраняться

там, где выгодно крупным финансово промышленным группам и крупным предприятиям. [9]

Например, на сегодняшний день среди малых инновационных предприятий и организаций можно отметить следующие, входящие в РИК ПетрГУ [2]:

1. ООО «Чистая вода» занимается водоочисткой промышленных стоков, внедрением новых технологий. Предприятие проводит весь цикл работ от проектирования до сервисного обслуживания сооружений для очистки природных вод для питьевых целей и очистки дождевых вод, а также оборотных систем автомоек, бассейнов и любых сточных вод.

2. ООО «Инвадек» — его видами деятельности являются: информирование, реклама, издательство. На предприятии изготавливают многоцветные таблички методом электрохимического нанесения покрытий на алюминиевый лист. Также занимаются алюминированием сталей.

3. ЗАО «Ривест» занимается внедрением энергосберегающих источников освещения, плазменными технологиями.

4. НПП «Прорыв» — научно-производственное предприятие, было создано в 1991 году — занимается разработкой, выпуском и наладкой оборудования и компьютерных комплексов для испытаний на устойчивость к электромагнитным помехам. Например, производит испытательные генераторы электростатических разрядов, которые предназначены для создания нормированных испытательных импульсов при проведении испытаний электронных карт на устойчивость к воздействию электростатических разрядов.

5. Центр ПетрГУ-Метсо Систем Автоматизации — центр оказывает услуги в сфере информационных технологий (IT-технологий) и разработке автоматизированных систем управления предприятиями и технологическими процессами в целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей промышленности России, СНГ, Финляндии.

6. ООО «Энергоресурс-стэ» — научно-производственное предприятие по разработке, созданию и внедрению энергосберегающих отопительных приборов на основе талькохлорита. Эти приборы относятся к новому поколению теплоаккумулирующего отопительного оборудования. Основным достижением предприятия является разработка и внедрение тепловых нагревателей, использующих дешевый ночной тариф на электроэнергию и избыточную электроэнергию автономных источников энергии для нагрева накопителя с последующей отдачей тепла в течение рабочего дня.

7. ООО «Центр костно-суставной патологии» – первый в Карелии частный травмпункт и производственный центр новых хирургических приборов и технологий. Занимается внедрением лечения переломов шейки бедра с помощью использования разработанных остеофиксаторов и специнструмента к ним.

При сотрудничестве с ПетрГУ активно развиваются такие предприятия, как:

- ООО «Неосистемы Северо-Запад». Предприятие работает на рынке информационных технологий, оказывая консалтинговые услуги по оптимизации и автоматизации бизнес-процессов. Занимается внедрением типовых и специализированных решений, в том числе собственной разработки, на технологической платформе «1С: Предприятие 8» и «Microsoft.NET». Кроме того занимается разработкой и внедрением собственного программного обеспечения для предприятий лесопромышленного комплекса и других отраслей.
- ООО Научно-производственное предприятие «Техностиль», в области информационных технологий и промэлектроники;
- ООО «Деловой Софт», в области разработки автоматизированных систем управления предприятием.

В Петрозаводске достаточно эффективно работает малое предприятие – инженерный центр пожарной робототехники ЗАО «ЭФЕР», которое конструирует и производит ствольную пожарную технику и оборудование пожаротушения. В состав НПО входит Завод пожарных роботов, имеющий современную технологию производства, сертифицированный в системе международного стандарта качества ИСО 9001:2000. Продукция, выпускаемая предприятием, сертифицирована в системе стандартов пожарной безопасности и ГОСТ-Р, соответствует требованиям морского регистра и взрывозащиты по условиям объектов применения. Новизна технических решений, реализованных на предприятии, подтверждена патентами. Центром разрабатываются проекты по автоматическому пожаротушению, пожарной сигнализации и теленаблюдению, ведутся монтажные и пуско-наладочные работы, производится сервисное обслуживание. Оборудование можно использовать не только для пожаротушения, но и для охраны объектов от несанкционированного проникновения с использованием гидромеханического воздействия струи, например, в морских перевозках как техническое средство противодействия агрессии пиратов. Охранно-пожарные роботы оснащены мощными водометами и ведут круглосуточное теленаблюдение за прилегаемой акваторией.

Предприятие ООО «Нелан-Оксид» разработало технологию нанесения бактерицидных покрытий на основе модифицированных нанотрубчатых оксидов алюминия и титана, которые могут применяться для дезинфекции воздуха и для медицинских целей. Эта технология является экологически безопасной и энергосберегающей.

ООО Научно-производственный комплекс «Карбон-Шунгит» ведет разработку Зажогинского месторождения шунгитовых пород, расположенного в Медвежьегорском районе – единственного в мире месторождения такого сырья. Шунгитовые породы представляют собой необычный по структуре природный композит, имеющий равномерное распределение высокодисперсных кристаллических силикатных частиц в аморфной углеродной матрице. Шунгитовые породы обладают сорбционными, каталитическими и бактерицидными свойствами. Предприятие имеет лицензию на разработку месторождения, ноу-хау применения шунгита и гигиенические сертификаты на продукцию. Продукция из этого минерального сырья находит применение в производстве строительных материалов, в сельском хозяйстве, металлургии, химической промышленности, энергетике, водоснабжении, а также в сфере экологии и шунгитовой терапии.

Предприятие ООО «Шунгитон» осуществляет реализацию инновационного проекта по организации промышленного производства нового наполнителя композиционных материалов. Проект предусматривает организацию промышленного производства принципиально нового наполнителя композиционных материалов на основе наноструктурированного шунгитового наполнителя, содержащего гиперфуллерены и нановолокнистые карбиды кремния.

Карельские предприятия продвигают свою продукцию на российский рынок. Например, в 2008 году на международной выставке-конгрессе «Высокие технологии. Инновации. Инвестиции», проходившей в Санкт-Петербурге Министерством экономического развития республики была предложена экспозиция «Карелия инновационная». Было представлено 20 разработок и проектов малых инновационных предприятий и научных учреждений республики. Карельские проекты получили три золотые медали, одну серебряную и диплом.

Все эти предприятия являются потенциальными элементами регионального кластера инновационного предпринимательства. Республика имеет образовательный и научный потенциал, представленный вузами и научным центром. И поскольку основной вектор инновационного развития на сегодняшний день перемещается в регионы, это дает возможность выстроить стратегию такого развития на основе кластерного подхода.

Литература

1. Арутюнов Ю.А. Формирование региональной инновационной системы на основе кластерной модели экономики региона. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://koet.syktsu.ru/vestnik/2008/2008-4/1/1.htm>
2. Васильев В.Н., Золотов М.В. Комплексный подход к созданию Региональной инновационной системы Республики Карелия. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://edu.petsu.ru/Work/ris.doc>
3. Владимирская Н. Ловись рыбка, большая и маленькая. // Эксперт Северо-запад. 02.04.2007. № 13.
4. Вольский А. Инновационный фактор обеспечения устойчивости экономического развития // Вопросы экономики. 1999. № 1. С. 5.
5. Дружинин П.В. Инновационное предпринимательство в регионе с невысоким потенциалом / Малый бизнес как инновационная составляющая устойчивого социально-экономического развития территории: Материалы научно-практической конференции 27 ноября 2008 г. Петрозаводск: КГПУ, 2008. С. 10–15.
6. Инновационный менеджмент / Под ред. Ильенковой С.Д. М.: Издательство «Банки и биржи», 1997. С. 53.
7. Крутик А.Б., Горенбургов М.А. Малое предпринимательство и бизнес-коммуникации: Учеб. пособие. СПб.: «Изд. дом «Бизнес-пресса», 1998. С. 33.
8. Модель конкурентного ромба М.Портера. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.12manage.com/methods_porter_diamond_model_ru.html
9. Научно-инновационная сфера в регионе: проблемы и перспективы развития. / Под ред. Румянцева А.А. СПб: Наука, 1996. С. 93.
10. Переход к новому технологическому укладу: тенденции и факторы крупного города. / Под ред. Румянцева А.А. СПб: РИСО ИСЭП РАН, 1996. С. 51.
11. Политика инновационного развития. // Официальный портал органов государственной власти республики Карелия. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gov.karelia.ru/info/2008/ecoinn08.html>
12. Полтерович В.М. Элементы теории реформ. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. 447 с. С. 51.
13. Портер М. Конкуренция. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.
14. Четырбок Н.П. Кластерная политика как метод активизации инновационных процессов в регионах / Научно-инновационная политика в регионах Беларуси: Материалы республиканской научно-практической конференции (Гродно, 19–20 октября 2005 г.). – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://belisa.org.by/ru/izd/other/Gr2005/r33_gr2005.html
15. Шадрин А.И. Регион: развитие в условиях рынка. М.: СОПС, 2002. 192 с.
16. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика (власть и бизнес). М.: «Экономика», 1999. С. 40.
17. Шаститко А.Е. Институциональная среда хозяйствования в России: основные характеристики. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2007/03/02/0000304001/028Shastitko.pdf>

В. С. Михель,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Формирование организационно-экономического механизма развития типографского производства в условиях кризиса

Аннотация. В статье рассмотрен процесс роста и развития типографского производства в период экономического кризиса. При этом доказываем, что реальный экономический рост может осуществляться исключительно на основе предпринимательского подхода к формированию инновационных процессов обновления и модернизации производственных структур.

Ключевые слова: инновационные процессы в экономике, модернизация производства, отраслевое управление, малое и среднее предпринимательство.

Мировой экономический кризис вновь подтвердил положение о том, что реальный экономический рост может осуществляться исключительно на основе предпринимательского подхода к формированию инновационных процессов обновления и модернизации производственных структур. На важность инновационных преобразований в экономике и обществе особое внимание обратил Президент РФ Д.А. Медведев, который в своей статье «Россия вперед» подчеркнул, что «...Россия должна стать страной, благополучие которой обеспечивается не столько сырьевыми, сколько интеллектуальными ресурсами: «умной» экономикой, создающей уникальные знания, экспортером новейших технологий и продуктов инновационной деятельности...такая экономика, прежде всего, должна быть основана на гуманистических ценностях, на стремлении к преобразованию мира ради лучшего качества жизни, ради освобождения человека от бедности, болезней, страха, несправедливости»¹.

Формирующееся по таким признакам общество не может быть не заинтересовано в формировании нового качества информационного обеспечения. В его основе должен быть заложен, прежде всего, механизм воспроизводства современного уровня знаний и систем их превращения в интеллект нации, ориентированных на свершение подобных преобразований

В процессах возникновения и развития современных производственных технологий, информационных систем и электронных носителей информации культура нации, тем не менее, раскрывается, прежде всего, в процессах совершенствования традиционных форм. Наряду с инновациями в сфере производства и информационных технологий, особое значение приобретает новое качество, реализуемое в многообразии форм и видов печатной продукции, способы предоставления которой, постоянно совершенствуются под воздействием новаторских идей современного дизайна, авторского художественного замысла, творческих подходов к организации печатного производства. К тому же, все виды печатной продукции сегодня также могут быть представлены на электронных носителях в совершенном виде.

Прежде чем получить художественно оформленные традиционно любимые и новые, поражающие своим замыслом книги и журналы или красочно выполненную рекламную продукцию, поздравительные открытки предстоит выполнить ряд сложных и трудоемких работ. Первоначальным источником информации становится кропотливая работа автора или целого творческого коллектива, результатом которой становятся подготовленные материалы в форме рукописи или оригинал-макета, которые затем попадают в издательство, где проходят техническую подготовку к изданию. После этого готовый к печати материал попадает в типографию, где и происходит промышленное «книготворение» в форме печати красочных книг, журналов, яркой рекламной продукции или строгих полос газетной информации. Затем готовая продукция возвращается заказчику или реализуется на рынке «книжной торговли».

Недостатки преимущественно отраслевого управления к концу функционирования социалистического способа производства превратились в настоящую проблему уже на первом этапе рыночного строительства и предопределили собственное самоотрицание. Это создало предпосылки ускоренного разгосударствления и приватизации государственной собственности на предприятиях типографской промышленности и развития на этой основе частного предпринимательства.

¹ Д. А. Медведев. Россия, вперед. kremlin.gov.ru. 10.09.2009.

Упразднение административно-отраслевых ограничений и новые возможности внешнеэкономической деятельности на начальном этапе рыночного строительства оказали существенное воздействие на реструктуризацию предприятий промышленности, в том числе, в типографской отрасли, которые сумели осуществить некоторую модернизацию своих производственных фондов. Однако еще больший ряд противоречий и недостатков в управлении производством в условиях неразвитого и никем не контролируемого рынка, усиленных кризисными тенденциями, негативно сказались на качественном состоянии производства и привели отрасль в состояние рецессии.

Рыночная реформа в России сопровождающаяся «свободой слова» и действий предопределила необходимость снятия информационных ограничений, в том числе на отдельные ранее секретные виды информации и сформировала принцип свободы формирования и использования практически любых источников и средств её предоставления. Это придало новый импульс развитию предпринимательства в сфере поиска, обработки и предоставления информации, а также её издания на основе типографской промышленности. В силу этого уже на первом этапе рыночной трансформации высокими темпами стала развиваться конкуренция в редакционно-издательской сфере и типографской промышленности, которая достаточно быстро сформировала требуемое предложение рынке типовых видов печатной продукции. Тем самым этап ажиотажного развития предпринимательства в этой сфере ознаменовался появлением на рынке значительного количества малых совмещенных издательско-типографских организаций, основной целью которых стало получение прибыли. При этом особо высоких качеств к таким изделиям не предъявлялось. Однако такой, как и любой иной ажиотажный спрос, сопровождающийся еще более ажиотажным предложением, уже на следующем этапе был ограничен снижающимся уровнем востребованности такого предложения. Это несколько снизило активность крупных традиционных полиграфических предприятий, мелкооптовые заказы которых успешно стали исполняться новыми малыми предприятиями, что не могло не сказаться на снижении их рентабельности. С учетом этого уже к концу первого десятилетия реформы на фоне застоя проявились вялотекущие тенденции увеличения как морального, так и физического износа основных фондов, который к настоящему моменту составил от 40 до 60 процентов на крупных и до 40% на малых предприятиях не способных, в силу своей финансовой ограниченности, следовать тенденциям мирового технического прогресса.

Эти процессы спровоцировали появление на российском рынке иностранного капитала, который был способен сформировать новое не только типографское, но и специфическое информационное предложение (например, в сфере навязывания плодов собственной демократии) и, с учетом больших финансовых возможностей в силу сформировавшегося дискриминационного соотношения рубля к иностранной валюте, осуществлять это на основе высококачественного дорогостоящего печатного оборудования преимущественно иностранных производителей. Это не могло не сказаться на состоянии отечественных предпринимателей. Однако иностранные инвестиции в эту сферу поступали с большой степенью осторожности, что несущественно изменило качество предложения на рынке.

В конечном счете, рынок печатной продукции характеризовался состоянием рецессии с четко выраженными проблемами:

- перепроизводства типовой печатной продукции на основе традиционных (не меняющихся в течение 20 лет) технологиях и видах;
- бесплановости в отсутствии прогноза и стратегии развития типографской промышленности;
- неадекватности поставок и сбыта на типографских предприятиях при снижении активности взаимодействия со смежными производствами;
- массовой финансовой несостоятельности типографий, отразившейся на всех этапах производства, обмена и потребления в формах отсутствия инвестиций, кредитов, страховых финансовых ресурсов и т.д.

Проведенный автором анализ современного состояния московского рынка печатной продукции выявил ряд его новых характеристик, в том числе:

- высокий уровень конкуренции на рынке типовых видов предложения типографской деятельности, а также предложения книжно-журнальной продукции в связи с появлением большего количества малых региональных типографий (Ульяновск, Можайск, Казань, Йошкар-Ола и др.);
- снижение в 2009 г. объемов рынка полиграфической продукции в связи с резким сокращением книжной розницы и рекламных изданий;
- массовое моральное и физическое старение технологического печатного оборудования сказавшееся на снижении качества печатной продукции.

Тем самым главной задачей скорейшего вывода производственного комплекса полиграфической отрасли на конкурентоспособный уровень стала реализация проблемы глубокой и, вместе с тем, ускоренной модернизации отечественных производственных предприятий, исключительно на инновационной основе.

По нашему мнению решение этой задачи по силам отечественному предпринимательству, которое к настоящему времени существенно увеличило свой потенциал. Усиление конкуренции и непредсказуемости рыночной конъюнктуры и конкуренции на мировом и отечественном рынках под воздействием кризисных тенденций потребует от производителей выработки адекватных нестандартных механизмов противодействия возникающим предпринимательским рискам. Противостоять таким рискам, как показала международная практика, способны преимущественно крупные производственно-хозяйственные структуры. Однако, наряду с этим, нельзя разрушать сложившиеся отношения малых и средних предприятиями с потребителями малотиражной продукции. Возникает серьезная опасность их развала за счет недобросовестного слияния-поглощения в преддверии вступления России в ВТО, при этом малые и средние предприятия вынуждены изыскивать нетрадиционные, нередко теневые способы простого выживания в условиях кризиса. Тем не менее, способности реализации внутреннего потенциала малого и среднего предпринимательства в типографской сфере заключаются в быстром рыночно ориентированном переуплотнении технологий производства и оперативных возможностей сервиса и, наиболее гибко отвечающего потребностям общества и рынка, возможности быстрого устранения технологической отсталости в противоположность крупным предприятиям.

Формирование инновационной предпринимательской активности в условиях кризиса обусловлено влиянием многочисленных внешних и внутренних факторов, которые необходимо учитывать при выборе стратегии их экономического поведения на рынке. В основе такой стратегии должны быть, прежде всего, заложены механизмы постоянного обновления знаний, ориентированных на формирование новых управленческих форм и методов, освоение новых технологий, разработку инновационных продуктов, изобретательство, дизайн, предпринимательскую культуру. Предпринимательство не может не учитывать передовых тенденций мировой и отечественной науки и практики наряду с формированием системы мотивации творчества в трудовых коллективах и личности. В этом своем качестве предприни-

мательство способно осуществлять инновационные прорывы и служить локомотивом рыночных преобразований.

Преимущества малого и среднего предпринимательства могут проявляться в процессах мобильного сбалансирования интересов и потребностей типологии со смежными предприятиями различных секторов экономики, поскольку оно способно к быстрым перееливам как внутриотраслевого, так и межотраслевого капиталов с учетом целей максимизации прибыли. При этом особого внимания заслуживает способность малого и среднего предпринимательства в достижении синергетического эффекта взаимодействия различных заинтересованных предприятий и организаций производственной, управленческой, социальной и рыночной инфраструктуры. Без таких преимуществ в условиях развитого конкурентного рынка издательских и типографских предприятий невозможно обеспечить успешный рост эффективности производства и на его основе — социально-экономическое развитие общества.

Выход из кризисного состояния отдельных типографий с учетом, с одной стороны, возрастающей конкуренции, с другой, — усиления форм контроля антимонопольного ведомства маловероятен. За счет каких-либо уникальных возможностей привлечения больших инвестиций это возможно лишь на короткий период.

Тем не менее, возможности развития предпринимательства на основе рынка, регулируемого объективными законами конкуренции, предельной производительности, предельной полезности в сфере развития предпринимательства поразительны. Однако современный, недостаточно развитый рынок не может создать достаточных условий беспрепятственного развития предпринимательства в целях обеспечения многогранных и многоуровневых потребностей граждан. С одной стороны, такой рынок, например, предоставляет равные возможности покупки средств производства, бумаги и материалов, найма рабочей силы и т.п., с другой, — тут же нивелирует их за счет невозможности получения дешевых кредитных и инвестиционных ресурсов, приобретения не просто рабочей силы, а высоко квалифицированных специалистов (в силу, например, их дорогого воспроизводства в рамках платного отечественного образования), трудностей получения плановых заказов или госзаказов, санирования государством одних предприятий в противовес или при безразличии к другим и т.д.

Преодолением этого противоречия может стать консолидирующая роль крупных объединений, объединяющих и способствующих реализации интересов и потребностей малых и средних предприятий на основе выработки эффективных организационно-экономических

механизмов развития с учетом эффективной государственной поддержки. В составе крупных объединений, особенно с учетом доверительной схемы организации в рамках некоммерческих партнерств, малые и средние предприятия любых форм собственности способны объединиться на добровольной основе, а такое партнерство в централизованном порядке способно обеспечивать их внутренние насущные потребности с учетом поддержки со стороны государственных и местных органов управления, являющихся инициаторами таких некоммерческих партнерств.

Вместе с тем, предпринимаемые органами государственной законодательной и исполнительной власти меры по поддержке предпринимательства, ориентированные на развитие их инновационной активности, пока носят декларативный характер не приносят ожидаемых результатов и не создают новых возможностей для развития реального сектора, а выделяемые на это ресурсы несопоставимы с размерами финансовых вливаний в крупные, особенно кредитно-банковские структуры.

Новый принцип развития производства и предпринимательства и преодоления кризисных тенденций ряд экспертов видит в возможности получения дополнительного экономического эффекта при формировании кластерной организационно-экономической политики, обуславливающей многофакторную поддержку в росте конкурентоспособности субъектов хозяйствования на основе системного взаимодействия с взаимодействующими обслуживающими и обеспечивающими организациями, органами власти и управления. Кластерный принцип организации производственных комплексов, сформулированный в свое время М. Портером в настоящее время получил достаточно широкое распространение в экономически развитых странах. Кластерная форма организации производства на базе независимых партнеров получила «прививку» и в российской практике с учетом возможностей трансформации форм и методов его реализации в зависимости от условий его применения.

Под кластером в рассматриваемом варианте мы понимаем сформированную на добровольной основе по принципу заинтересованного взаимовыгодного партнерства группу взаимодействующих и даже конкурирующих между собой предприятий и организаций различных форм собственности, ориентированных на получение прибыли от производства и реализации конкурентоспособной продукции и услуг, с учетом проявления синергетического эффекта их взаимодействия. В силу этого достижение конкурентных преимуществ предпри-

ятии в рамках такой межотраслевой кластерной политики должно быть заложено уже во взаимодействии даже конкурирующих между собой хозяйствующих субъектов на основе их стратегического партнерства внутри кластера, с учетом реализации внутреннего инновационного механизма системной организации технологических, продуктовых и процессных инноваций.

По своей сути полиграфический комплекс также носит межотраслевой характер и образуется в настоящее время системой рыночной организации на основе добровольного взаимодействия предприятий и специализированных производств различной отраслевой принадлежности. В процессе формирования кластерной организации, взаимодействующие субъекты хозяйствования призваны оказывать друг другу взаимную поддержку с учетом возможностей «коммерческого кредитования», при которой формируются дополнительные эффекты по всем направлениям деятельности. При этом активно развиваются новые формы взаимодействия с использованием лизинга, франчайзинга, факторинга как способов оказания поддержки всем заинтересованным участникам на основе принципов аутсорсинга. При этом создаются условия для непосредственного внедрения новых концепций, комбинаций, стратегий и технологий, приемлемых для всех участников с учетом их возможностей.

В интересах участников кластера происходит быстрое распространение информации и новшеств, что приводит к системной реализации инноваций и, тем самым, формированию тактических конкурентных преимуществ независимо от отраслевой, ведомственной или частнособственнической принадлежности предприятий. Это влечет за собой формирование в кластере благоприятной деловой инновационной среды, которая способствует повышению конкурентоспособности входящих в него предприятий и фирм.

Оценивая вышесказанное можно утверждать, что внедрение кластерной стратегии экономического развития отраслей, регионов, межотраслевых групп предприятий, объединяемых по целевому признаку, представляет собой систему комплексной организации консолидированных усилий и возможностей государственных, частных, корпоративных и иных структур, направленную на достижение ими конкурентных преимуществ на основе инновационного эффекта синергии. Достижение такого эффекта, тем более в условиях высокой степени внешних рисков мирового рынка и глобализации экономических процессов будет способствовать существенному ускорению темпов экономического развития.

Уже на первом этапе реализации кластерной стратегии важным результатом становится привлечение внимания общественности, государственных и муниципальных органов власти к этим новым эффективным формам управления развитием производства на внебюджетной основе с использованием государственных и муниципальных возможностей. Выступающие в качестве управляющих организаций некоммерческие партнерства, консолидирующие усилия заинтересованных предприятий и организаций, не преследуют прямых целей получения собственной прибыли и могут способствовать оказанию помощи производственным предприятиям в повышении эффективности их взаимодействия с организациями рыночной инфраструктуры, способны лучше видеть сильные и слабые стороны современного рынка и строить деловой диалог между бизнесом и властью. Такая стратегия, как правило, сопровождается ростом количества малых предприятий и организаций, увеличением объемов производства, что ведет, в свою очередь, к росту налогооблагаемой базы, снижению зависимости малых и средних предприятий от внешних факторов.

Дополнительным результатом такого взаимодействия становится систематизация и увеличение объемов кредитных, инвестиционных ресурсов, расширение страхового поля страховщиков и страхователей. При этом упрощается доступ к передовым разработкам научных, проектных, консалтинговых центров, благодаря которым снижаются издержки, обеспечивается выход на новые рынки.

Особо действенным механизмом кластерной организации является ее развитие отношений аутсорсинга. Экономическая природа аутсорсинга состоит в выполнении или передаче для того или иного предприятия определенных, профессионально выполняемых специализированными фирмами бизнес-функций или этапов бизнес-процесса с целью повышения производительности труда и снижения себестоимости продукции первых в целях повышения качества предоставляемых услуг или видов деятельности. Использование аутсорсинга как формы корпоративной поддержки участвующих в кластере предприятий позволяет создать эффективную взаимодополняющую производственную среду с общим направлением развития и единой системой продвижения создаваемой продукции. Модернизация предприятия на основе проведения кластерной политики позволяет расширить ассортимент выпускаемой продукции, расширить спектр предоставляемых полиграфических услуг, освоить выпуск новых видов продукции, снизить себестоимость и сроки изготовления продукции.

Для дальнейшего развития полиграфического бизнеса рассматриваемой компании ООО «Московская типография № 2», наряду с расширением сбыта, необходима системная модернизация полиграфического оборудования, которую можно осуществить на основе системной организации внутрикластерного взаимодействия партнеров с учетом разработки новых форм управления и финансирования, квалифицированного взаимодействия с потребителями, развития «проникающей» рекламы. Выбор нового технологического оборудования необходимо осуществлять в соответствии с принятой концепцией развития полиграфического производства на каждом предприятии, что позволит существенно повысить качество и ассортимент выпускаемой продукции в соответствии с выбранными сегментами рынка. Согласно принятой концепции модернизация предприятия в условиях кластерного взаимодействия с кредитными организациями и иными партнерами по бизнесу будет осуществляться за счет средств, полученных от сдачи в аренду свободных площадей, привлечения арендаторов на высвобождаемые помещения, совершенствования партнерского управления сбытом продукции, перекомпоновки оборудования исходя из принятой концепции развития полиграфического производства и высвобождения производственных площадей.

Анализ продвижения на рынке полиграфических продуктов предприятия показывает, что привлечение потенциальных партнеров и заказчиков может быть обеспечено за счет:

- смены вектора взаимоотношений типографии с партнерами и заказчиками. Предполагается переориентация системы заказов от возможностей производства (и по срокам и по затратам), на необходимость исходить в условиях растущей конкуренции, в первую очередь, из потребностей заказчиков, т.е. рынка;
- активного продвижения продукции и услуг типографии на виртуальном рынке (создание веб-сайта, регистрация на специализированных порталах, участие в выставках, реклама в справочниках и т.д.);
- расширения ассортимента выпускаемой продукции и сбыта за счет совершенствования применяемых технологий с учетом использования возможностей франчайзинга, аутсорсинга, лизинга, факторинга в деловом взаимодействии с заинтересованными партнерами;
- выявления возможностей взаимодействия с органами местного управления и работы в наиболее привлекательных для типографии нишах (учебная школьная литература, наглядные

пособия, детские книги, альбомы и каталоги, словари, энциклопедии, религиозная литература, подарочные и юбилейные издания, рекламная продукция – буклеты, плакаты, проспекты, каталоги, книги и журналы нестандартных форматов);

- снижения издержек производства, за счет минимизации капитало-фондо-трудо-энергоёмкости выпускаемой продукции, общехозяйственных расходов, пересмотра закупочной политики;
- обеспечения высокого качества труда и выпускаемой продукции.

На этой основе развитие инновационного и информационного факторов будет способствовать новому экономическому росту, который будет способен придать экономике страны новое направление.

Глоссарий

Издательство – государственное, общественное, кооперативное, акционерное или частное предприятие, осуществляющее подготовку, выпуск и реализацию книг, газет, журналов, нот, плакатов, электронных и комбинированных изданий и других видов продукции.

Кластер – сформированная на добровольной основе группа взаимодействующих и даже конкурирующих между собой предприятий и организаций различных форм собственности по принципу заинтересованного взаимовыгодного партнерства, ориентированных на получение прибыли от производства и реализации создаваемой всеми участниками конкурентоспособной продукции и услуг, с учетом проявления синергетического эффекта их системного взаимодействия в процессах реализации внутренних инновационных механизмов аутсорсинга, лизинга, факторинга, франчайзинга по внедрению технологических, продуктовых и процессных инноваций.

Книгоиздание – самостоятельная область производственно-хозяйственной деятельности, включает в себя многие тысячи издательских, полиграфических и книготорговых организаций, имеющих разнообразную организационно-правовую форму, ведомственную или иную принадлежность и форму собственности.

Лизинг – аренда с отчуждением получаемого имущества на срок аренды, передача в долгосрочную или среднесрочную аренду средств производства, зданий, сооружений на условиях возвратности, срочности и платности. **Финансовый лизинг** предполагает полную окупаемость в течение срока действия одного контракта, в который происходит полная выплата лизинговой компании стоимости арендованного имущества и процентов.

Факторинг – переуступка неоплаченных долговых требований (счетов-фактур, векселей), возникающих между контрагентами в процессе реализации товаров и услуг на условиях коммерческого кредита.

Франчайзинг – форма отношений и хозяйственной интеграции крупного и малого бизнеса, заключающегося в предоставлении крупной компанией (франчайзером) права выступать под своей торговой маркой малой компании, являющейся самостоятельным юридическим лицом.

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. Я. Матвеевко,
соискатель Российской Академии предпринимательства

Корпоративная социальная ответственность как фактор экономической устойчивости предприятия

Аннотация. В статье рассмотрен современный опыт формирования системы корпоративной социальной ответственности на промышленных предприятиях, демонстрирующий ее действенность как резерва повышения их устойчивости.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, экономическая устойчивость, промышленные предприятия, инвестиции, заинтересованные стороны, социальные инвестиции, экология.

Мировой опыт показывает, что использование системы корпоративной социальной ответственности (КСО) становится одним из важнейших факторов успешного развития промышленных предприятий. Это связано с тем, что современные предприятия работают в условиях повышенных рисков, и при этом им присущи более длительные циклы возврата инвестиций.

Проблема экономической устойчивости становится одной из наиболее важных задач в деятельности промышленных предприятий и корпораций в современных условиях в связи с нарастающими процессами глобализации и современным мировым финансово-экономическим кризисом, который постепенно перерастает в устойчивую экономическую рецессию глобальных масштабов. Корпоративная социальная ответственность стимулирует привлечение долгосрочных инвестиций, что является жизненно важным для обеспечения их устойчивости.

В качестве основных направлений воздействия корпоративной социальной ответственности на экономическую устойчивость промышленных предприятий можно выделить следующие наиболее существенные результаты их деятельности:

1. Повышение эффективности экономической деятельности. Так, анализ показывает, что использование принципов корпоративной социальной ответственности в разработке корпоративной стратегии позволяет компании более устойчиво и эффективно функционировать. Например, повышается эффективность использования энергии и природных ресурсов, уменьшаются объемы отходов (выбросы газов) и продаж вторсырья. Качественный персонал также способствует более эффективной деятельности. В сфере управления человеческими ресурсами социальные программы, рассчитанные на долгосрочную перспективу, помогают снизить количество прогулов и повысить заинтересованность работников, что в свою очередь приводит к росту производительности и снижению затрат на найм и обучение.

Предпринятый IBM Institute for Business Value опрос 250 лидеров мирового бизнеса показал, что 68% из них рассматривают КСО как новый источник доходов и 54% уверены, что внедрение системы КСО в их компаниях уже дало им преимущества над конкурентами¹.

Значительным резервом повышения устойчивости и конкурентоспособности компаний является увеличение эффективности работы сотрудников, у которых под воздействием современных этических норм, формируемых в рамках корпоративной культуры, повышается трудовая мотивация на основе осознания полезности своего труда, развития способности оперативно принимать самостоятельные и правильные производственные решения. Так, например, в исследовании «Российский бизнес и Глобальный договор ООН» отмечается намерение российских компаний, примкнувших к Глобальному договору, проводить «Обучение сотрудников...с целью научить их принимать такие решения, которые помогут избежать конфликтных ситуаций...и предпринимать эффективные действия в том случае, если такие ситуации все же возникли». Подобная подготовка сотрудников в области их компетенции является конкурентным преимуществом любой компании, внедрившей комплексную систему КСО².

2. Улучшение финансовых показателей, привлечение и удержание надежных инвесторов и партнеров по бизнесу. Известно, что одним из мотивов внедрения системы КСО на российских промышленных пред-

¹ Attaining Sustainable Growth Through Corporate Social Responsibility. IBM Institute for Business Value. 2008. — P. 3.

² Российский бизнес и Глобальный договор ООН.//Агентство социальной информации. — М., 2007. — С.7.

приятных и подготовки ими нефинансовой отчетности является новый уровень требований со стороны международных инвесторов и акционеров, с которыми они сталкиваются в процессе выхода на международные рынки финансовых займов.

В целом, в предпринимательской и инвестиционной среде уже давно ведутся споры о том, возможно ли соизмерить связь между деятельностью в рамках корпоративной социальной ответственности и лучшими финансовыми показателями. Ряд исследований показывают, что такая взаимосвязь, по-видимому, существует.

В частности, согласно исследованиям журнала «Бизнес и общество» (Business and Society study), проведенным среди 300 крупных компаний, оказалось, что те из них, которые сделали публичное заявление о намерении придерживаться принципов этического ведения бизнеса, достигли показателей по росту стоимости акций в 2–3 раза выше, чем их конкуренты. Работы ученых Гарвардского университета показали, что компании со сбалансированным учетом позиций всех заинтересованных сторон продемонстрировали темпы роста в четыре раза выше, чем компании, ориентированные только на интересы акционеров. Исследование Университета Юго-западной Луизианы «Влияние публикации сообщений о неэтичном поведении на цены акций» показало, что оглашение фактов неэтичного поведения корпораций приводит к снижению стоимости их акций на период как минимум в шесть месяцев³.

Открытая политика КСО привлекает в компанию надежных инвесторов и бизнес партнеров, помогая при этом их не потерять, что наглядно проявляется в следующих показателях:

- рост акционерной ценности компании;
- более низкая цена капитала;
- улучшение доступа в Фонд социально ответственных инвестиций;
- снижение рисков в результате улучшения взаимодействия с заинтересованными сторонами («стейкхолдерами»).

Спрос на инвестиционный капитал растет, и компании стремятся найти средства по минимальной цене. Инвесторы, как правило, готовы платить больше тем компаниям, которые имеют хорошую репутацию. В то же время, инвесторы требуют выполнения все новых

³ Benefits of Corporate social responsibility (CSR) //Business for Social Responsibility. All rights reserved. 2001–2005, http://www.altera.by/eng/articles/corporate_social_responsibility.eng.htm

условий, чтобы минимизировать свои риски: хорошее корпоративное управление, следование этическим стандартам и социальной ответственности бизнеса.

В России также при разработке плана социальных мероприятий многие промышленные предприятия все чаще исходят из своих миссии, стратегий, целей. Новые подходы требуют четкого определения системы ценностей промышленных предприятий, разработки и реализации соответствующих целей и последующей стандартизации созданных социальных технологий как на местном, так и на международном уровне⁴.

3. Улучшение репутации и повышение ценности бренда, рост продаж и лояльности потребителей.

Благодаря глобализации, коммуникационной революции, появлению экономики, основанной на знаниях, а также мобильности потребителей и поставщиков, бизнес-среда становится все более восприимчивой к проблемам социального, этического и экологического характера. Брендинг и лояльность потребителей – ключевые факторы успеха в глобальной экономике, которые вынуждают компании осторожно относиться к выбору стратегических партнеров и участников каналов поставок и дистрибуции. В электронной экономике брендинг и лояльность потребителей имеют еще большее значение. Пожалуй, только с их помощью производители могут наиболее быстро и успешно укрепить свои позиции на рынке. Усиливая свое присутствие на глобальном рынке, российские промышленные предприятия уделяют большое внимание повышению экономической устойчивости за счет защиты и продвижения своих брендов. Более 60% российских промышленных предприятий – примерно столько же, сколько во всем мире и на других развивающихся рынках – назвали стремление улучшить репутацию и усилить свой бренд главной мотивацией деятельности в сфере корпоративной социальной ответственности.

В то же время в России по-прежнему потребители и общественность не оказывают столь сильного воздействия на поведение промышленных предприятий, как за рубежом. Только 17% опрошенных промышленных предприятий считают требования акционеров причиной внедрения передового опыта и лишь 14% назвали такой силой потребителя⁵.

⁴ Из России с любовью. Национальный вклад в глобальный контекст КСО. 2008. С. 8.

⁵ См. Там же, С. 6–10.

4. Снижение рисков от действий, не соответствующих принципам корпоративной социальной ответственности. Игнорирование корпоративной социальной ответственности может стать промышленному предприятию очень дорого: потеря устойчивости, репутации, рыночной доли, позиции на фондовой бирже. Риск испортить репутацию компании можно рассматривать как совокупность угроз, воздействующих на долгосрочные доверительные отношения с заинтересованными сторонами. Под угрозу попадает не только конкретный товар компании, но и вся компания в целом, и даже целая промышленность. Характерными примерами, когда пострадала репутация всей индустрии, является потеря доверия потребителей по всему миру английскими производителями говядины из-за обнаружения в мясе опасного заболевания или китайской молочной промышленности из-за затронувшего все развитые и большое количество других стран скандала с обнаружением в китайских молочных продуктах запрещенного к использованию вещества меламин.

Риск потери репутации больше связан с параметрами восприятия (в отличие от традиционных рисков). У разных заинтересованных сторон — разное восприятие.

Под экологическим риском менеджеры обычно понимают риск, который возникает в связи с озабоченностью общества защитой окружающей среды. Для государственных инспекторов и экологических активистов экологический риск — это риск причинения вреда экосистеме (риск для окружающей среды). Управление высокими рисками может стать источником долгосрочных конкурентных преимуществ.

Хорошо известные марки и крупные компании — первые кандидаты на судебное разбирательство по поводу действий, не соответствующих принципам КСО. А последствия могут быть существенными в терминах потери доли рынка или рыночной капитализации. Испорченная репутация может привести к потере устойчивости и потребовать не мало лет и огромных сумм денег для ее восстановления.

Исследование журнала «Бизнес и общество» (Business and Society study) выявило, что социальная безответственность может негативно влиять на прибыльность компании, особенно если это освещается на первых полосах газет. В 1997 году «Бизнес и общество» оценили реакцию рынка на 27 событий, связанных с социально безответственной или нелегальной деятельностью. И выяснилось что компании, вовлеченные в эти скандалы, значительно пострадали от существенного

сокращения стоимости акций. Таким образом, был подтвержден факт наличия взаимосвязи между этими факторами ⁶.

Однако в России до сих пор СМИ не оказывают существенного влияния на деятельность промышленных предприятий и корпораций, в том числе и не служат побуждающим фактором для внедрения системы КСО. Во всем мире пресса является мощной силой, стимулирующей социальную активность компаний, но в России такого давления на промышленные предприятия со стороны СМИ нет. В то время как 12% компаний в мировом масштабе, включая развивающиеся рынки, считают СМИ главной движущей силой перемен, ни один из опрошенных руководителей российских промышленных предприятий не считает, что давление со стороны средств массовой информации заставляет их более активно заниматься вопросами корпоративной социальной ответственности для усиления устойчивости развития.

Еще одним препятствием является отношения предприятий и компаний с некоммерческими организациями (НКО). Хотя многие руководители компаний заявляют о том, что они ценят сотрудничество с некоммерческими организациями, но проведенные исследования показывают, что НКО не оказывают существенного влияния на компании. Эта ситуация характерна не только для России: всего лишь 7% российских респондентов называют НКО ключевой движущей силой своей социальной деятельности, и это лишь немногим меньше, чем у компаний в глобальном масштабе (10%) и у компаний на развивающихся рынках (9%).

Сегодня в России около 50 подобных НКО помогают промышленным предприятиям в разработке социальной политики, и большинство из них представляют собой российские НКО. На способность НКО оказывать позитивное воздействие на промышленные предприятия существенно повлияли ограничения, введенные государством для НКО, особенно использующих иностранные источники финансирования ⁷.

Один из крайне важных аспектов снижения рисков предприятий — выстраивание правильных взаимоотношений с поставщиками. Общепризнанной деловой практикой в настоящее время является управление системой поставок, когда к поставщикам предъявляются такие же требования по соблюдению прав человека и применению

⁶ Business & Society. — 1997. — № 3.

⁷ Из России с любовью. Национальный вклад в глобальный контекст КСО. 2008. С.10.

трудовых стандартов, какие приняты в самих компаниях. Наличие такой политики помогает промышленным предприятиям выбирать ответственных и надежных партнеров⁸.

Источником рисков является также то, что в условиях глобализации зачастую предприятие и поставщики работают в разных странах, т.е. в разном правовом поле. Если поставщиками являются предприятия из той же страны, то риски меньше, т.к. можно довольно легко получить информацию об их методах работы, деловой репутации и т.д. Из-за невнимания к полномасштабному внедрению на промышленных предприятиях системы КСО и установления отлаженных взаимоотношений с поставщиками многие ведущие компании теряют экономическую устойчивость и несут большие убытки.

Так, один из ведущих мировых производителей женского белья — компания Victoria's Secret — в 2005 году подверглась жесткой критике со стороны организаций по защите окружающей среды. Ежегодно фирма рассылала клиентам до четырехсот миллионов каталогов своей продукции. Для выпуска этих каталогов использовалась бумага, сделанная из редких пород деревьев, растущих в Канаде. Результатом многочисленных акций протеста стало резкое падение продаж. Только после этого компания решила пересмотреть списки рассылки, уменьшить количество каталогов, но избежать значительных финансовых потерь предприятию так и не удалось.

Другой пример — компания GAP, мировой производитель одежды. Осенью 2007 года разразился грандиозный скандал, после того как на канале ВВС прошел материал об использовании детского труда одним из индийских поставщиков компании. Результатом также стало снижение продаж и огромные затраты на восстановление репутации⁹.

Чтобы избежать подобной ситуации, например, в Японии сегодня уже 39 из 118 крупнейших японских компаний электронной, химической и фармацевтической отраслей промышленности активно внедряют систему КСО в управление поставками¹⁰.

5. Расширение способности привлекать и сохранять качественный персонал, влияющий на рост экономической устойчивости предприятия.

⁸ Российский бизнес и Глобальный договор ООН.//Агентство социальной информации. — М., 2007. — С. 7.

⁹ Простаков Г. Будильник для общества и государства.//Эксперт Украина. — 2008. — № 15 (160).

¹⁰ CSR Strategy of Supply Chains.//FujitsuNews. — January 2007. — No. 283.

Возросшая мобильность персонала означает, что привлечение и развитие преданных и умелых сотрудников становится жизненно необходимым для успеха в предпринимательстве. И существует много доказательств тому, что в этом предприятии и компании может помочь долгосрочная ориентация на корпоративную социальную ответственность.

Исследование, проведенное среди 1000 работников Великобритании, показывает, что они видят ясную связь между ответственным ведением бизнеса и результатом работы сотрудников компании. В ходе исследования выяснилось, что ответственный стиль бизнеса может помочь привлекать, мотивировать и удерживать талантливых людей в различных областях деятельности. И, как считают опрошенные, такие сотрудники могли бы быть более творческими и инновационными, что, в свою очередь, увеличит конкурентоспособность и доходность предприятия.

Результаты различных исследований говорят о том, что мотивы активности и лояльности сотрудников меняются по мере того, как люди поднимаются по карьерной лестнице. Компенсационный пакет является одним из наиболее важных аспектов для молодых специалистов. Но для зрелых работников такой мотив, как разделение ценностей работодателя, становится важнейшим аспектом для удержания сотрудников в организации¹¹.

6. Создание новых возможностей для развития предпринимательства.

Для российских промышленных предприятий плодотворное сотрудничество с внешними стейкхолдерами повышает их экономическую устойчивость и развитие творческого и инновационного потенциала. В настоящее время способность предприятия к получению знаний, их освоению, использованию для разработки инноваций рассматривается как ключ к успеху и выживанию предприятий не только высокотехнологичных, а вообще любых отраслей промышленности. Опыт, полученный в ходе освоения и внедрения принципов КСО, обеспечивает дополнительные преимущества предприятию, выражающиеся в том, что оно может консультировать по данному вопросу своих партнеров и продавать свои уникальные знания, формируя и укрепляя, таким образом, свое деловое взаимодействие и сотрудничество.

7. Укрепление сотрудничества с местными властями, обеспечение государственной поддержки.

¹¹ Ответственный бизнес привлекает лучших людей//HRZone.net 25.06.2004.

Динамика развития рынков возрастает, и устойчивость компаний теперь зависит от того, сможет ли она удовлетворить потребности данного конкретного общества или культуры, в которой она развивает свой бизнес. Сотрудничество с местными властями помогает приспособить товары и услуги к локальному рынку, облегчает доступ к местным экспертным органам, каналам распределения, производственным мощностям, тем самым, сокращает стоимость инвестиций и повышает лояльность работников.

Работа многих российских компаний в таких областях, как охрана труда и здоровья персонала, корпоративное управление, становится все более целенаправленной и соответствующей общепринятым стандартам, хотя по-прежнему остается недостаточным их внимание к проблемам экологии — здесь показатели ниже, чем в зарубежных странах. Всего лишь 44% российских компаний называют сокращение потребления энергии среди своих главных приоритетов, в то время как во всем мире доля таких компаний составляет более 60%.

Эти результаты подтверждают, что, как и на многих развивающихся рынках, бизнес в России придает большее значение устранению последствий загрязнения окружающей среды, а не решению проблемы с источником этого загрязнения. Сравнительно небольшое количество компаний на развивающихся рынках (примерно каждая четвертая) согласны с тем, что проще платить штрафы за экологический ущерб, чем инвестировать в ресурсосберегающие технологии¹².

По степени потенциала вредного воздействия на окружающую среду среди различных отраслей промышленности одно из основных мест занимает химическая промышленность, которая характеризуется высоким уровнем риска для населения и окружающей среды, и уже давно служит основным объектом внимания «зеленых». Отрасль переживает период глубоких изменений и стратегического перехода от производства традиционных химикатов и изделий к более современной и прибыльной деятельности в области биотехнологий, специализированной продукции, оказанию услуг.

Химические компании сегодня хорошо осознают, что, уделяя больше внимания вопросам экономической, социальной и экологической устойчивости («тройная корзина»), они могут более успешно предвидеть опасности и управлять рисками, а также избежать длительных судебных процессов и ущерба своей репутации. Поэтому они уде-

ляют значительно больше внимания внедрению корпоративной социальной ответственности.

Предприятия отрасли часто подвергаются критике за то, что, реагируя на требования общественности о повышении ответственности и проводя определенную работу в этом направлении, одновременно ведут лоббистскую деятельность в законодательных органах, добиваясь изменений, снижающих экологическую и социальную ответственность. Они также участвуют в различных ассоциациях, противодействующих принятию более строгого законодательства, и очень часто тщательно скрывают подобную деятельность.

В то же время, в дальнейшем предприятия химической отрасли имеют много возможностей для позитивного влияния на ситуацию. Например, химические предприятия экономически развитых стран расширяют устойчивые связи с компаниями развивающихся стран, являющимися их поставщиками, и путем обучения персонала, совершенствования технологических процессов могут реально содействовать повышению экологической безопасности производства, продукции, улучшению социального положения работников, и, следовательно, взаимоотношений с местными сообществами¹³.

Что касается России, то улучшению ситуации в этой отрасли способствовало принятие в 2006 году законодательства REACH, содержащего определенные требования относительно экологии и безопасности экспортируемой в ЕС российскими предприятиями продукции. При осуществлении мероприятий корпоративной социальной ответственности в химической промышленности страны наибольшее влияние предприятия уделяют природоохранной деятельности и ресурсосбережению (58,0%), на втором месте — развитие и социальные программы для персонала (22,9%)¹⁴.

Другой отраслью, оказывающей сильное влияние на окружающую среду, является добывающая промышленность. Добыча полезных ископаемых всегда была отраслью, которая подвергалась серьезной критике как с точки зрения экологии, так защиты прав работников. Разработка месторождений и нефтедобыча являются масштабными, оказывающими сильное влияние на окружающую среду видами производства, затрагивающими в значительной степени интересы местных сообществ, насе-

¹² Из России с любовью. Национальный вклад в глобальный контекст КСО. 2008. С. 21.

¹³ Corporate Social Responsibility. Implications for small and medium business. // UNIDO. — Vienna. 2002. — P. 25.

¹⁴ Доклад о социальных инвестициях в России—2008//Ассоциация менеджеров. — М., 2008. — С. 55.

ления территорий, где они осуществляются. Истощение старых месторождений и растущие затраты на освоение новых, находящихся в более труднодоступных и отдаленных районах, на морских шельфах требуют больших капиталовложений, что ведет зачастую к попыткам сэкономить деньги на экологических и социальных мероприятиях.

Проведенный анализ показал, что в российском сырьевом секторе предприятия основные средства в рамках социальных инвестиций направляются на развитие персонала — 54,8%, на охрану здоровья и безопасность труда — 9,7%, местное сообщество — 17,4%, природоохранительную деятельность и ресурсосбережение — 16,3%, а на мероприятия по обеспечению добросовестной деловой практики в отношении потребителей и деловых партнеров — всего 1,6% и 0,2% соответственно¹⁵.

Отрасли легкой и пищевой промышленности, ориентированные на непосредственное обслуживание населения, всегда находились под давлением со стороны потребителей как в отношении качества их продукции, так и в отношении того, как она производится.

Пищевая промышленность находится в центре внимания в связи с озабоченностью потребителей составом продуктов питания, в частности, широко обсуждаемыми генетически модифицированными продуктами, содержанием пестицидов, а также имевшими место совсем недавно громкими скандалами по поводу наличия меламин в молочной продукции из Китая. Кроме того, предприятиям пищевой и легкой отраслей часто предъявляются претензии в загрязнении окружающей среды и, в случае наличия производства в развивающихся странах или при наличии поставщиков из этих стран, в нарушении условий труда работников, их эксплуатации, имевших место случаев применения детского труда

На предприятиях машиностроения и металлургии экологическая ситуация также остается довольно сложной в силу большого количества твердых отходов, производственной пыли, которую необходимо улавливать и утилизировать, и они зачастую содержат различные токсичные соединения (свинца, хрома, меди, цинка, а также цианиды, хлорофос и др.)¹⁶.

¹⁵ Доклад о социальных инвестициях в России—2008//Ассоциация менеджеров. — М., 2008. — С. 52.

¹⁶ Хмельницкий А.Г. Использование вторичных материальных ресурсов в качестве сырья для промышленности // Муниципальные и промышленные отходы: способы обезвреживания и вторичной переработки — аналитические обзоры. Серия Экология. — Новосибирск, 1995.

В России машиностроительные предприятия основные объемы социальных инвестиций осуществлялись в развитие персонала (69%), в металлургическом комплексе эта цифра составила более 56¹⁷.

Топливо-энергетический комплекс — один из основных загрязнителей окружающей среды твердыми, жидкими и пылевидными отходами, где процесс производства тепловой или электрической энергии подразумевает сжигание органического топлива с неизбежным образованием токсичных компонентов. Загрязнение территории нефтедобывающих районов нефтью, минерализованными водами и химическими реагентами в значительной степени оказывает отрицательное воздействие на все компоненты природной среды¹⁸.

В России электроэнергетический комплекс характеризуется наибольшими в процентном отношении по сравнению с другими отраслями промышленности инвестициями в развитие персонала и охрану его здоровья (75%), а также невысокой долей затрат на природоохранную, ресурсосберегающую деятельность (12,%) и вложениями в местные сообщества (11,5%)¹⁹.

Лесопромышленный комплекс оказывает негативное воздействие на лесные экосистемы: нарушается почвенный покров, изменяется гидрологический режим, территория захламывается порубочными остатками, брошенной древесиной, изменяется численность и видовой состав животного мира. Поэтому в данной отрасли большая часть социальных инвестиций направляется на природоохранную деятельность (57,1%). С 2003 г. ежегодный объем средств, затрачиваемых предприятиями только на экологию и ресурсосбережение, увеличился более чем в три раза²⁰.

Одной из самых проблемных с экологической точки зрения остается топливная промышленность. За время своего существования предприятия отрасли оказали негативное влияние на экологию районов добычи: в окружающую среду сброшены десятки миллионов тонн нефти, отчуждены и нарушены сотни гектаров земель, сожжено на факе-

¹⁷ Доклад о социальных инвестициях в России—2008//Ассоциация менеджеров. — М., 2008. — С. 54.

¹⁸ Обзор «О состоянии окружающей среды ХМАО в 1997 году», Х-М: 1998 г. «Государственный комитет по охране окружающей среды ХМАО».

¹⁹ Доклад о социальных инвестициях в России—2008//Ассоциация менеджеров. — М., 2008. — С. 54.

²⁰ Там же.

лах сотни миллиардов кубометров попутного нефтяного газа, потеряли свое хозяйственное значение многие охотничьи угодья, олени пастбища, реки, озера, где в несколько раз сократился уровень рыбы²¹.

В то же время именно сырьевой сектор оказался в 2007г. лидером по росту социальных расходов — до 83,2 тыс. руб. на одного работника (в 2003 году — 38,9 тыс. руб.). Также там зафиксирован самый высокий удельный вес социальных инвестиций в валовых продажах — 6,1% (в 2003 году — 1,7%)²². Это подтверждает высокую неравномерность отраслевого распределения социальных расходов, лидерам по которым остаются «тяжелые» отрасли экономики России: транспортные компании, предприятия химической промышленности и черной металлургии, которые выступают в роли основных «центров притяжения» социальных инвестиций.

На основании приведенного выше можно констатировать, что система социальных инвестиций российских промышленных предприятий по-прежнему преимущественно ориентирована на «внутренних» стейкхолдеров, прежде всего на персонал. Внедрение КСО в систему корпоративного управления, развитие организационного обеспечения корпоративной социальной деятельности проходят медленно и зачастую бессистемно. Промышленные предприятия страны еще не в полной мере осознали, что внедрение системы КСО — это важный инструмент их стратегического развития, совершенствования системы управления, повышения эффективности и устойчивости, хотя этот процесс постепенно набирает силу.

²¹ Добринский Л.Н., Плотников В.В., «Экология ХМАО», «Экологический фонд». — Т., 1997 г.

²² Николаева Д. Социальные инвестиции сходят с пика. Коммерсант. — 8 декабря 2008 г. — № 223/П (4040).

Л. В. Безбородова,
Начальник отдела продаж ООО «Тойсберри»

Учет влияния инвестиций в человеческий капитал в период кризиса

Аннотация. На сегодняшний день возникают существенные проблемы с учетом инвестиций в человеческий капитал и измерением получаемых результатов. Затраты на обучение персонала и повышение его квалификации по правилам финансового учета следует относить к расходам, а не к инвестициям, хотя с точки зрения управленческого учета их лучше относить именно к инвестициям. Чтобы оценить результаты таких инвестиций многие фирмы разрабатывают довольно сложные системы учета, состоящие в основном из качественных показателей. Переход от качественных показателей к количественным, выражаемых в деньгах, достаточно проблематичен. Практика показывает, что многие фирмы не стремятся отразить такие активы в своем балансе, хотя стремятся продемонстрировать их потенциальным инвесторам. В результате возникает огромный разрыв между балансовой стоимостью фирмы и ее рыночной капитализацией. Возникает фундаментальное противоречие между принципами бухгалтерского учета и свойствами экономики знаний. Указанные противоречия можно сгладить, но нельзя преодолеть. Более того, есть основания считать, что возможности по сглаживанию противоречий почти исчерпаны, т.е. международные стандарты финансового учета в этом отношении близки к совершенству. При этом бухгалтерская информация остается одним из важнейших источников информации, используемых при оценке бизнеса и принятии решений об инвестировании капитала в ту или иную фирму. Но она должна быть дополнена другими формами учета.

Ключевые слова: инвестиции, человеческий капитал, квалификация, Международные стандарты финансового учета, управленческий учет, качественные и количественные показатели, балансовая стоимость фирмы, рыночная капитализация, кризис, карьерный рост, ликвидность, жизнеспособность бизнеса, Гудвил.

Инвестиции в человеческий капитал — целенаправленное вложение средств в отрасли и сферы, обеспечивающие улучшение качественных параметров человека, в первую очередь его рабочей силы, уровня

образования, развития интеллекта, творческого потенциала, физического и психического здоровья, системы мотивации и ценностных установок.

Кризис — состояние, при котором существующие средства достижения целей становятся неадекватными, в результате чего возникают непредсказуемые последствия¹.

Как показывает практика, одно из последствий кризиса — оздоровление экономики предприятия, города, страны, выявление положительных и отрицательных тенденций. Одна из таких тенденций — инвестиции в человеческий капитал, как внешних, так и внутренних. Сложившаяся ситуация на рынке ярко отражает влияние вложений носителя в приобретение знаний. При этом именно в кризис подчеркивается, что инвестиции в образование являются производственным капиталом в том случае, если содержание приобретенных человеком знаний соответствует текущему спросу на рынке труда. Инвестиции в носителя порождают такое понятие как Человеческий капитал.

Человеческий капитал — это имеющийся у каждого запас знаний, навыков, мотиваций.

Первым шагом для увеличения стоимости человеческого капитала являются расходы на образование, включая общее, специальное, подготовку на рабочем месте, повышение квалификации. Образование является одной из главных составляющих человеческого капитала и должно играть определяющую роль в выборе дальнейшей деятельности человека.

Приведем данные Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ):

- ситуация диктует выбор профессии 29% респондентов;
- чуть больше россиян (30%) ориентируются при этом на собственные увлечения;
- в качестве других факторов россияне указывают отсутствие выбора (12%);
- оплату труда конкретной профессии и ее востребованность на рынке труда (по 11%);
- 7% опираются в первую очередь на мнение родственников и друзей;
- 6% следуют за своим ближайшим окружением;
- 5% исходят из соображений престижа и карьерного роста;

¹ Словарь по общественным наукам

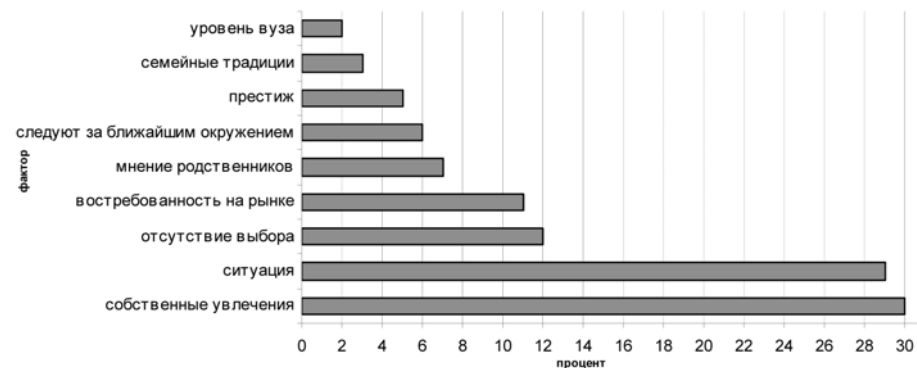


Схема. Влияние факторов на выбор образования

- лишь 3% следуют семейной традиции и династичности;
- 2% россиян привлекает высокий уровень обучения по данной профессии в выбранном вузе.

Почти треть россиян выбирает профессию по обстоятельствам. Если объединить факторы в группы, то напрашивается следующий вывод:

- семейные традиции, мнение родственников и следование за ближайшим окружением — факторы, оказывающие минимальное влияние на выбор образования. Что вполне объяснимо, так как в России отсутствует институт наследия, передачи бизнеса от поколения к поколению;
- уровень вуза, престиж, востребованность на рынке — факторы, оказывающие большее влияние, чем предыдущий фактор, но также составляют достаточно низкий процент;
- отсутствие выбора, влияние ситуации, так же как и собственные увлечения — факторы, оказывающие максимальное влияние на выбор индивида, что только подтверждает, что человек полностью предоставлен сам себе и какое-либо государственное, или прочее внешнее влияние отсутствует.

Анализируя возрастной критерий, получаем следующие данные:

- выбирать профессию исходя из собственных интересов и увлечений наиболее склонны 18–24-летние россияне (36%) и респонденты с неполным или полным высшим образованием (43%);
- по стечению обстоятельств — пожилые граждане (34%) и обладатели начального, неполного среднего или среднего образования (по 35%).

- на отсутствие выбора профессии также чаще ссылаются россияне с начальным или неполным средним образованием (24%)².

Текущий экономический кризис ярко отразил значимость образования и последствие выбора профессии на заработную плату носителя и его ликвидность на рынке. При этом из вышеприведенных данных очевидно, что при выборе образования, с учетом возрастного критерия, мало кто заботится о его последствиях, а учитывая возрастные критерии, абитуриенты несознательно лишают себя перспектив, а бизнес — ликвидных специалистов.

Нынешний кризис выявил факторы, влияющие на жизнеспособность бизнеса. И одним из таких факторов стал Персонал.

Таблица

Влияние персонала на деятельность компании

	ПРОИЗВОДСТВО		УСЛУГИ	
B2C	КОМПАНИИ Coca Cola, WBD, Danone, Nestle, Балтика, Красный октябрь, Ford, Nivea, P&G, Sony, Samsung, Dell, Savage, Фарма, Бензин, Строительство	АУДИТОРИИ Потребители –60% Дистриб. – 20% Инвесторы – 10% ОВ – 5% Разное – 5%	КОМПАНИИ X5, IKEA, Персона, McD, Карофильм, Мега, Русский стандарт, Рольф, Мегафон (B2C), Аэрофлот, Мир, М-видео, Мастер Дент, почта, Такси, ЖКХ, Сбербанк	АУДИТОРИИ Персонал – 30% Потребители – 40% Регуляторы (ОВ) –15% Инвесторы – 10% Разное – 5%
B2B	КОМПАНИИ Лукойл, ИИ, РАО Газпром, МАЗ, Северсталь, РУСАЛ, ТМК, СУЭК, ТОАП, Трансмаш-холдинг, Силовые машины	АУДИТОРИИ ОВ – 50% Инвесторы – 15% B2B – 15% Поставщики – 10% Разное – 10%	КОМПАНИИ IC, Kelly, PWC, Трансконтейнер (РЖД), DHL, Транснефть, Lowells, BBDO, SAP, ВШЭ, Вымпелком (B2B), Росно	АУДИТОРИИ Персонал – 40% Потребители – 20% Регуляторы, ОВ – 20% Инвесторы – 15% Разное – 5%

Из вышеприведенной таблицы видно, что нынешний кризис не оставил персоналу никаких шансов в сфере производства, но в то же время оказывает непосредственное влияние в сфере услуг, независимо от рынка прямых или косвенных продаж. Жизнестойкость компаний, работающих на рынке услуг, напрямую зависит от персонала компаний, работающих на данном рынке. Из таблицы видно, что влияние персонала составляет не менее 40%, что на фоне всех остальных факторов является основополагающим.

Согласно теории об инвестициях в человеческий капитал, еще до возникновения кризисной ситуации, менеджмент этих компаний должен был сформировать у работника чувство приверженности организации. Приверженность работника к организации можно разложить на следующие составляющие. Во-первых, член предприятия разделяет и делает своими собственными цели организации и ее ценности. Во-вторых, член организации стремится остаться на предприятии и сохраняет это стремление даже тогда, когда это может быть для него невыгодно. В-третьих, член организации готов не только стараться для нее, но и принести в жертву свои личные интересы, ради интересов компании. Приверженность организации — это личная особенность каждого человека. Поэтому организация должна развивать и усиливать это расположение с помощью различных приемов-инвестиций.

Именно своевременный учет проделанных инвестиций в человеческий капитал в данных организациях, в период кризиса наглядно помог проанализировать, что инвестиции в человека содействуют не только повышению мотивации и повышению доходов индивида, но и способствуют росту прибыли компании. Не говоря уже о том, что потребности и возможности интеллектуального потенциала и профессиональных навыков человека есть движущая сила социального развития. В критических условиях руководства компаний, в которых влияние персонала составляет 40%, необходимо всеми силами сохранить то, что «выращивалось» и инвестировалось длительный период времени, так как равноценная альтернатива на рынке отсутствует, а на обучение нового персонала просто нет времени и достаточных средств.

Особенность инвестиций в человеческий капитал, их отличие от иных инвестиций связаны с тем, что инвестиции в человеческий капитал неотделимы от объекта инвестиций (сотрудника). В соответствии с этим инвестиции в человеческий капитал могут быть разделены на специальные и общие.

Инвестиции в человеческий капитал относятся к специальным, если сотрудник сможет применить полученные знания только работая в той компании, которая осуществила эти инвестиции. Если же полученные знания сотрудник может применить и перейдя работать в другую компанию, то такие инвестиции относятся к общим.

Адекватное отражение инвестиций в человеческий капитал с нашей точки зрения является обязательной составляющей бухгалтерской отчетности. Согласно, что не каждая отрасль многообразного бизнеса нуждается в оценке «вложений в человека», но те отрасли, что описаны выше, нуждаются. В условиях кризиса ситуация особо оче-

² Статья в РБК <http://top.rbc.ru/society/19/11/2008/261849.shtml>

видна, так как, массовое увольнение персонала и сокращение расходов на заработную плату в нашем случае являются губительными для бизнеса. Отражение инвестиций в человеческий капитал в финансовой отчетности имеет место быть, но текущее состояние рынка подтверждает, что изменение стандартов бухучета и отклонение от международных стандартов финансовой отчетности — только исказят общую картинку и исказят фактические данные, создав эффект, аналогичный сегодняшней ситуации с акциями и инвестициями. В стандартном российском бухгалтерском отчете невозможно привязать затраты на обучение персонала к выручке, заработным платам и прочим бонусам. И порой расходы на обучение, и повышение квалификации персонала запрещены к вычету для налогообложения. И уж точно невозможно объяснить основным инвесторам, почему в период кризиса необходимо не просто не понижать заработную плату персонала, а даже увеличивать, либо вводить дополнительные бонусы и материальные мотивации. Другими словами, расчет показателей эффективности в человеческий капитал затруднителен из-за того, что оценить прирост дохода компании, вызванный инвестициями в обучение, методами бухгалтерского учета невозможно.

Для решения данного вопроса и необходима другая, дополнительная отчетность, которая не будет являться обязательной для всех, но позволит отражать те факты, которые показывают связь между инвестициями в персонал — выручкой — ФОП — динамикой развития компании — ростом клиентской базы. А так же будет отражать реальную стоимость компании.

Данный отчет сравним с термином «гудвилл». «Goodwill» — определяется как «доброе имя» фирмы. Человеческий капитал и инвестиции в него — это факторы, которые на данный момент отдельно не выделяются и не оцениваются в отчетности предприятия, но служат реальным источником прибыли.

Особенно в условиях кризиса, управление людьми становится фактором, определяющим успех или неудачу организации.

Литература

1. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. СПб.: Питер, 2005.
2. Лукашевич В.В. Эффективность инвестиции в человеческий капитал. Журнал «Полиграфист и Издатель». 2002. № 6.

3. Арабян К.К. «Измерение человеческого капитала». Журнал «Финансовый менеджмент». 2002. № 2.
4. Просвирина И.И. «Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы. Журнал «Финансовый менеджмент». 2004. № 4.
5. Букович У. Уильямс Р. Управление знаниями. М.: ИНФРА-М, 2002.
6. Козырь Ю.В. Размышления о стоимостной оценке знаний.
7. Словарь по общественным наукам.
8. Статья в РБК <http://top.rbc.ru/society/19/11/2008/261849.shtml>

В. В. Дзюбан,
доцент кафедры «ФИ и С» Брянского государственного
технического университета, кандидат педагогических наук,
руководитель Брянского РОО РОСА

Куриль или не курить – вот в чем вопрос! (социологический аспект)

Аннотация. В статье рассматривается проблема табакокурения, ее последствия и методы ее решения.

Ключевые слова: курение, сигарета, болезнь, табак, опасность, профилактика.

Вредные привычки на сегодняшний день являются актуальной проблемой, т.к. затрагивают большую массу людей и пагубно сказываются на развитии общества.

В XX веке табачная эпидемия унесла жизни 100 миллионов человек. Сейчас ежегодно умирает 5,4 миллиона человек. Если не будут приняты срочные меры:

- к 2030 г. смертность превысит 8 миллионов в год;
- к 2030 г. более 80% смертей, вызванных употреблением табака, будет приходиться на развивающиеся страны.

Фактически употребление табака способно убивать столь многочисленными и разными путями, что представляет собой фактор риска в отношении шести из восьми основных причин смерти в мире. [1, с. 7]

Заштрихованные зоны указывают процент смертных случаев, связанных с употреблением табака, и окрашены в цвет столбца соответствующей причины смерти.

Более 17% смертей в России связано с табакокурением. Такие данные приводятся в приветствии главы Минздравсоцразвития РФ Татьяны Голиковой участникам V Российской конференции врачей по борьбе против табака в преддверии Всемирного дня без табака, отмечаемого 31 мая.

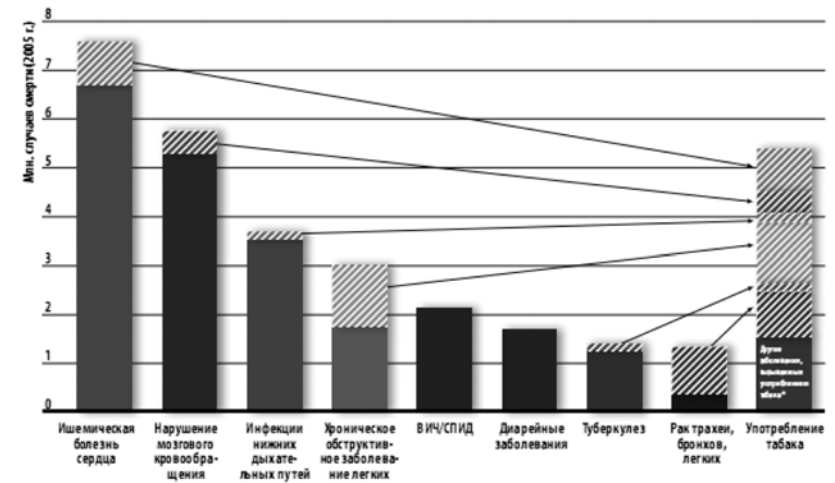


Рис. 1. [1, с. 9]

«Сегодня курение представляет серьезный вызов для всего мира. По данным ВОЗ, в настоящее время в мире каждые 6 секунд умирает один человек от заболеваний, связанных с курением табака, а ежегодно по этой причине умирают 5 миллионов человек», — отмечается в приветствии, распространенном пресс-службой Минздравсоцразвития.

По оценкам экспертов, в России от болезней, связанных с табакокурением, ежегодно умирает от 330 до 500 тысяч человек. В стране курят около 60% мужчин и 30% женщин.

Результаты социологического опроса, проведенного в начале октября 2009 года в одной из школ Брянской области, практически подтверждают статистику по стране.

Из 350 опрошенных старшеклассников, на вопрос «Куриет ли ваша мать?» утвердительно ответило 35% учащихся. По данным этого опроса, отцов курит 55%. Среди самих учеников, курящими оказались 40%, участвовавших в опросе. А на вопрос «Хотели бы вы, чтобы курили ваши дети?» утвердительно не ответил никто.

Принято считать, что поощрение занятий спортом, особенно среди молодежи, является эффективным средством профилактики потребления алкоголя и табака. Это мнение обосновывается следующими соображениями: 1) занятия спортом занимают свободное вре-

мя людей, которое, в противном случае, будет потрачено на деятельность, связанную с потреблением алкоголя и табака; 2) для достижения высоких результатов в спорте нужно снижать потребление алкоголя и табака, так как они негативно влияют на физическое состояние; 3) руководители спортивных организаций могут наказать своих подопечных за употребление алкоголя и табака.

Эти соображения воспринимаются в наших странах как аксиомы, поэтому никаких исследований для их проверки не проводилось. Однако в США и других странах было решено убедиться в справедливости данного мнения, используя данные разнообразных опросов, в которых респондентам задавались вопросы как об употреблении алкоголя и табака, так и о занятиях спортом.

Не всегда обнаруживается прямая связь между физической активностью и склонностью индивида к курению. Например, не выявлена связь между активным курением (когда выкуривается более десяти сигарет в день) и временем, отведенным на активную физкультуру и спорт; вредные привычки более распространены среди физических активных студентов. В Австралии, например, 14% курящих и 20% некурящих 18-летних юношей были физически пассивными. [2, с. 90]

Результаты опросов, проведенных в США, Швейцарии, Германии, Франции, Бразилии, Финляндии говорят о том, что распространенность курения среди тех, кто занимается спортом, заметно меньше, чем среди тех, кто им не занимается.

Однако опросы выявили и неожиданные закономерности, например, среди американских студентов-спортсменов уровень потребления бездымного табака был заметно выше.

Более того, как показало одно исследование, интенсивность занятий спортом (при учете факторов расы и года обучения) была достоверно сопряжена с потреблением бездымного табака, а взаимосвязь с курением отсутствовала [4].

Хотя результаты опросов демонстрируют то, что среди занимающихся спортом молодых людей распространенность курения обычно заметно ниже, закономерно возникает вопрос о том, является ли занятие спортом причиной отказа от курения, либо дело в том, что существуют некоторые третьи параметры, которые одновременно влияют и на вероятность занятий спортом, и на вероятность курения.

Например, сравнение подростков из бедных и богатых социально-экономических групп показало, что подростки из бедных групп меньше занимаются спортом [5]. С другой стороны, результаты обзора разнообразных исследований подростков из разных социаль-

но-экономических групп показали, что для бедных подростков характерна не только пониженная физическая активность, но и более бедная диета, однако при этом повышенная распространенность курения. Что касается потребления алкоголя, то существенных различий между подростками из разных социально-экономических групп не обнаружено.

Сырые результаты опроса афроамериканских подростков были аналогичны результатам других опросов: занимающиеся спортом подростки курили в меньшей степени. Однако когда были учтены такие факторы как пол, социально-экономический статус, самооценка, успеваемость в школе и другие, взаимосвязь между спортом и курением перестала быть статистически значимой. [3, с. 2]

Еще одним способом борьбы с табакокурением являются предупреждающие надписи и фотографии на табачных изделиях.

Упаковка табачного изделия является наиболее экономичным каналом информирования, которым располагают правительства для передачи обращений о вреде курения для здоровья. Качественно оформленные предупреждения отличаются высокой эффективностью. Предупреждения формулируются органами здравоохранения и оплачиваются табачными фирмами.

В сфере досягаемости предупреждений на упаковках находится все население. С их помощью массовая просветительская работа ведется круглосуточно и ежедневно. Потребитель может доставать пачку сигарет 20 раз в день, то есть примерно 7300 раз в год. Пачки видят другие люди, в том числе супруги, дети, друзья и коллеги. Таким образом, с помощью пачек сигарет можно воздействовать как на потребителей табака, так и на лиц, которые его не употребляют.

По сравнению с чисто текстовыми предупреждениями рисунки более заметны, лучше запоминаются и оказывают более эмоциональное воздействие.

Предупреждения с изображениями особенно важны в развивающихся странах, имеющих более высокие показатели неграмотности и малограмотности. Насколько полезно текстовое предупреждение тому, кто не умеет читать? А некоторые лица могут не уметь читать на официальных языках, например, иммигранты, временные рабочие и представители языковых меньшинств.

Число стран, переходящих к использованию графических предупреждений о вреде для здоровья на пачках сигарет, быстро возрастает. По крайней мере, 28 стран завершили разработку требований, и многие другие страны находятся в процессе этой деятельности.

Предупреждения следует помещать как на лицевой, так и обратной стороне упаковки. Если ввести требование о помещении предупреждения только на одной стороне, то промышленность предпочтет помещать их на обратной стороне. При помещении предупреждения только на одной стороне оно значительно менее заметно.

На международном уровне можно ожидать дальнейших инноваций. Например, предупреждения о вреде для здоровья, возможно включающие пиктограмму, следует помещать на самой сигарете.

Следует ввести в практику неброскую упаковку, предписав использовать один и тот же основной цвет (например, коричневый), запретив логотипы или элементы дизайна и оговорив стандартные шрифт, размер шрифта, цвет и размещение названия бренда и стандартизовав формат упаковки. Благодаря неброской упаковке предупреждения о вреде для здоровья станут более заметными, прекратится использование упаковок промышленностью в рекламных целях, и будут введены ограничения на применение промышленностью упаковок, которые вводят в заблуждение.

Предупреждения на упаковках являются важнейшей мерой борьбы против табака. Используя эффективные предупреждения на упаковках, правительства могут предотвратить табакозависимость, сократить заболеваемость и спасти человеческие жизни. [6]

Одним из наилучших способов сокращения потребления табака является налогообложение. Повышение цен на табачные изделия посредством увеличения налогов — единственный наиболее эффективный путь сокращения потребления табака и побуждения к прекращению его употребления. Повышение цены на табачные изделия на 70% может предотвратить четверть всех связанных с курением смертных случаев в мире. Повышение налога также приносит непосредственные выгоды государству в виде увеличения налоговых поступлений, которые могут использоваться на борьбу против табака и на другие важные медико-санитарные и социальные программы. Налоги на табачные изделия веками применялись правительствами во всем мире.

Они хорошо принимаются и населением, и политическим руководством, поскольку табак не является предметом первой необходимости и его налогообложение не вызывает затруднений. Из всех видов налогообложения налоги на табачные изделия, возможно, наиболее легко воспринимаются даже бедным населением, поскольку большинству понятно, что табак вреден.

Повышение налогов особенно важно для ограничения употребления табака среди молодежи и бедных слоев населения, которые в

наибольшей степени выиграют от сокращения потребления. Люди, входящие в эти социально-экономические группы, намного более чувствительны к ценам на товары. Повышение цены на табачные изделия в первую очередь поможет убедить их прекратить или не начинать потреблять табак.

В Южной Африке, например, ставки налога на табачные изделия выросли в течение 1990-х гг. на 250% и составляют сегодня величину немногим ниже 50% розничной цены. Потребление сигарет снижалось на 5–7% при каждом повышении цены сигарет на 10%, что привело к резкому сокращению потребления, причем максимальное снижение отмечалось среди молодежи и бедного населения.

Руководители и другие представители табачной промышленности утверждают, что повышение налогов на табачные изделия наносит ущерб малоимущему населению. На самом деле повышение налогов на табачные изделия увеличивает государственные доходы, которые во многих случаях используются для финансирования социальных программ. Часть новых налоговых поступлений может быть использована для оказания поддержки антитабачных рекламных кампаний, а также служб содействия прекращению употребления табака для желающих бросить курить.

Кроме этого, повышение налогов помогает бедным прекратить употребление табака и перераспределить свои средства на цели первой необходимости, включая продукты питания, жилье, образование и медицинское обслуживание. Повышение налогов, сокращающее потребление табака, помогает бедным семьям выбраться из нищеты и больше туда не возвращаться. Кроме того, при сокращении связанных с табаком заболеваний повышается производительность населения и его способность заниматься оплачиваемым трудом. [1, с. 39–40]

Так как наряду с «активным» курением существует «пассивное» курение, которое так же наносит огромный вред здоровью некурящих людей, требуется комплекс мер по защите этой категории людей от табачного дыма.

Исследования ясно свидетельствуют, что безопасного уровня воздействия пассивного курения не существует. Конференция участников Рамочной конвенции, Международное агентство Всемирной организации здравоохранения по изучению раковых заболеваний, Главный хирург США и Британский научный комитет по табаку и здоровью единодушно сходятся во мнении, что пассивное курение способствует развитию целого ряда заболеваний, в том числе болезней сердца и многих видов рака. Например, воздействие пассивного

курения увеличивает риск ишемической болезни сердца на 25–30%, а риск рака легких у некурящих – на 20–30%.

Для борьбы с последствиями «пассивного» курения во многих странах создают зоны, свободные от табачного дыма.

Ирландия представляет убедительные доказательства положительного влияния на здоровье зон, свободных от табачного дыма. После того как в стране в 2004 г. было введено законодательство о запрете на курение в общественных местах, концентрации никотина в окружающем воздухе сократились на 83%, а продолжительность воздействия пассивного курения на работников баров упала с 30 часов в неделю до нуля.

Зоны, свободные от курения, помогают также и тем курильщикам, которые хотят бросить курить. Законы о запрете на курение на рабочих местах могут обеспечить сокращение абсолютной распространенности курения на 4%. Политика запрещения курения на рабочих местах в нескольких промышленно развитых странах обеспечила сокращение употребления табака среди работающих в среднем на 29%.

Законодательство, запрещающее курение в общественных местах, также стимулирует семьи к запрету на курение в домах, что защищает детей и других членов семьи от опасностей пассивного курения. После введения в действие всестороннего законодательства о запрещении курения даже курильщики, возможно, будут добровольно соблюдать правила запрета на курение в своих домах.

Полный запрет на курение во всех помещениях является единственной мерой вмешательства, эффективно защищающей людей от вреда пассивного курения. Обеспечение соблюдения законов о запрещении курения в полном объеме имеет решающее значение для их эффективности, особенно сразу после введения этих законов в действие. За курение в местах, где оно запрещено, должны применяться четкие и единообразные санкции. Самым надежным способом обеспечения соблюдения закона является наложение штрафа на владельцев заведений, хотя лица, которые курят в таких местах, могут быть также подвергнуты санкциям.

Первоочередная цель создания свободных от табачного дыма рабочих мест – охрана здоровья работников. Владельцы предприятий обязаны обеспечить своим работникам безопасные рабочие места. Поэтому они должны нести основную ответственность за то, чтобы их предприятие оставалось свободным от табачного дыма. [1, с. 25–28]

Литература

1. Доклад ВОЗ о глобальной табачной эпидемии, Комплекс мер MPOWER, Всемирная организация здравоохранения 2008 г. С. 68
2. Юношеский спорт – фактор социализации. С.Шукис, К.Кардьялис, Р.Янкаускаене. Журнал «Социологические исследования», 2005. № 11. С. 157.
3. Бюллетень Алкогольной, Наркотической, Табачной Информации (АНТИ). 2009. № 25. С. 3.
4. Rigotti N. A., Lee J. E., Wechsler H. US college students' use of tobacco products: results of a national survey. J. Am. Med. Assoc., 2000, 284: 699–705.
5. Tuinstra J, Groothoff JW, van den Heuvel WJ, Post D. Socio-economic differences in health risk behavior in adolescence: do they exist? Soc Sci Med. 1998 Jul;47(1): 67–74.
6. Бюллетень Всемирной организации здравоохранения. 2009. № 8. С. 3.

екты) программного направления — задачи развития благоприятной среды для благотворительности и социального инвестирования.

Темы проектов могут включать, но не ограничиваться следующим перечнем:

- обеспечение нормативно-правового и налогового законодательства, регулирующего отношения участников благотворительной деятельности;
- развитие диалога с государственным сектором, установление прозрачных и четких правил осуществления благотворительной деятельности;
- снижение административных барьеров, ущемляющих свободу компаний в выборе приоритетов и форм благотворительной деятельности;
- повышение профессионального уровня сотрудников компаний, занимающихся реализацией социальных и благотворительных программ;
- совершенствование благотворительной и социальной политики компаний;
- разработку и апробирование аналитических инструментов, помогающих компаниям планировать, осуществлять и оценивать эффективность благотворительных и социальных программ;
- разработку и внедрение этических принципов участников благотворительной деятельности;
- создание медийных продуктов, направленных на освещение эффективных корпоративных благотворительных и социальных программ и их результатов;
- развитие и продвижение образования в области менеджмента (управления) некоммерческими организациями (НКО).

То есть, совершенствование благотворительной и социальной политики через развитие управления некоммерческим сектором и оптимизацию корпоративной социальной политики, так же как и вовлечение человека, его эмоций, рациональных соображений, самых разных чувств и моментов восприятия информации, — это то содержание, которым нужно научиться пользоваться. Это все составляющие инновационных технологий, в том числе таких форм как социально ориентированный маркетинг (или маркетинг через благотворительность) и социальное предпринимательство. Это те инструменты, которые могут эффективно содействовать развитию гражданского общества в России

Е. А. Зеленова,

кандидат экономических наук, Академия государственной службы
при Президенте РФ (РАГС), МИРБИС (МВА)

Совершенствование благотворительной политики в современных условиях

Аннотация. Чтобы способствовать дальнейшему развитию и совершенствованию благотворительной политики в современных условиях, нужно научиться правильно использовать новые формы и механизмы по различным аспектам деятельности некоммерческих организаций (НКО) и бизнеса, нужно уметь правильно ставить и понимать задачи, которые будут реализовываться, иметь профессиональную подготовку в управлении некоммерческими организациями и качественную методику оценки социальных инвестиций (СИ) и практики социального партнерства (СП).

Ключевые слова: благотворительная деятельность, инновационные технологии; корпоративная социальная политика, методика оценки, некоммерческая организация (НКО), оптимизация, совершенствование, социально ориентированный маркетинг, эффективность.

Процесс совершенствования — это такой ценностный процесс, который вовлекает в свою орбиту значительный комплекс человеческих качеств и ценностей, можно сказать — это практически бесконечный процесс. Рассматривая процесс совершенствования благотворительной и социальной политики компаний (бизнеса) нужно понимать, что речь идет, во-первых, о развитии управления некоммерческим сектором, об апробировании и внедрении эффективных моделей реализации корпоративных благотворительных и социальных программ. Во-вторых, об оптимизации корпоративной социальной политики через деятельность компании по определению и продвижению новых методов и технологий, которые обладают существенно новыми свойствами, для достижения социально полезных целей. Чтобы представление по данному вопросу было полным, необходимо перечислить задачи (про-

через создание некоммерческих организаций, которые будут конструктивно работать для общества как самостоятельно, так и во взаимодействии с органами власти, коммерческими структурами и средствами массовой информации (СМИ). Так же как, дальнейшее развитие некоммерческого сектора в России предполагает создание новых механизмов поддержки института благотворительности, совершенствование НКО и его управление.

С этой точки зрения в ближайшее время определяющими станут несколько факторов, связанных с политикой государства. В отношении некоммерческого сектора в целом, это: развитие социальной политики, правовое регулирование сектора, политическая активность граждан и политика различных ветвей власти по отношению к НКО. Среди экономических факторов особенно выделяется эффективность некоммерческих организаций в предоставлении социальных услуг по сравнению с государственными институтами; налоговый режим; состояние реальной экономики в связи с мировым кризисом; источники финансирования НКО. К важным социальным факторам можно отнести уровень доверия общества к третьему сектору и уровень общественной и социальной безопасности, проблему бедности и социального неравенства. К существенным технологическим факторам относятся: открытость и прозрачность третьего сектора, демократизация средств массовой информации и их доступность в регионах, внедрение новых форм и технологий, а также развитие Интернет-ресурса (схема 1).

Совсем недавно, на экспертной встрече «Новые стратегии в условиях кризиса», прошедшей в декабре 2008 г. в Москве по инициативе компании «Evolution and Philanthropy», были рассмотрены два наиболее вероятных сценария развития современной благотворительности («конструктивный» и «протестный») и сектора НКО в зависимости от отношения государства к некоммерческим организациям и глубины финансового кризиса [7, с. 66–67].

В первом случае эксперты определили, что при сужении финансовых возможностей политика государства по отношению к НКО будет достаточно либеральной, станет развиваться частная благотворительность, а мобилизация различных ресурсов произойдет на местном уровне. «Протестный» сценарий предполагает ужесточение государственного контроля над благотворительной деятельностью и, как следствие, увеличение доли неформализованных протестных движений, которые и станут де-факто представлять третий сектор.

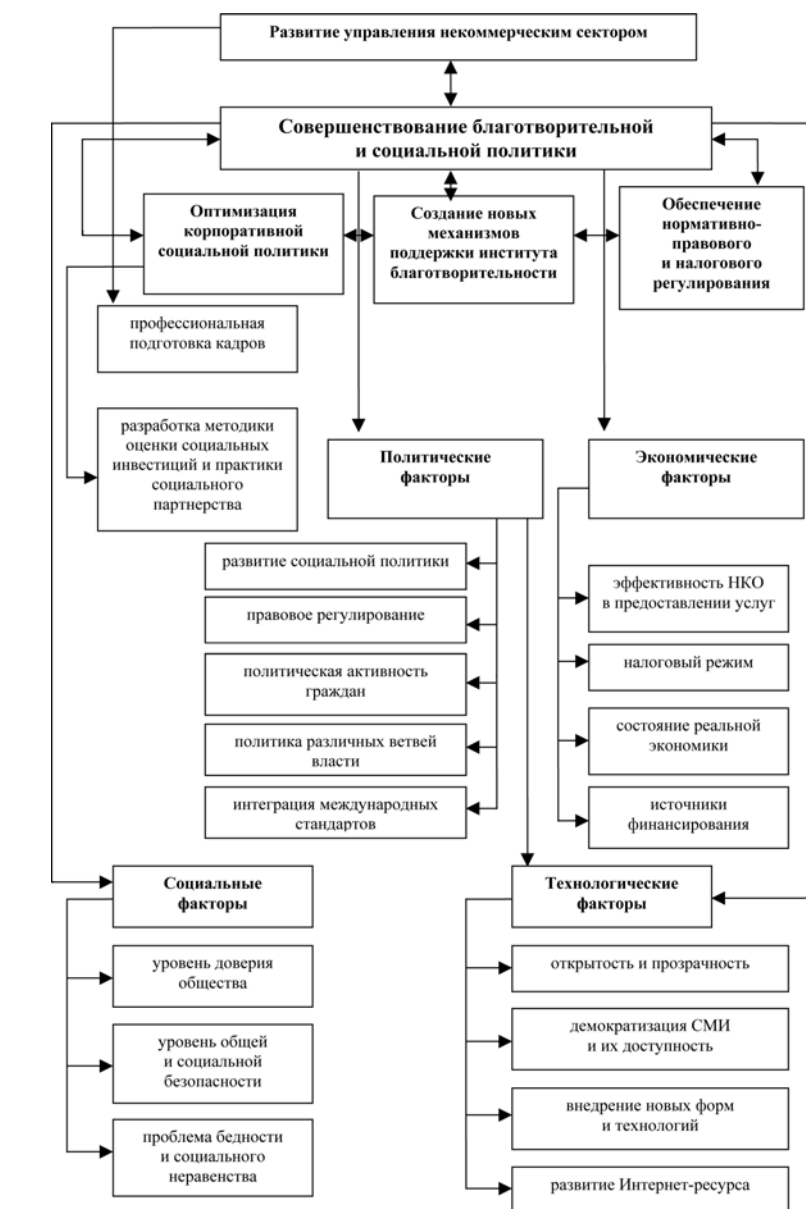


Схема 1. Совершенствование благотворительной и социальной политики

Также эксперты посчитали, что в зависимости от степени активности граждан при активном вмешательстве государства в регулирование благотворительной сферы реальными могут стать и две стратегии развития некоммерческих организаций: «псевдогражданское общество» — огосударствление третьего сектора. Или «параллельные миры» — разделение НКО на «своих» и «чужих» для власти, при увеличении протестной активности граждан и финансирования несистемных проектов.

Представители некоммерческих организаций предположили еще один сценарий: возможно, будут иметь место смешение различных факторов развития благотворительности и НКО. Для изучения и анализа данного вопроса было решено открыть специальный раздел на сайте Форума доноров, а в будущем создать отдельный моделируемый интернет-форум и проект по определению возможных перспектив развития благотворительности в России. В качестве дополнения, в условиях развития гражданского общества и социально ориентированной экономики нужно будет еще учиться совершенствовать управление благотворительными фондами, неприбыльными и неправительственными организациями (некоммерческим сектором), где дилетантство и неэффективность были нормой. Поэтому так сегодня необходимы новые подходы в развитии технологий, обучающих программ по менеджменту для поддержки развивающегося сектора НКО и в развитии фондов, уже имеющих свою историю. В этом плане они, как представляется, должны развиваться в направлении «новой» благотворительности (филантропии) не только потому, что в их органы управления будут входить многие из тех, кто сегодня формирует свой капитал, а еще и потому, что средства, используемые на основании новых принципов корпоративной благотворительности, социального предпринимательства, социальных инвестиций и т.п., принесут гораздо более ощутимые результаты. Результаты, которые смогут привести к созданию, принятию и налаживанию в России новой рыночной экономической системы и дальнейшему продвижению ее гражданской активности.

Если мы говорим о проведении корпоративной социальной политики как положительном факторе позиционирования бизнеса в благотворительной сфере важным будет являться факт перехода от затратных форм благотворительности к оптимизации корпоративной социальной политики.

От единовременных пожертвований бизнеса и неотслеживаемой раздачи средств к выработке стратегии, планированию социально значимых проектов и программ, то есть перехода от традиционной бла-

готворительности к новым формам и видам филантропии, к продуктивным социальным инвестициям и т.п. Соответственно такие методы как оценка результатов, социальная отчетность с конкретной оценкой эффективности корпоративной социальной политики, социальных инвестиций (СИ) и практики социального партнерства (СП) приобретают большое значение.

Кроме этого, качественная оценка социальных инвестиций предполагает анализ степени полноты и комплексности инвестиционного процесса социальных программ. Экспертами России и других стран постоянно предпринимаются попытки выработки соответствующих оценочных показателей. Но главная проблема оценки эффективности СИ и СП, по мнению доктора философских наук, профессора Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусства Г. Тульчинского, экспертов Российского союза промышленников и предпринимателей В. Кашина и А. Нецадина [5, с.20-28], — ее многовекторный и многоуровневый характер. Авторами выделяются виды эффективности, содержание (направленность) социальных инвестиций (СИ) и практики социального партнерства (СП), рассматриваются характер оценки и варианты оценки эффективности социальных инвестиций.

Виды эффективности выделяются с точки зрения результативности, экономичности и целесообразности:

- результативность = R/C — отношение полученного результата к поставленной цели (эффективнее та деятельность, которая позволяет достичь желаемых результатов);
- экономичность = R/Z — отношение результатов к затратам ресурсов (эффективнее та деятельность, которая позволяет получить результат с меньшими затратами);
- целесообразность = C/P — отношение целей к реальным социальным проблемам (эффективнее та деятельность, которая позволяет решить реальные социальные проблемы).

По содержанию (направленности) СИ и СП инвестиции могут направляться либо во внутреннюю среду компании, либо во внешнюю (в т.ч. и в благотворительность).

Характер оценки эффективности СИ и СП может оцениваться с двух основных позиций: для общества (совокупность ранее недоступных благ, количество людей их получивших; в конечном итоге — собственно сумма затрат на СИ и СП); для бизнеса (что дали самому бизнесу эти расходы: известность; улучшение общественного мнения; рост финансовых показателей, капитализации).

Система оценки использует стандартные данные о социальной политике компаний и не предполагает дополнительных исследований, тем не менее, следует учитывать феномен насыщения, когда социальные инвестиции при достижении некоего порогового значения перестают влиять на изменение конечного результата и эффективность вкладываемых средств; возможность замещения одного фактора другим.

Далее, исходя из выше перечисленных признаков, выделяются три основных варианта оценки эффективности социальных инвестиций:

- с точки зрения динамики роста СИ и развития СП;
- сопоставление со средними показателями затрат на внутреннее и внешние СИ и СП;
- разработка оптимальных (целевых) нормативных показателей внутренних и внешних СИ и оценка эффективности как сопоставление с этими показателями, что предполагает выявление приоритетных задач социального развития (в том числе применительно к конкретному региону, предприятию, т.е. формированию социального заказа).

Наиболее полным и комплексным является третий вариант оценки эффективности социальных инвестиций, однако в зависимости от ситуации и задач вполне оправданным является применение и двух других. При переходе от одного варианта к другому происходит накопление существенной информационной базы, но серьезная проблема связана с выделением итоговых показателей, по которым могут быть проведены расчеты для выявления корреляций и определения точек насыщения.

Таким образом, предлагаемая методика оценки эффективности социальных инвестиций и практики социального партнерства является приоритетной отечественной разработкой, позволяющей интегрировать общие принципы международных стандартов социальной отчетности с конкретной оценкой эффективности корпоративной социальной политики.

Использование методики позволяет:

- во-первых, перейти от затратных форм корпоративной благотворительности к оптимизации социальной политики компаний, затрат на социальные нужды, от традиционной помощи бедным к созданию новых возможностей социального развития; повысить прозрачность и публичность социальной политики (политики взаимосвязей и взаимоотношений);

- во-вторых, создать равные возможности для всех участников бизнеса посредством введения общих критериев измерения СИ и СП;
- в-третьих, сформировать системную социальную политику на корпоративном и региональном уровнях на основе сравнения эффективности социальной политики компаний различных отраслей, разных организационно-правовых форм, масштаба;
- в-четвертых, привлечь внимание широкой общественности к наиболее эффективному опыту СИ и СП;
- в-пятых, наладить конструктивные связи с различными социальными группами;
- в-шестых, оптимизировать отношения с местными органами власти и общественностью для дальнейшего конструктивного диалога;
- в-седьмых, адаптировать требования и критерии корпоративной социальной ответственности (КСО) к масштабам и специфике малого и среднего бизнеса, объединив усилия ведущих специалистов в области КСО (в нашей стране их крайне мало, поэтому консолидация особенно важна).

То есть, данная методика, включая приведенные характеристики, может быть использована для комплексной оценки результатов внутренних и внешних социальных инвестиций и социального партнерства, а также для разработки системы международной сертификации эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства).

Таким образом, совершенствование благотворительной политики через оптимизацию корпоративной социальной политики предполагает деятельность компании (бизнеса) по определению и продвижению новых методов и технологий (социальные инвестиции, социальное предпринимательство, социально ориентированный маркетинг), которые обладают новыми свойствами, для достижения социально полезных целей, т.к. основа осуществления корпоративной социальной политики — это есть социальное управление в аспекте реальной социальной политики. Так же как подготовка в управлении некоммерческими организациями, качественная методика оценки социальных инвестиций (СИ) и практики социального партнерства (СП) дает возможность определить эффективность корпоративной социальной политики и корпоративной благотворительности.

Литература

1. Комментарий к Федеральному закону «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» / Под общ. ред. В.И. Шкатуллы. М., 2003.
2. Закон и НКО в современной России: Практическое пособие (на рус. яз.). М.: Фонд «Школа НКО», 2007. 216 с.
3. Зеленова Е.А. Нормативно-правовое регулирование благотворительной деятельности. Государственное строительство и право: Сб. статей / Под общ. ред. Г.В. Мальцева. М.: МосГУ, 2009. Вып. 24.
4. Зеленова Е.А. Тенденции развития благотворительности на современном этапе. Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. науч. трудов. Вып. XIX / Под общей ред. В.С. Балабанова. М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2009.
5. Кашин В., Нецадин А., Тульчинский Г. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) // Человек и труд. 2009. № 5.
6. Социальная политика / Под общ. ред. Н.А. Волгина. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во Экзамен, 2008. 943 с.
7. Деньги и благотворительность. 2009. № 1 (69).

С. А. Моксина,
аспирант Российской академии предпринимательства,
Директор Центра персонализации личности
при Подмосковном филиале Российской Академии
предпринимательства

Е. А. Костромина,
Руководитель проекта «HR-Академия» при Подмосковном филиале
Российской Академии предпринимательства,
кандидат филологических наук

**Персоналистский подход
к построению системы мотивации персонала**

Аннотация. Статья посвящена малоизученным проблемам мотивации персонала малого предприятия, которые являются в настоящее время одной из самых актуальных проблем управления человеческими ресурсами. В статье представлен персоналистский подход к мотивации, который предполагает формирование у работника внутреннего искреннего желания приносить пользу компании, дается анализ системы мотивации предприятия малого бизнеса, находящегося в Восточном Подмоскowie, предложены некоторые методы персональной мотивации.

Ключевые слова: мотивация, персональная мотивация, нематериальная мотивация, управление персоналом

В научной литературе и периодических изданиях по управлению человеческими ресурсами проблемам мотивации в настоящее время уделяется достаточно много внимания. Чаще всего освещаются вопросы мотивации персонала крупных промышленных предприятий, концернов, торговых и телекоммуникационных компаний, в то время как проблемы мотивации персонала в малом бизнесе остаются открытыми.

В настоящее время решение данных проблем должно быть активизировано, так как развитие малого бизнеса в России является

одной из приоритетных задач экономики. На всех уровнях власти разрабатываются программы поддержки малого предпринимательства, включающие различные мероприятия. Президент Д.А. Медведев считает, что в основе обновления малого бизнеса и его роли в российской экономике лежат принципы реализации человеческого капитала, роста инициативы и ответственности людей за их личное благополучие.

В своей статье мы хотим остановиться на малоизученных проблемах мотивации персонала малого предприятия, которые являются в настоящее время одной из самых актуальных проблем управления человеческими ресурсами.

Человек, человеческий ресурс является важнейшим ресурсом и центральной фигурой любого производственного процесса, так как именно от человека в конечном счете зависит эффективность производства и качество выпускаемой продукции. Особое место занимает человеческий ресурс в деятельности малого предприятия, где общее количество работников ограничено и функции каждого работника значительно расширены, это отличает малый бизнес от больших компаний, где сотрудники зачастую обладают знаниями лишь в узко специализированной сфере. Поэтому в малом бизнесе востребованы универсальные специалисты, способные быстро и самостоятельно обучаться и осваивать смежные области.

Работники крупных промышленных предприятий «держатся» за стабильность, традиции, «коллективизм». Малые формы бизнеса привлекают людей своей камерностью, семейственностью, возможностью самореализации, гибкостью отношений.

При этом следует отметить тот факт, что на малых предприятиях наблюдается высокая текучесть кадров, которая снижает и дисциплину труда, и ответственность за результаты труда, и уровень квалификации.

Существует много различных подходов к определению понятия и роли мотивации, но большинство из них объединяет тот факт, что речь идет о коллективе, персонале компании в целом. Хотя следует отметить, что в последнее время и практики-управленцы и ученые все чаще стали в своих исследованиях говорить о личности работника, рассматривать его в совокупности таких составляющих, как характер, здоровье, способности, личные цели.

К числу активно исследуемых вопросов мотивации относятся теория самоидентификации, теория целеполагания, теория справедливости, теория собственной эффективности, теория ожиданий, саморегулирование, поведение «гражданина организации», организационная справедливость, организационная поддержка в понимании сотрудни-

ков, верность своей организации, проявление силы воли, теория властных полномочий и т.д.

Наука говорит о том, что у каждого индивидуума есть те или иные мотивы, т.е. эмоции, желания, планы или потребности, которые подталкивают его к определенным действиям. Мотивация существует всегда. Она может вдохновлять человека, она для него крайне желательна. Иногда мотивация рождается необходимостью избежать неприятных, опасных или даже катастрофических ситуаций (кстати, чаще всего самая действенная для российских сотрудников). Иногда весьма действенным мотиватором является удовольствие; иногда предложение будущего вознаграждения мотивирует нынешние действия даже в случае, если эти действия противоречат сиюминутным интересам (многие работают для того, чтобы через какое-то время уйти в свободное плавание или получать дивиденды), но все это касается в большей степени так называемой внутренней мотивации. Но есть и другой вид мотивации – «ты должен», который вызывает ощущение покорности и обязательности. Конечно, такой тип мотивации является компонентом любой работы, и здесь одним из ведущих стимулов является оплата труда. В этом случае речь идет о понятии внешней мотивации.

Перед практиками-управленцами в последнее время встал вопрос: как сделать так, чтобы совпали внутренняя и внешняя мотивации? Над этой проблемой стоит задуматься, потому что эффективность работы персонала значительно вырастет, если необходимые задания еще и хочется выполнять. В таких случаях скучная и утомительная работа движется быстрее и выполняется не с чувством досады или покорности, а с осознанием принесенной пользы и гордости за свой труд.

Сегодняшнее распространенное мнение о том, что работник сам себя должен мотивировать, очень похоже на бегство от действительности. Подход же с позиций персональной мотивации предполагает формирование у работника внутреннего искреннего желания приносить пользу компании.

Если внимательно посмотреть на персонал, то можно увидеть, что он весь покрыт «эмоциональными шрамами». Они остаются от перемещений вверх и вниз по корпоративной иерархической лестнице на протяжении всей профессиональной деятельности. Эти шрамы стягивают мотивацию и уменьшают уверенность в собственных силах. Они не способствуют успехам компании в той мере, в какой могли бы это делать. Много лет люди могут быть страстно увлечены своей работой, что зачастую приводит к профессиональному выгоранию: работ-

ники вполне справляются со своими служебными обязанностями, но не проявляют того рвения, которое было свойственно им ранее. Эта картина знакома многим предприятиям, не зависимо от масштабов, формы собственности и отрасли деятельности.

Существует ли связь между увлеченностью людей своей работой и производительностью их труда? Такая связь, конечно, имеется, однако следует помнить, что в два раза большая мотивированность не означает вовсе, что производительность труда вырастет также в два раза. Повышению производительности может мешать множество других различных факторов: технико-технологических, экономических, психологических. Однако при прочих равных условиях: чем выше мотивированы люди — тем выше производительность их труда, тем полнее раскрывается их творческий потенциал, тем энергичнее они действуют и тем больших результатов добиваются. Как это выглядит в типичном производственном коллективе? Приведем лишь несколько примеров:

- персональная поддержка со стороны лидеров, как правило, заставляет подчиненных прилагать усилий «больше необходимого минимума». К такому результату приводит удовлетворенность людей своей работой и справедливое отношение к ним со стороны руководителя;
- уверенность работников в готовности руководителя прийти им на помощь, забота компании о своих работниках;
- конкретные, реалистичные, но труднодостижимые цели в большинстве случаев способствуют повышению производительности работников больше, чем постоянные призывы к более усердному труду;
- подчиненные стремятся узнать оценку своей деятельности от руководителя, который помогает им в работе, и, получив такую оценку, как правило, демонстрируют более высокую производительность;
- сотрудники, эмоционально привязанные к своей организации, как правило, проявляют большее усердие, чем те, кто не испытывает подобной привязанности. Эмоциональная привязанность к своей организации у сотрудников возникает в случае, когда они полагают, что их руководители и организация в целом проявляют заботу о них.

Конечно, описаны далеко не все способы мотивации. Это и не является нашей задачей, потому как главным и наиболее существенным является тот факт, что мотивация должна быть *персональной*. При-

водя примеры, мы говорили о сотрудниках вообще, но за каждым из них стоит индивидуальность, личность. Именно поэтому следует говорить о персоналистском подходе¹ к работникам, персональной заботе, персональном развитии, продвижении, адаптации, закреплении. Этот подход предусматривает выявление всех значимых способностей и качеств личности (профессиональных, физиологических, социализированных) — так называемая «персонафикация»² — с целью реализации этих качеств в конкретных условиях организации как основы достижения максимальной социально-экономической эффективности. Нам представляется, что в современных условиях только такой подход к персоналу обеспечит эффективное развитие организации, так как персонально мотивированный сотрудник не разделяет свои цели и цели компании. Такие работники все в большей степени становятся подлинным источником устойчивого конкурентного преимущества организации, в которой они трудятся.

Персоналистский подход к управлению человеческими ресурсами является, на наш взгляд, одним из самых перспективных, поэтому мы в настоящее время активно разрабатываем его принципы и реализуем их в практической деятельности компаний.

Теория персональной мотивации была опробована на практике в одном из предприятий Восточного Подмосковья. И в качестве иллюстрации к приведенным выше тезисам хотелось бы рассмотреть систему мотивации данной организации. Общество с ограниченной ответственностью «Н» производит предметы интерьера: скульптуры, светильники, часы, мини-бары и мебель; занимает сегмент дорогих эксклюзивных товаров для домашнего и офисного интерьера, представленных в крупных мебельных магазинах Москвы.

Следует отметить, что рынок мебели и предметов интерьера имел до кризиса бурный рост, что не в последнюю очередь связано с ростом доходов населения и изменением образа жизни. Приобретение мебели и, соответственно, увеличение ее производства и импорта тесно связано с таким фактором, как строительство нового жилья, которое до наступления кризиса имело высокие темпы роста.

Половину всего мебельного производства в России обеспечивают малые и средние предприятия. Самые перспективные направле-

¹ Идея персоналистского подхода к управлению персоналом принадлежит А.А. Арзамасцеву, канд. пед. наук, директору Подмосквовного представительства Российской Академии предпринимательства.

² Термин предложен А.А. Арзамасцевым.

ния бизнеса для небольшой компании — офисная, кухонная и специализированная мебель.

Рассматриваемое нами предприятие существует уже 15 лет и осуществляет деятельность в сложной конкурентной среде, так как около 50% производства мебели в России сосредоточено именно в Центральном федеральном округе.

На предприятии в настоящее время, несмотря на кризис, активно осуществляется процесс приема персонала, что связано с развитием организации. Однако для успешной реализации стратегии развития необходима стройная, логичная система работы с персоналом. В данной компании, как и в большинстве предприятий малого бизнеса, формальная работа с персоналом была ограничена кадровым делопроизводством.

В успехе любой компании одну из главных ролей играет человеческий ресурс, для исследуемого предприятия это связано в первую очередь со спецификой творческого труда, потому что эксклюзивная мебель и предметы интерьера не производятся, а создаются. Однако еще до кризиса данная организация испытывала сложности на рынке. В качестве важнейшей проблемы, препятствующей эффективному развитию предприятия, было выявлено отсутствие эффективной системы мотивации. Поскольку в организации нет отдела персонала, что характерно для малого бизнеса в России, построением системы мотивации занялись специалисты кадровой школы «Персоналистика».

Первоочередной задачей было формирование принципов мотивации производственного персонала. Работники исследуемого предприятия были слабо мотивированы на эффективный труд, причем методы нематериального стимулирования отсутствовали вовсе, и нарушалось одно из самых главных правил мотивации — прозрачность.

Материальное вознаграждение у персонала, занятого на производстве, состояло из двух частей: постоянной — небольшой оклад (МРОТ) и переменной — в зависимости от количества и качества произведенных предметов. Однако данная система официально не учитывала общей доходности предприятия, поэтому, когда снижались продажи, рабочим понижали и переменную часть, нередко не объясняя причин. Поэтому работники не могли прогнозировать сумму оплаты труда и не были мотивированы производить больше и качественнее.

Сотрудник должен четко представлять, от чего зависит размер его заработной платы. Ведь основа материальной мотивации — понимание человеком того, что именно он может сделать для увеличения своего вознаграждения.

Однако следует отметить тот факт, что на малых предприятиях региона заработная плата не всегда является мотиватором номер один, поскольку ее уровень далек от уровня оплаты труда персонала крупных компаний. Это приводит к необходимости поиска альтернативных способов мотивации — нематериальных.

На разработку системы нематериальной персональной мотивации в малом бизнесе очень сильно влияют такие факторы, как тесная работа в коллективе и более высокие требования к психологическому климату и психологической совместимости, справедливое отношение руководства и социальная стабильность. Немаловажным является и тот факт, что для малых предприятий в большей степени, чем для крупных, характерен индивидуальный подход к сотрудникам, поэтому здесь легче адаптировать общие методы под каждого персонально.

Нами была предложена новая система мотивации для анализируемой организации, которая формально была закреплена в документах. Перечислим некоторые положения предложенной системы мотивации персонала, которые касаются персонала, занятого на производстве:

- необходимо осуществить и довести до каждого работника принцип непосредственной и тесной связи вознаграждения с достигнутыми успехами в работе в виде дохода от роста прибыли, выраженного в процентах для каждого работника, в том числе и рабочего производства;
- заранее согласовать принципы вознаграждения за перевыполнение плана и закрепить это в положении о премировании;
- необходимо привести в соответствие зарплату реальному вкладу сотрудника в успех фирмы и разумным жизненным расходам;
- каждая премия должна вручаться непосредственным начальником и сопровождаться беседой и публичными поздравлениями;
- необходимо подтверждать «нужность» работника для предприятия при помощи нематериальных символов уважения и признания, таких как доска почета, грамоты, передача функций наставника, консультанта (особенно это ценно для людей старшего поколения, которых на производстве занято немало);
- необходимо активнее вовлекать в корпоративные мероприятия работников производства;
- регулярно выявлять у каждого сотрудника его видение перспектив личной профессиональной деятельности с целью обучения и развития.

Новая система мотивации начала внедряться с января 2009 г., и уже заметны положительные результаты, больше видна вовлеченность работников, занятых на производстве, в трудовую деятельность и конечный результат.

Таким образом, в качестве основных принципов персональной мотивации с позиций персоналистского подхода можно выделить следующие:

1. Учет персональных качеств и способностей работника.
2. Учет отношения работников к собственному здоровью и пропаганда здорового образа жизни в организации.
3. Участие организации в становлении устойчивых позитивных социальных установок, в том числе и в семейной жизни работников. Баланс работы и личной жизни.
4. Содействие самообразованию и самомотивации работников, которое должно привести к развитию креативности персонала и участию в организационных инновациях.
5. Баланс личных и корпоративных целей. Четкая постановка цели, достижение конкретного результата в соответствии с личными интересами и интересами организации.
6. Учет специфики отрасли народного хозяйства.
7. Учет специфики территории, географического положения предприятия.
8. Системный подход к управлению персональной мотивацией.

Следует еще раз подчеркнуть, что изучение и внедрение мотивации с персоналистских позиций — это новое направление в отечественной науке и практике, основанное на выявлении уникальных способностей индивидуума и персональной реализации личности.

Данная концепция, несомненно, требует более тщательной разработки как в теоретическом, так и в практическом отношении, имеет широкие научно-исследовательские перспективы.

Литература

1. Арзамасцев, А.А. Достижение рациональной занятости посредством профессиональной ориентации и профессиональной подготовки. / Автореф. диссер. на соискание учен. степени канд. пед. наук. М., 2004.
2. Ветлужских, Е. Мотивация и оплата труда: инструменты, методики, практика. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

3. Иванова С. Мотивация на все 100%. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
4. Кобьелл, К. Мотивация в стиле экшн. Восторг заразителен. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
5. Крот, М. Менеджер как мотиватор. М.: Эксмо, 2008.
6. Самоукина, Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. М.: Вершина, 2007.

Н. А. Ноздрина,
доцент кафедры «ФИ и С» Брянского государственного
технического университета, кандидат педагогических наук

Современные СМК как фактор социализации человека

Аннотация. Данная статья посвящается рассмотрению современных средств массовой коммуникации как фактора социализации человека. В ней анализируются проблемы воздействия СМК на массовое сознание и сознание отдельного человека, на подготовку нового поколения к жизни в современном обществе. Подчеркивается необходимость осмысленного и планомерного использования потенциалов СМК в деле социализации, развития позитивной духовно-нравственной ориентации современного человека.

Ключевые слова: современные средства массовой коммуникации, социализация, сознание, информационное пространство.

Согласно современным научным представлениям, история жизни на земле начинается с возникновения биологических организмов, которые для того, чтобы выжить и воспроизвести себе подобных, нуждались в генетической, чисто рефлекторной информации, а также в информации новой, достаточно оперативной, для ориентации в окружающей среде. По мере появления родов, племен человеческое общество стало функционировать, как сложная система: появилась необходимость коммуникации, осуществляемой вербальными средствами, или не коммуникации с «другими». По выражению американского социолога Г. Лассвелла, посвятившего немало исследований теме зарождения коммуникаций в жизни общества, возник механизм, с помощью которого существуют и развиваются человеческие отношения, передаются в пространстве и сохраняются во времени все символы сознания. Таким образом, тысячу лет назад человек уже владел четырьмя средствами коммуникации — устной речью, музыкой, живописью и письменностью [1].

Затем, нарастая по темпам, происходит процесс «размножения» средств коммуникации. В XV в. появляется печатная книга, в XVII в. — газеты и журналы. В XIX в. начинается новый революционный этап — изобретены радио, телефон, кино, грамзапись. В XX в. темпы «размножения» нарастают лавинообразно — широко распространяются телевидение, магнитопись, видео, компьютерные системы, оперативная полиграфия (ксерокс и т.д.), космическая связь. Причем к концу XX в. на первое место вышли электронные средства массовой коммуникации, значительно потеснив письменные. Дальнейшие тенденции развития СМК можно проследить в постиндустриальных обществах, где формируется совершенно новая структура СМК.

Итак, массовая коммуникация — это опосредованное общение, т.е. такая его форма, при которой почти отсутствует личный контакт, непосредственное взаимодействие людей, постоянная и активная обратная связь, но при этом сохраняются такие элементы личного общения, как сопереживание, сочувствие.

Средства массовой коммуникации (СМК) — это технические средства (печать, радио, кинематограф, телевидение, компьютерные сети), с помощью которых осуществляется распространение информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) на количественно большие рассредоточенные аудитории. Они в кратчайшие сроки тиражируют, распространяют информацию любого рода — пропагандистскую, просветительскую, развлекательную. Сегодня в мире практически нет людей, которые находились бы вне сферы их влияния.

Рассматривая СМК как фактор социализации, подробно остановимся на данном понятии. Автором термина «социализация» применительно к человеку, очевидно, является американский социолог *Ф.Г. Гиддингс*, который в 1887 г. в книге «Теория социализации» употребил его в значении, близком к современному, — «развитие социальной природы или характера индивида, подготовка человеческого материала к социальной жизни». К середине XX в. социализация превратилась в самостоятельную междисциплинарную область исследований.

Анализ многочисленных концепций социализации показывает, что все они так или иначе тяготеют к одному из двух подходов, расходящихся между собой в понимании роли самого человека в процессе социализации (хотя, конечно же, такое разделение, во-первых, весьма условно, а во-вторых, довольно огрублено) [2, с. 59–64].

Первый подход утверждает или предполагает пассивную позицию человека в процессе социализации, а саму социализацию рас-

смачивает как прогресс его адаптации к обществу, которое формирует каждого своего члена в соответствии с присущей ему культурой. Этот подход может быть назван *субъект — объектным* (общество — субъект воздействия, а человек — его объект). У истоков этого подхода стояли французский ученый *Эмиль Дюркгейм* и американский — *Талкот Парсонс*.

Сторонники второго подхода *субъект — субъектного* исходят из того, что человек активно участвует в процессе социализации и не только адаптируется к обществу, но и влияет на свои жизненные обстоятельства и на себя самого. Основоположниками такого подхода можно считать американцев *Чарльза Кули* и *Джорджа Герберта Миды*.

Основываясь на субъект — субъектном подходе социализацию можно трактовать как развитие и самоизменение человека в процессе усвоения и воспроизводства культуры, что происходит во взаимодействии человека со стихийными, относительно направляемыми и целенаправленно создаваемыми условиями жизни на всех возрастных этапах. Сущность социализации состоит в сочетании приспособления и обособления человека в условиях конкретного общества [2].

Потенциалы средств СМК в формировании социальных ориентиров велики. Здесь надо иметь в виду, что непосредственным объектом воздействия потока их сообщений является не столько отдельный индивид (хотя и он тоже), сколько сознание и поведение больших групп людей, составляющих аудиторию того или иного конкретного средства массовой коммуникации — читателей одной газеты, слушателей определенной радиостанции, зрителей тех или иных телеканалов, пользователей тех или иных компьютерных сетей. В связи с этим вопросом о том, к какой группе факторов социализации относятся СМК, не имеет однозначного ответа.

Такие телекомпании: «Останкино», радио «России», некоторые центральные газеты, чьей аудиторией в той или иной мере является вся страна, можно отнести к макрофакторам. Стремительное «размножение» местных студий кабельного телевидения, многочисленных сельских и районных радиостудий и газет, «приход» видео и компьютеров в семью и т.п. — все это позволяет рассматривать СМК как микрофактор социализации.

Рассматривать СМК, главным образом, как мезофактор социализации, позволяют материалы массовых опросов, свидетельствующие о повышении уровня избирательного потребления информации. Телезритель, чтение газет и радиослушание становятся сферами все более тщательного выбора. А поскольку основную массу населения

интересуют в первую очередь обстоятельства повседневной жизни, постольку этот выбор совершается чаще в пользу региональных СМК, по которым идет соответствующая информация [5].

Влияние средств массовой коммуникации на стихийную социализацию человека определяется несколькими обстоятельствами: во-первых, тем, что они выполняют рекреативную роль, заполняя свободное время людей; во-вторых, играют релаксационную роль, становятся своеобразной компенсацией дефицита межличностных контактов, отвлечением при возникновении осложнений в общении с окружающими; в-третьих, тем, что они представляют собой систему неформального образования, просвещения различных слоев населения; в-четвертых, они влияют на социальные нормы, формируют ценностные ориентации людей, т.е. выполняют ценностно-ориентирующую функцию; в-пятых, становятся ареной для самореализации человека, создают условия для развития, обогащения представлений, словарного запаса, расширения кругозора [2].

СМК, будучи одним из социальных институтов, в той или иной мере выполняют заказ общества и отдельных социальных групп (в основном обладающих политической или экономической властью) на определенное влияние на население в целом, а также на отдельные возрастные и социальные слои. Это и позволяет считать, что СМК в той или иной мере оказывают относительно направляемое влияние на социализацию. Отметим лишь два аспекта этого влияния.

Во-первых, СМК весьма существенно влияют на освоение людьми всех возрастов широкого спектра социальных норм и на формирование у них ценностных ориентаций в сфере политики, экономики, идеологии, права и пр.

Во-вторых, СМК фактически представляют собой систему неформального образования, просвещения различных слоев населения. Как источник информации и просвещения СМК наиболее интенсивно используют люди более старших возрастов. Но все пользователи СМК приобретают весьма разнообразные, противоречивые, несистематизированные сведения по самым разнообразным вопросам общественной и политической жизни.

Как показывают исследования, тот набор СМК (программы TV, радио, конкретные газеты и т.д.), которыми пользуется человек, создает специфический для него информационный мир [3].

Самоизменение человека в процессе социализации под влиянием СМК идет в различных аспектах и имеет как положительный, так и отрицательный вектор. Особо следует отметить в связи с этим то, что

в последнее время набирает силу тенденция превращения СМК в сферу самореализации человека. К давно существующей переписке читателей с газетами и журналами добавились передачи радио и телевидения с прямым участием слушателей и зрителей. Развитие электронных систем породило совершенно новый вид коммуникации и самореализации — взаимодействие человека с определенными интересующими его по тем или иным причинам партнерами, которое позволяет ему найти единомышленников и выразить себя в общении с ними. Так, например, уже сегодня к сети Internet подключены миллионы абонентов — от ученых до кинофанатов. Среди них группы экологов, фанатов и прочие электронные кланы, возникающие в новой электронной среде.

Кроме того, у человека, находящегося в компьютерной виртуальной реальности, создается впечатление, что он непосредственно участвует в им же порожденных событиях. Более того, именно он главный участник событий. Это создает совершенно новые возможности для самореализации и самоутверждения, может вести к тем или иным самоизменениям у детей, подростков, юношей.

Кроме того, современные СМК с помощью методов воздействия на инстинктивно-эмоциональную сторону психики человека, например через метод создания событий, разрушают наличный стереотип людей и создают новый. Для этого используются также такие приемы и способы воздействия на массовое сознание, как: принципы «наклеивания ярлыков»; подрыв авторитета через падение личности или идеи оскорбительной клички; принцип «рекомендаций»; включения в круг общественных, государственных деятелей популярных актеров, певцов, спортсменов, которые своим авторитетом призваны убедить в ценности предлагаемой идеи; принцип «переноса» качеств известного объекта на качества малоизвестного объекта; принцип «простых людей» для идентификации интересов информатора, передаваемой им информации с интересами большинства населения страны; принцип «подтасовка карт» — фальсификации действительности; принцип «общего вагона» — стимулирование определенной реакции путем внушения о ее общепринятости («все так думают», «все так поступают») и др.

Таким образом, можно говорить о том, что через средства массовой коммуникации возможны разного рода манипуляции с человеком, массовым сознанием людей, которые сказываются на результатах их социализации. В условиях перехода от одного уклада жизни к

другому, неопределенности ценностных ориентиров общества такая деятельность СМИ может приводить к напряженности, росту конфликтов, увеличению девиантных форм поведения.

Рассматривая социально-педагогические возможности СМК, выделяют такие их основные функции:

- *функция общественно-политического воздействия* — решение определенных политических задач;
- *функция воспитания* — формирование идеологии, духовных ценностей, патриотизма и пр.
- *информационная* (от лат information — разъяснение) *функция* — осведомление о чем-либо, сбор, обработка, распространение и хранение информации;
- *функция обучения и просвещения* — передача определенных знаний профессионально-заинтересованной аудитории, расширение кругозора;
- *художественно-репродуктивная функция* — трансформирование произведений искусства, сохранивших свои существенные социокультурные признаки;
- *художественно-продуктивная функция* — распространение произведений особой разновидности искусства, включающей рекламу, телешоу, радиодраму, телефильмы и прочее, при этом информация доставляется на дом в оригинале;
- *функция развлечения* — заполнение досуга приятным отдыхом, развлечением (юмор, музыка, кино и т.д.).

Следовательно, становясь все более массовыми, источники коммуникации все активнее влияют на жизнь человека, его интересы и предпочтения, на формирующуюся у него картину мира и при этом все меньше контролируются воспитателями [4].

Для более осмысленного и планомерного использования потенциалов СМК в деле социализации, развития позитивной духовно-нравственной ориентации, необходимо в ходе социального воспитания готовить человека к взаимодействию со СМК, к критическому восприятию той информации, которая ими транслируется. Эта функция возлагается на медиаобразование — такое направление в педагогике, которое призвано не только изучать закономерности воздействия СМК на массовое сознание и сознание отдельного человека, но и готовить новое поколение к жизни в современном информационном пространстве, к восприятию различной информации, ее понимание, интерпретации.

Литература

1. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства // Социс. 2000. № 7. С. 73–82.
2. Мудрик, А.В. Социальная педагогика. М., 2005. С. 59–64.
3. Шариков, А.В. Ребенок и его информационное окружение // Магистр. 1992. № 1, 2, 3.
4. Шариков, А.В. Медиа-образование // Российская педагогическая энциклопедия. М., 1993. Т. 1.
5. Шакурова М.В. Социальное воспитание в школе. М: Издательский центр «Академия», 2004.

А. В. Шабельская,
ст. преподаватель кафедры «Маркетинг и связи с общественностью»
Российской Академии предпринимательства

Роль корпоративной культуры в формировании мотивации персонала

Аннотация. В статье автор пытается в той или иной мере поставить и решить такие вопросы, как взаимная зависимость таких категорий, как «корпоративная культура» и «мотивационная структура персонала» и уточняет эти понятия в связи с тем, что в литературе нет пока единства в понимании этих категорий.

Ключевые слова: корпоративная культура, мотивационная структура персонала, функции корпоративной культуры.

На протяжении не одного десятилетия зарубежные и отечественные ученые, а также управляющие организациями задаются вопросом формирования организационной и мотивационной структуры в сфере трудовой деятельности. Сегодня вопрос корпоративной культуры и мотивации персонала стоит наиболее остро, т.к. последствия мирового экономического кризиса дают новую «пищу для размышления» владельцам отечественных и зарубежных компаний, в становлении их новых взглядов и оценок на развитие собственного бизнеса. Именно эти экономические сферы управления многие ученые связывают с успешным преодолением кризисного явления в экономике ¹.

¹ Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика / Спивак В. А. – М. [и др.]. – СПб., 2001.

Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы. Учебное пособие. – М., 2004.

Мазур И. И., Шапиро В.Д., Коротков Э.М., Ольдерогге Н. Г. Корпоративный менеджмент. – М., 2005.

Городний В.И.. Стратегия формирования и развития крупной корпоративной компании. На примере ОАО «Татнефть». – М., 2005.

Корпоративная культура и мотивация персонала в таких науках как экономика, социология, организационная психология и философия рассматриваются по отдельности, как бы параллельно, при этом не учитывается их взаимное влияние. Этот факт, безусловно, снижает эффективность применения этих двух важнейших сфер трудовой деятельности на практике.

Сложившаяся ситуация в банковской сфере (кредитно-ипотечной системе), в сфере труда и занятости на сегодняшний день явно носит кризисный характер. Если подробнее коснуться сферы труда и занятости, то на данный период времени можно констатировать массовое сокращение и резкое снижение заработной платы сотрудников. Многие компании открыто говорят о том, что недооценка роли корпоративной культуры и в частности мотивации персонала, принесла им невосполнимые потери в момент экономического кризиса. За последнее время роль социальных стимулов персонала сместилась в сторону материальных, что привело многие организации к потере лояльности и недоверие персонала к своему начальству. Страх и неуверенность в завтрашнем дне, социальная неустойчивость, паника в трудовом обществе на сегодняшний день является следствием не внедренной системы управления на основе создания корпоративной культуры и системы мотивации персонала.

В сложившейся ситуации наиболее актуально стоит проблема изучения корпоративной культуры и мотивации персонала, а также системы их взаимодействия и взаимосвязи. В связи с этим, мы попытаемся установить взаимосвязь корпоративной культуры и мотивационных инструментов, а также выявить и проанализировать те компании, которые «выжили» за счет этих трудовых сфер управления.

В современном мире понятие «корпоративная культура» понимается как культура организации, хотя применительно к организации само понятие культуры стало примеряться сравнительно недавно, не более 60–70 лет тому назад. И поводом для его использования в этой сфере послужили результаты, полученные специалистами по управлению, учеными-психологами, социологами и представителями других научных дисциплин в ходе различных экспериментов и фундаментальных теоретических исследований.

Во второй половине прошлого века понятие организационной культуры прочно вошло в лексикон руководителей организаций. Уже с середины 30-х годов XX века начали распространяться различные теории о сущности культуры организации, а в настоящее время интерес к концепции культуры организации еще более вырос, причем во многих областях науки.

Большинство специалистов в области бизнеса соглашаются с тем, что организации, как и нации, имеют свою культуру. Для описания этого понятия пользуются различными терминами, близкими по смыслу, но несколько разнящимися по содержанию: «культура предпринимательства», «организационная культура», «деловая культура», «внутренняя культура компании», «корпоративная культура».

Однако, понятие корпоративная культура по своей сути шире. Она включает в себя понятие организационная культура, так как на сегодняшний день, многие синонимизируют корпоративную и организационную культуры, мы также не будем проводить между ними резкой дифференциации. По мнению автора, эти два понятия имеют очень большую плоскость соприкосновения. Тем более формат данной работы, цели и задачи не позволяют более углубленно заниматься анализом различий между данными понятиями. Таким образом, чтобы перейти к рассмотрению понятия «корпоративная культура», подчеркнем, что в рамках данной работы «корпоративная культура», «организационная культура», «культура предприятия» и «культура бизнеса» будут являться синонимами.

Прежде всего, надо понимать, что все эти понятия связаны с понятием культура. И на наш взгляд, перед тем как определить понятие корпоративная или организационная культуры надо определить, что такое культура².

Как известно, культура в научной литературе подразделяется на материальную и духовную. Первая — совокупность материальных ценностей. Вторая — это знание человека о мире, система образования и просвещения, которая определила у данного народа, данной страны, нравственные принципы, обычаи и традиции, все виды искусства и т. д.

Несмотря на многосложность в изучении феномена культуры из-за различных подходов отечественных и зарубежных ученых, становится очевидным следующее: во-первых, культура — это совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеком; и, во-вторых, культура — это деятельность людей, направленная на создание, потребление, хранение и передачу этих ценностей.

Что касается определения понятия «корпоративная культура», на наш взгляд, изначально стоит определить ее функции. Корпоративная культура, как самостоятельно развивающийся институт общей культуры, выполняет ряд общественных функций³:

² Шабельская А.В. Роль культуры в формировании развития общества. — М., 2008. — С. 21.

³ Спивак В.А. Корпоративная культура. — СПб: Питер, 2001. — С. 14.

- коммуникативная — при помощи ценностей и норм, существующих в организации, обеспечивает необходимые коммуникации между структурными подразделениями, что обеспечивает более качественный управленческий процесс;
- регулирующая — при помощи организационной культуры регулируется поведение сотрудников. Для уточнения принадлежности данной функции к корпоративной культуре следует отметить, что культура, в широком понимании данного феномена, изначально создавалась для некоего упорядочивания общества, а в последствии стала социальным институтом. В нашем случае, для создания и регулирования структур компании создаются так называемые внутренние уставы и правила;
- смыслообразующая — благодаря корпоративной культуре формируется мировоззрение работника. Следует привести в пример культуру таких компаний-гигантов как Coca-cola, McDonalds, Starbucks, сотрудники которых со временем «смешали» свои внутренние ценности с ценностями корпорации;
- познавательная — познание и усвоение корпоративной культуры новым сотрудником, причисление себя к референтной группе помогает ему адаптироваться и освоиться в организационной среде;
- консолидирующая — функция, которая объединяет сотрудников на основе построения философии, миссии и ценностей компании, что позволяет без преград достигать общие цели компании;
- социальная (гуманистическая) — прежде всего, на наш взгляд, любая коммерческая и некоммерческая организация создается для удовлетворения потребностей общества. В создании прочной основы корпоративной культуры существует две основные цели — это, во-первых, укрепление внутри компании организационной среды и «коллективной души», а во-вторых, создание внешней культуры общения и взаимодействия с внешней средой.

Таким образом, определив, что такое культура, мы попытаемся определить сущность и содержание корпоративной культуры, на основе анализа работ отечественных и зарубежных ученых.

Для того, чтобы перейти к рассмотрению понятия «корпоративная культура», заметим, что в рамках данной статьи «корпоративная культура», «организационная культура», «культура предприятия» и «культура бизнеса» будут являться синонимами.

Как и многие другие понятия организационно-управленческих дисциплин, организационная культура не имеет универсального определения. Известно, что термин «корпоративная культура» впервые применил немецкий фельдмаршал и военный теоретик Мольтке в контексте офицерских взаимоотношений. В то время взаимоотношения регулировались не только уставами, судами чести, но и дуэлями: сабельный шрам являлся обязательным атрибутом принадлежности к офицерской «корпорации».

Анализ литературы позволил нам выделить следующие походы:

1. рационально-прагматический;
2. феноменологический;
3. символический;
4. когнитивный;
5. систематический.

Эдгард Шейн — основатель школы и научного направления «организационная психология» определил организационную культуру как «явление, заслуживающее самостоятельного изучения, форма существования организации и проявления ее поведения во внутренней среде и по отношению к субъектам внешней среды»⁴.

Э.Шейн выделяет следующие жизненные этапы развития организационной культуры: сознание и развитие, средний возраст, зрелость и закат. Рассмотрим каждую стадию подробнее.

Так, на стадии «молодости» культура цементирует организацию; ее основной носитель и проводник — лидер, который ведет ее «от успеха к успеху», а как известно совместные успехи сплачивают все структурные подразделения и сотрудников в целом. На взгляд автора, данное сплочение, как эффект от общего успеха, приводит к сильнейшим рабочим стимулам, что обуславливает укрепление мотивационной системы компании.

Следующая стадия — стадия среднего возраста. В данный период в организации культура становится самостоятельным фактором ее жизни, определяет и укрепляет политику в области управления персоналом. Так же на данной стадии определяется специфическая коммуникация как внутри компании, так и за ее пределами, что является по сути в дальнейшем одной из главных отличительных черт компании.

На стадии зрелости и, тем более, упадка организационная культура может оказаться «камнем на шее» фирмы, но слишком родным и привычным, чтобы с ней расстаться.

⁴ Шейн Э. Организационная культура и лидерство. — СПб.: Питер, 2002. — С. 11.

В своей работе⁵ Э. Шейн также выделил уровни культуры, которые отображены на рисунке 1.



Рис. 1. Схематическое представление уровней организационной культуры

Культура группы, как отмечает профессор Шейн, изучается на трех уровнях: уровне артефактов, уровне ценностей и уровне базовых представлений.

Рассмотрим их подробнее:

Артефакты — уровень культуры, включающий в себя зримые продукты группы, такие как продукты деятельности, стиль организации, ее язык и манера общения внутри, мифы, истории, ритуалы, эмоциональная атмосфера.

Казалось бы, что на данном этапе все до примитивности просто и, что «новичок», вступая в организацию, без каких-либо проблем примет увиденное. Но, следует заметить, что данный уровень культуры организации крайне сложно истолковать.

Скорее всего, по нашему мнению, это связано с тем, что данный уровень — это уже следствие длительного исторически-культурного процесса, который остается лишь историей для организации.

Провозглашенные ценности — уровень культуры, обозначающий целый ряд ценностей, принципов и убеждений, внедренных в структурные подразделения. Данный уровень можно также сравнить с идеологией и организационной философией, которая может служить ориентиром или моделью поведения в сложных или неопределенных ситуациях.

Базовые ценности — на данном уровне культуры у руководителя может появиться непонимание поведения своих подчиненных. Это связано с тем, что в каком-то периоде времени сотрудники организации истолковывают базовые ценности, соотнося с другими (скрытыми) ценностями. Например, группа, базовое представление которой состоит в том, что индивидуальные права и обязанности должны замещать собой права членов группы, сочтет непонятными причины, побудившие участника группы пожертвовать собой в общих интересах.

Роджер Харрисон различает виды корпоративной культуры⁶:

- Корпоративная культура, ориентированная на власть. Культура власти опирается на личность руководителя и его ближайшее окружение, поскольку именно в их руках сосредоточены все важнейшие ресурсы организации. Достижение результатов в такой культуре несравненно более значимо, чем средства, используемые для их достижения. Поэтому деловой успех часто соседствует с невысокой моралью («Цель оправдывает средства»).
- Решения в подобной организации принимаются на основе баланса сил, а степень влияния каждого работника на организацию и ее деятельность определяется его волевыми качествами и близостью к начальству. Так, влияние личного водителя руководителя на происходящие внутри организации события может оказаться несравнимо большим, чем руководителя какого-либо подразделения. В отношении работников такая организация не является дружественной, поскольку построенная на конкуренции и жесткой системе контроля. Эффективно работать в этой организации может только человек, ориентированный на силу, уверенный в себе, не очень высоко ценящий собственную безопасность и не считающийся со слабостями других людей.
- Корпоративная культура, ориентированная на роль. Культура роли основана на строгой специализации подразделений и сотрудников, чью деятельность координирует немногочисленное по своему составу верхнее звено управления. В таких организациях высока степень формализации и стандартизации деятельности и отношений. Контроль осуществляется на основе правил и инструкций. Основным источником власти — это статус работника, а не его волевые качества. Для выполне-

⁵ Шейн Э. Организационная культура и лидерство. — СПб.: Питер, 2002. — С. 31–32.

⁶ http://revolution.allbest.ru/management/00008788_0.html

ния конкретной работы назначается сотрудник, квалификация которого оценивается с точки зрения соответствия этой работе. Основную суть можно свести к тому, что данный вид культуры бюрократичен.

- Корпоративная культура, ориентированная на человека. Культура личности подразумевает, что организация существует лишь для того, чтобы способствовать развитию составляющих ее людей и содействовать достижению их собственных целей. Иных задач такая организация перед собой не ставит. Сила власти в культуре личности — это сила специалиста, результативно делающего свою работу, что вынуждает организацию прислушиваться к его мнению.

Наибольшую известность сегодня приобрела модель голландского ученого Геерте Хофштеде, который вместе с коллегами с 1970 по 1980 годы участвовал в крупнейшем исследовании, посвященном организационной культуре⁷. Исследование проходило в рамках одной американской мультинациональной корпорации IBM. На основании анализа результатов исследования Г. Хофштеде пришел к выводу, что человек берет из своей национальной культуры систему социальных установок в виде фундаментальных ценностей, которые в дальнейшем вносит в контекст трудового поведения. К числу таких важнейших установок он отнес пять основных характеристик:

1. Индивидуализм-коллективизм;
2. Отношение к власти;
3. Отношение к неопределенности;
4. Мужественность и женственность;
5. Долгосрочная и краткосрочная ориентация.

В середине 70-х У. Оучи, американский профессор японского происхождения, предпринял сравнительное исследование методов работы на американских и японских предприятиях и выявил специфическую японскую организационную культуру. В 1981 году Оучи опубликовал работу по методам организации деловых отношений на американских и японских предприятиях. В ней он выдвинул теорию «Z», как бы развивая этим идеи о поведении человека, лежащие в основе теорий «X» и «Y». Теория «Z» включает в себя ряд основополагающих принципов⁸:

⁷ Слинкова О.К. Трудовая мотивация и организационная культура: теоретико-методологические и прикладные основы исследования. Д.э.н. — Кемерово. 2006. С.93

⁸ Рюттингер Р. Культура предпринимательства. — М. 1992. — С. 240.

- отказ от политики увольнений в форме «пожизненного» найма работников;
- децентрализация управления организацией;
- групповое принятие решений;
- акцент на мелкие группы при организации труда;
- постоянное обучение и разработка программ служебной карьеры.

Согласно Лотцу фон Розенштилю, немецкому профессору психологии, понятие «культура предпринимательства» в значительной степени отражает усвоенные нормы, которые вероятно определяют поведение, но возможно, вовсе не осознаны членами, входящими в нее⁹.

В свою очередь, американский социолог Ч. Ханди на основе анализа ряда крупнейших американских компаний предложил типологию, в основе которой лежат распределение власти и связанные с ней ценностные ориентации личности, которые обуславливают специфический характер отношения индивида и организации, структуру организации и характер ее деятельности на различных этапах ее эволюции. По этому критерию он выделяет четыре типа организационной культуры, которые в свою очередь аналогичны с типологией культур Харрисона¹⁰:

- 1) «культура власти» («культура Зевса») — культура организации, в которой существенную роль играет момент личной власти;
 - 2) «ролевая культура» («культура Аполлона») — бюрократическая культура, характеризующаяся строгим функциональным распределением ролей и специализацией участников, деятельность которых координируется и направляется небольшим связующим звеном высшего руководства предприятия;
 - 3) «культура задачи» («культура Афины») — культура организации, ориентированная, прежде всего на решение задач, реализацию проектов;
 - 4) «культура личности» («культура Диониса») — культура, ставящая в центр внимания интересы людей, объединенных в организацию.
- В.А. Спивак выделяет такие основные принципы корпоративной культуры¹¹:

⁹ Рюттингер Р. Культура предпринимательства. — М., 1992. — С. 59

¹⁰ Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. — М.: Управление персоналом, 2003. — С. 124.

¹¹ Спивак В.А. Корпоративная культура. — СПб.: Питер, 2001.

- «культура корпорации — это современная организация по всем факторам культуры — материальным и духовным»;
- «это гармоничная организация, в которой отдельные элементы культуры по уровню своего развития, по направленности, по идеям, целям, задачам, способам достижения цели соотносятся друг с другом»;
- «это организация, живущая по закону и в соответствии с законом»;
- «это опирающаяся на современные достижения наук социально-экономическая и техническая система»;
- «это организации, в которой люди воспринимают как главную ценность, а, следовательно, организуют взаимодействие между людьми и группами на психологическом уровне, поскольку самое ценное в человеке — его душа»

Американские социологи Томас Питерс и Роберт Уотерман, авторы книги «В поисках эффективного управления. (Опыт лучших компаний)», на основании обследований таких компаний как IBM, Boeing, Dana, McDonald's, Behtel и других, пришли к выводу, что преуспевающие фирмы отличаются прочной ориентацией на ценности¹².

Так же интересным является и то, что авторы пишут о том, что очень важно, при управлении организацией делать акцент на «управление единым целым». По нашему мнению, именно создание корпоративной культуры позволяет руководителям «управлять единым целым».

Система ценностей находит свое отражение в формулировке кредо организации. Кредо компании включает цель ее деятельности, основные принципы, стиль, определенные обязательства по отношению к клиентам, акционерам, деловым партнерам, персоналу, обществу. Четко представленные, сформулированные и зафиксированные в документах фирмы, эти принципы и обязательства позволяют спланировать сотрудников вокруг единых ясно определенных целей и ценностей¹³.

Образное описание корпоративной культуры дает немецкий психолог Р. Рюттингер: «Не только наблюдать и анализировать культуру, но и понимать ее означает — схватиться вначале за облако. Культура и связанные с ней представления о ценностях не являются жесткими

понятиями, как организация структуры и процесса, стратегии и бюджета. Культура — это самый мягкий материал из всех, которые существуют. Но «мягкое» оказывается «жестким» на преуспевающих предприятиях»¹⁴.

Таким образом, корпоративную культуру можно определить как комплекс разделяемых членами организации мнений, эталонов поведения, настроений, символов, отношений и способов ведения бизнеса, обуславливающих индивидуальность компании.

Корпоративная культура включает в себя:

- объединяющие и отделяющие нормы — то, что общее у членов данного коллектива, по ним легко отличать «своих» от «чужих»;
- ориентирующие и направляющие нормы — то, что определяет функционирование коллектива: отношение к «своим» и «чужим», равным, нижестоящим и вышестоящим, ценности, потребности, цели и способы их достижения.

Созданием корпоративной культуры, по мнению автора, следует заниматься специально, привлекая консультантов. Следует так же понимать, что в становлении культуры первостепенную роль играет руководитель предприятия. Дальновидные руководители преуспевающих предприятий рассматривают корпоративную культуру как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных сотрудников компании на общие цели и ценностные установки, мобилизовать инициативу коллектива, обеспечивать преданность делу и компании, облегчать общение и достигать взаимопонимания. Все это позволяет обеспечить устойчивость фирмы даже в условиях кризиса.

¹² Томас Дж. Питерс, Роберт Х. Уотерман — мл. В поисках совершенства (Уроки самых успешных компаний Америки). — М.: Вильямс, 2005.

¹³ Смолкин А.М. Менеджмент: основы организации. — М.: ИНФРА-М, 2002. — С. 64.

¹⁴ Рюттингер Р. Культура предпринимательства. — М., 1992. — С. 112–137.

Под общей редакцией
доктора экономических наук, профессора,
Заслуженного деятеля науки РФ
В. С. Балабанова

Научное издание

Серия

«Ученые записки Российской Академии предпринимательства»

^{у68} **Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России:** Сб. науч. трудов. Вып. XXI / Под общей ред. В.С. Балабанова. — М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2009. — 286 с.

ISBN 978-5-903893-24-9

В сборнике 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

**РОЛЬ И МЕСТО
ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

Сборник научных трудов

Выпуск XXI

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.

Санитарно-эпидемиологическое заключение
№ 77.99.60.953.Д.003366.04.09. от 01.04.2009

Подписано в печать 10.11.2009
Формат бумаги 60x90 1/16. Гарнитура «Newton7С, TextBookС»
Объем 17,5 усл. печ. л. Тираж 1000 экз. Заказ
Издательство Агентство печати «Наука и образование»

Мы готовим цивилизованных
предпринимателей России!

www.rusacad.ru



Российская
Академия
предпринимательства



Российская Академия предпринимательства



Тренинг-центр

Направления
бизнес-тренингов:

- Управленческие коммуникации для руководителей
- Компьютерное бизнес-моделирование
- Реклама/маркетинг
- Эффективные продажи
- Деловые коммуникации для менеджеров
- Тренинг для HR-менеджеров
- Тренинг для тренеров
- Гостиничный и ресторанный бизнес
- Спортивный менеджмент и др.

*Адаптация программ к специфике деятельности компании.
По окончании выдаются соответствующие сертификаты.
Гибкая ценовая политика.*

Центр дополнительного профессионального образования

Повышение
квалификации и
профессиональная
переподготовка

- Профессиональная переподготовка:
 - бух. учет, анализ и аудит;
 - управление персоналом;
 - финансы и кредит и др.
- Повышение квалификации:
 - программа подготовки профессионального бухгалтера (или бухгалтера резерва);
 - аудит и аудиторская деятельность;
 - МСФО и др.

*Тесное сотрудничество с Институтом проф. бухгалтеров России.
По окончании выдается диплом государственного образца о
профессиональной переподготовке или же
свидетельство/сертификат о повышении квалификации.*

Наши координаты

www.rusacad.ru



Аспирантура

Академия осуществляет подготовку научно-педагогических кадров

Подготовка Аспирантов осуществляется по отраслям наук и специальностям, в соответствии с действующей номенклатурой специальностей научных работников

по экономическим специальностям:

08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством;
08.00.10 - Финансы, денежное обращение и кредит.

по социологическим специальностям:

22.00.06 - социология культуры, духовной жизни;
22.00.08 - социология управления.

Продолжительность и формы обучения:

Очная форма - 3 года
Заочная форма - 4 года
Соискательство - до 5 лет

СОИСКАТЕЛЬСТВО

Прикрепление соискателей для сдачи кандидатских экзаменов и подготовки диссертации проводится на срок не более 5 лет.
Обучение в аспирантуре платное и осуществляется на договорной основе.

Примем в аспирантуру проводится с мая по сентябрь (для заочной формы обучения по декабрь).

На период учебы в аспирантуре предоставляется отсрочка от призыва на военную службу при обучении по очной форме.

В Академии имеется собственный Диссертационный совет по защите диссертаций на соискание степени кандидата и доктора наук.

Выпускникам Академии предоставляется 30%-ная скидка со стоимости обучения.



e-mail: aspirant@rusacad.ru

