



ISSN 2073-6258

УЧЕННЫЕ 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  
2013

ББК 65.9(2Рос)  
УДК 330.35  
УДК 340.1  
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  
Айбазов Р. У. – д.ю.н., профессор  
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, профессор  
Бараненко С. П. – доктор экономических наук, профессор  
Гаврилов Р. В. – доктор экономических наук, профессор, академик РАЕН  
Гусов А. З. – доктор экономических наук, профессор  
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

<b>Балабанов В. С., Дмитриева Е. В.</b> Государственное регулирование инвестиционной деятельности в России на современном этапе .....	7
<b>Балабанова А. В., Киселева О. Н.</b> Средний класс и его ключевая роль в развитии цивилизованных рыночных отношений .....	16
<b>Боробов Д. В.</b> Управление предпринимательскими рискам и способы их снижения .....	28
<b>Боронин М. С.</b> Иерархия «потребности – цели» финансового управления в рамках циклического развития компаний .....	44
<b>Дмитриева Е. В.</b> Управление инвестиционным портфелем предприятия .....	53
<b>Егорушкин П. А.</b> Инновационный форсайт как способ и инструмент обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур .....	57
<b>Куроедова М. А.</b> Разработка эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики .....	64
<b>Мадиев Б. Н.</b> Место кластеров в современных концепциях формирования региональной экономической политики .....	73
<b>Минковская Т. И.</b> Повышение эффективности государственного контроля за соблюдением порядка использования и охраны земель .....	79
<b>Овчарова Н. И.</b> Методические подходы к применению инструментов сценарного планирования в системе управления крупных корпоративных образований .....	86
<b>Останина С. Ш., Водолажская Е. Л.</b> Роль государства в обеспечении устойчивого развития экономики .....	92

<b>Пронина А. М.</b> Основные методологические подходы к организации системно-ориентированного внутреннего контроля .....	98
<b>Шарипов Ф. Ф., Родионов А. Н.</b> ВОТ проектирование как инструмент реализации инфраструктурных проектов на основе государственно-частного партнерства в мире .....	104

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

<b>Грибов А. Ф., Болдин Б. С.</b> Проблемы моделирования и управления в банковской сфере .....	114
<b>Гриднев А. А.</b> Рынок консалтинговых услуг в России: современное состояние и перспективы развития .....	122
<b>Дзилихова А. А.</b> Туристские ресурсы Республики Северная Осетия – Алания и перспективы их использования .....	128
<b>Дзилихова А. А., Павлушкина М. В.</b> Государственное регулирование сферы туризма .....	134
<b>Марченко М. В.</b> Принципы управления дебиторской задолженностью в секторе корпоративной интернет-торговли .....	139
<b>Михель В.С.</b> Способы совершенствования финансовых стратегий промышленной корпорации с учетом динамики её финансового потенциала .....	144
<b>Павлушкина М. В.</b> Некоторые аспекты развития детского туризма в Российской Федерации .....	156
<b>Пронина А. М., Залевская М. А.</b> Учетные информационные модели в системе управления предприятиями ЖКХ .....	162
<b>Сальникова К. Х.</b> Особенности биржевой торговли внутри дня (Day Trading) .....	167
<b>Таскимбаева А. М.</b> Источники и направления поддержки механизма ресурсосбережения в казахстанских нефтяных компаниях .....	172

**Федорова И. Ю.**

Механизм управления финансами  
некоммерческих образовательных организаций ..... 177

**Шанина А. Н., Орлова Е. Н.**

Альтернативная составляющая инструментов финансирования  
в интегрированных корпоративных структурах ..... 192

**Юртаев А. Н., Останина С. Ш.**

Информационные технологии как движущий фактор  
развития экономики труда в сфере государственного управления ..... 199

**Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

**Балабанова О. Д.**

Развитие механизмов взаимодействия  
между крупным и малым предпринимательством ..... 206

**Дудин М. Н., Талубоев М. О.**

Внедрение инновационного форсайта  
в систему управления предпринимательских структур ..... 212

**Забиров Н. Х.**

Роль микрофинансовых организаций в развитии  
малого предпринимательства в Республике Таджикистан ..... 220

**Кузин А. В.**

Эффективный механизм регулирования  
малого бизнеса на муниципальном уровне ..... 228

**Хориков Ю. В.**

Организационно-экономический инструментарий  
развития малого и среднего предпринимательства ..... 238

**Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Ахметов Л. А., Ботавина Р. Н.**

О связи уровня профессионализма менеджеров  
и их ответственности в предпринимательских структурах ..... 245

**Ботавина Р. Н.**

Проблемы подготовки кадров  
для инновационных предприятий ..... 253

**Бубенок Е. А.**

Обоснование состава и роли основных подсистем компании,  
оказывающих влияние на формирование эффективного бренда ..... 258

<b>Салихов Б. В., Филинов В. П.</b> Инновационные аспекты формирования корпоративной культуры в экономике знаний .....	274
<b>Соколов А. А.</b> Потребительские предпочтения посетителей предприятий общественного питания малого города .....	286

## **Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Балабанов В. С.  
доктор экономических наук, профессор,  
Российская академия предпринимательства

Дмитриева Е. В.  
кандидат экономических наук, соискатель,  
Российская академия предпринимательства

### **Государственное регулирование инвестиционной деятельности в России на современном этапе**

*При рыночных отношениях, даже в случае полного разгосударствления, экономика не может функционировать должным образом без определенного вмешательства государства и его законодательства — частного права. Частное право — это право, созданное государством и поддерживаемое им. Как и любая отрасль права, частное право опирается на государство и без его поддержки не может функционировать и, в частности, не может обойтись без государственного принуждения. В настоящее время большое внимание уделяется вопросам инвестиционной политики как на макро-, так и на микроуровне. Государственная инвестиционная политика предусматривает создание реальной возможности и условий для инвестирования, активное участие государства на инвестиционном рынке стимулирует его развитие.*

*Ключевые слова: инвестиционная деятельность, государственное регулирование инвестиционной деятельности, принципы воздействия государства на инвестиционный процесс.*

### **State regulation of investment activity in Russia at the present stage**

*At the market relations, even in case of full privatization, the economy can't function properly without a certain intervention of the state and its legislation — private law. The private law is the right created by the state and supported by state. As well as any branch of the right, private law leans on the state and without its support can't function and, in particular, can't do without the state coercion. Now much attention is paid to questions of investment policy both on macro — and at microlevel. The state investment policy provides creation of real opportunity and conditions for investment, active participation of the state in the investment market stimulates its development.*

*Keywords: investment activity, state regulation of investment activity, the principles of influence of the state on investment process.*

В условиях рыночной экономики инвестиционные действия значительно расширяют возможность инвестора по достижению его целей. Оценка тех или иных инвестиционных проектов должна осуществляться с точки зрения всех необходимых и возможных действий инвестора, связанных с реализацией рассматриваемого проекта, а не сводится к оценке инвестиционного объекта, создаваемого в результате реализации этого проекта, и определению его будущей стоимости.

В последние годы прогнозы российского правительства были ориентированы на стратегическое развитие национальной экономики и инновационного типа на основе концепции долгосрочного социально-экономического развития России, как за счет реализации конкурентных преимуществ в традиционных отраслях: энергетика, транспорт, аграрный сектор, так и новых наукоемких секторах экономики, включающее в себя <sup>1</sup>:

- создание эффективной национальной инновационной системы и развертывание долгосрочных программ и проектов, обеспечивающих лидирующие позиции России на рынках высокотехнологичных товаров и услуг;
- глубокую модернизацию социальной инфраструктуры, включая образование, здравоохранение, жилищный сектор, обеспечивающую значительное повышение качества человеческого капитала и стандартов жизни населения;
- модернизацию инфраструктурных отраслей экономики — транспорта, электроэнергетики, связи и информационно-коммуникационных технологий, при значительно более высоком, чем во втором варианте, повышении эффективности энергосбережения;
- создание новых региональных центров экономического развития в Поволжье, на Дальнем Востоке и юге России, преодоление отставания депрессивных регионов;
- развитие многовекторной модели интеграции в мировой рынок, опирающейся на расширение внешнеэкономических отношений с США, Евросоюзом, Китаем, Индией, и формирование новых более глубоких форм интеграции и сотрудничества с государствами СНГ.

Реализация этого сценария позволила бы обеспечить выход России на уровень развитых постиндустриальных стран.

---

<sup>1</sup> Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ от 21.07.2006 г. // СЗ РФ. № 47. Ст. 5489.



В табл. 1 представлен вклад факторов модернизации в экономический рост.

Таблица 1

**Вклад факторов модернизации в экономический рост<sup>2</sup>  
(среднегодовые темпы прироста, п. п.)**

Факторы модернизации	2008–2010	2011–2015	2016–2020
Темп роста ВВП (инерционное развитие)	5,4	3,5	3,1
Дополнительный прирост ВВП, за счет	0,7	2,8	3,8
- развития инновационного сектора	0,4	1,7	2,3
- преодоления инфраструктурных ограничений	0,1	0,7	0,6
- других факторов	0,2	0,5	0,7
Итого – рост ВВП (инновационный вариант)	6,1	6,3	6,9

Комплексная модернизация экономики должна повысить темпы роста по сравнению с инерционным вариантом развития на 2,8 п. п. в 2011–2015 гг. и на 3,8 п. п. в 2016–2020 гг.

Однако мировой финансовый и экономический кризис вносит свои коррективы. Так, по данным бюллетеней АО «АК&М»<sup>3</sup>, в ноябре 2008 г. российское машиностроение испытало самый глубокий за последнее десятилетие спад, который по сравнению с ноябрем 2007 г. составил 11,1%. В последний раз более глубокий спад был отмечен ровно десять лет назад – в ноябре 1998 г. Тогда он составил 12,4%. Только в трех из двенадцати машиностроительных подотраслях в ноябре наблюдалась положительная динамика. Во многих подотраслях спад достиг рекордной глубины<sup>4</sup>.

Учитывая это, Правительство Российской Федерации разработало антикризисные меры, благодаря которым доля и роль государственных инвестиций в реальном секторе экономики будут возрастать<sup>5</sup>:

- предоставление госгарантий по кредитам системообразующим предприятиям, перечень которых утвержден Правительственной комиссией по повышению устойчивости развития российской экономики;
- расширение государственного спроса, стимулирование спроса со стороны частного сектора и населения;

<sup>2</sup> Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ от 21.07.2006 г. // СЗ РФ. № 47. Ст. 5489.

<sup>3</sup> Программа антикризисных мер Правительства РФ на 2009 год, утв. Правительством РФ // Российская газета. 2009. № 48. 20 марта. С. 40.

<sup>4</sup> Бюллетень: отрасли российской экономики: производство, финансы, ценные бумаги. АО «АК&М». 2009. Вып. 805. 19 янв. С. 5.

<sup>5</sup> Там же.

- установление преференций для поставщиков российских товаров, создание возможностей лизинговых операций для госзакупок;
- целевое кредитование предприятий под расчеты за поставленную продукцию (факторинг) за счет средств федерального бюджета;
- реализация инвестиционных проектов, направленных на технологическую модернизацию обрабатывающих отраслей промышленности;
- стимулирование экспорта сельскохозяйственной продукции;
- субсидирование части процентных ставок по кредитам некоторым секторам экономики;
- ослабление налогового бремени со стороны региональных властей;
- снижение административного давления на бизнес.

В Программе предусмотрены также меры, которые предприняло Правительство Российской Федерации для поддержания банковского сектора, развития финансового сектора в целом. Правительство Российской Федерации создает условия:

- для расширения банковского кредитования и его удешевления для предприятий и граждан, чему должны способствовать прямая связь снижения процентных ставок и стабилизации стоимости иностранной валюты, замедления инфляции;
- для направления ограниченных инвестиционных ресурсов банковской системы на кредитование граждан и предприятий.

Создание благоприятного режима предпринимательской и инвестиционной деятельности на территории регионов приобретает более важное значение, поэтому обновление и модернизация основных отраслей экономики является главной государственной задачей.

Реализация основной цели экономической политики на современном этапе — перехода российской экономики к устойчивому росту — объективно выдвигает в ряд приоритетных задач стимулирование инвестиционной активности.

Механизм активизации инвестиционного процесса в производственной сфере возможно осуществить только при условии соответствующих мер воздействия государства на инвестиционный процесс, который следует осуществлять в русле общей стратегии социально-экономического развития в соответствии с определенными принципами.

Принцип 1 — научная обоснованность: воздействие государства на инвестиционный процесс строится на научной основе при обеспечении междисциплинарного взаимодействия наук.

Во многих случаях подлинное научное обоснование тех или иных экономических решений, проектов, механизмов, мер воздействия и т. п. подменяется имитацией обоснования, когда составляются статистические таблицы, строятся графики, приводятся формулы, делаются расчеты, но все это применяется к некоторым абстрактным схемам и представлениям, не соответствующим реальной действительности. Также недостаточно пытаться обосновать решения в области инвестиционного процесса с позиции какой-то одной узкой научной дисциплины. Необходимо системный подход, в соответствии с которым научное обоснование должно учитывать систему причин и систему следствий в их динамичном взаимодействии по принципу прямых и обратных связей. В-третьих, ряд экономических проблем, а к ним относится и проблема формирования и развития инвестиционного процесса, его механизма, государственного воздействия на инновации и инвестиции, не имеют чисто экономического решения. Такие проблемы необходимо решать на основе междисциплинарных научных исследований и разработок. Так, разработка государством инвестиционной стратегии страны (в качестве составной части стратегии социально-экономического развития общества) и конструирование инвестиционного механизма — инструмента осуществления этой стратегии, не могут осуществляться только исходя из критериев и показателей экономической выгоды и эффективности в денежном измерении, но должны опираться на системный анализ социальной психологии общества в ее взаимодействии с культурно-историческими традициями, учитывать динамику и структуру народонаселения, геополитическую ситуацию вокруг страны и т. д.<sup>6</sup>

Принцип 2 — системный подход: служит предпосылкой выработки всех мер воздействия на инвестиционный процесс.

Системность научного анализа и обобщения соответствующих явлений и процессов, изучаемых наукой в сфере инвестиционной деятельности, должна в качестве следующей ступени своего развития переходить в «конструирование» путей, методов, форм и механизмов воздействия на инвестиционный процесс, что также должно носить системный характер. Практически это значит, что при предложении каждой отдельной меры воздействия необходимо учитывать, как эта единичная мера впишется в единую систему соответствующих мер. При этом одни меры могут взаимно усиливать, а могут и взаимно ослаблять

---

<sup>6</sup> Муратов А.М. Государственное регулирование инновационно-инвестиционных процессов в экономике России//Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 10. С. 44–51.

и даже полностью нейтрализовывать друг друга. При соединении всех мер воздействия в единую, оптимальным образом организованную систему положительный эффект деятельности усиливается, внутри системы образуется синергетический эффект.

Принцип 3 — соответствие целевым установкам: разработка и осуществление государственной стратегии инвестиционного процесса в качестве составной части стратегии социально-экономического развития страны.

Осуществление инвестиционной стратегии на всех уровнях воспроизводственного процесса (микро — мезо — макро) выражается в конечном итоге в осуществлении определенных инвестиционных проектов, выражающихся как в создании производственных мощностей в сферах материального или интеллектуального производства, так и в воспроизводстве человеческого капитала. Производственные мощности необходимы обществу для создания товаров и оказания услуг в соответствии с общественными потребностями. Круг этих потребностей, их качественные и количественные характеристики, возможные к задействованию для удовлетворения этих потребностей ресурсы и т. п. определяются в стратегии социально-экономического развития общества (в стратегическом плане). Инвестиционный процесс является фундаментальной основой, обеспечивающей удовлетворение всех этапов потребностей общества в долгосрочной перспективе.

Соответственно, стратегия инвестиционного процесса объективно обусловленным образом становится составной частью стратегии социально-экономического развития общества в целом.

Принцип 4 — инновации — путь к эффективности: инновации должны рассматриваться государством в качестве органической составной части инвестиций, в связи с чем образуется инновационно-инвестиционный процесс.

В условиях нарастания научно-технической революции, ускорения сроков разработки, внедрения и морального устаревания техники и технологий, когда главным фактором научно-технического и экономического развития общества становится научно-технический прогресс, нет никакого смысла заменять изношенные основные фонды на примерно такие же по своему уровню, какие были прежде. Морально и, тем более, физически изношенные основные фонды должны заменяться на технически более совершенные, экономичные, эффективные, что предполагает интенсивный инновационный процесс в форме НИОКР, результатом которого становится создание новых образцов техники и технологии. В результате осуществления инвестиционного

процесса новые (инновационные) образцы техники широко внедряются в производство. Таким образом, в современных условиях инновационный процесс интегрируется с инвестиционным процессом, в итоге чего образуется инновационно-инвестиционный процесс.

Принцип 5 – экономическая заинтересованность: государственное воздействие на инвестиционный процесс должно концентрироваться на соответствующей организации экономических интересов субъектов хозяйствования.

Отдельные личности и субъекты хозяйствования действуют значительно успешнее и эффективнее, если их действия не вынуждаются использованием административно-силового ресурса, а направляются достаточно сильными жизненными, в т. ч. экономическими, интересами. Используя административные рычаги воздействия на инвестиционный процесс, государство должно воздействовать главным образом на экономические интересы субъектов хозяйствования. При этом экономические и административные рычаги должны дополнять друг друга. Так, устанавливаемые государством в административном порядке обязанности и ограничения должны дополняться материальным стимулированием экономических интересов, направляемых на следование тем установкам, которые государство спускает сверху субъектам хозяйствования в качестве административно установленных норм поведения.

С другой стороны, целенаправленное воздействие государства на экономические интересы должно приобретать хорошо отлаженную, четкую административную форму.

Принцип 6 – эффективность: в число важнейших целей воздействия государства на инвестиционный процесс входит обеспечение его высокой эффективности, особенно в виде создания синергетического эффекта.

Корректируя финансовую эффективность в соответствии с реальной экономической эффективностью, необходимо стремиться к органическому сочетанию всех основных видов эффективности инвестиционного процесса. При этом каждый из них в отдельности и они все вместе в целом содержат в себе в большей или меньшей мере синергетический эффект. Научно-технический прогресс в сочетании с совершенствованием организации и управления воспроизводственным процессом является главным фактором образования синергетического эффекта<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Муратов А.М. Государственное регулирование инновационно-инвестиционных процессов в экономике России//Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 10. С. 44–51.

Этот эффект, наряду с прибавочной стоимостью, является источником прибавочного продукта, принимающего форму прибыли, который, в свою очередь, наряду с фондом возмещения выступает источником инвестиционного процесса. Следовательно, создание возможно большего синергетического эффекта соответственно увеличивает источник инвестиционного процесса.

Принцип 7 – контроль: государственное воздействие на инвестиционный процесс в рамках госсектора экономики носит директивный характер, а госконтроль распространяется на весь этот процесс, независимо от форм собственности.

Государственное воздействие на инвестиционный процесс без эффективного контроля за осуществлением этого воздействия и реакций на него субъектов хозяйствования сводит на нет эффективность государственных программ в инвестиционной сфере.

Кроме того, в отношении государственных предприятий и организаций государству следует оказывать прямое директивное воздействие на протекающий в их рамках инвестиционный процесс.

Принцип 8 – внешняя дополняемость: внешнее экономическое сотрудничество с другими странами государство рассматривает как важный дополнительный фактор развития инвестиционного процесса, в своей сущности базирующегося на ресурсной самодостаточности страны.

Россия обладает ресурсной самодостаточностью для осуществления инвестиционного процесса на уровне опережения мирового социально-экономического и научно-технического прогресса. Другие страны мира, прежде всего США (проживает 5% населения планеты, а потребляют 45% ее природных ресурсов), заинтересованы в том, чтобы Россия возможно меньше сама потребляла инвестиционных ресурсов и возможно больше их экспортировала. Россия заинтересована в диаметрально противоположном. Внутренние ресурсы должны быть главными факторами инвестиционного процесса в России, а внешние ресурсы выступать как дополнение. Более того, в Россию потечет тем больше иностранных инвестиций, чем полнее, активнее и эффективнее наша страна станет применять собственный инвестиционный потенциал.

#### **Используемые источники**

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ от 21.07.2006 г. // СЗ РФ. № 47. Ст. 5489.
2. Программа антикризисных мер Правительства РФ на 2009 год, утв. Правительством РФ // Российская газета. 2009. № 48. 20 марта. С. 40.

3. Борзаков И.В. Инвестиционная деятельность в регионе как объект государственного регулирования//Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. Т. 83. № 3. С. 43–47.
4. Бюллетень: отрасли российской экономики: производство, финансы, ценные бумаги. АО «АК&М». 2009. Вып. 805. 19 янв. С. 5.
5. Муратов А.М. Государственное регулирование инновационно-инвестиционных процессов в экономике России//Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 10. С. 44–51.

Балабанова А. В.  
доктор экономических наук, профессор,  
Российская академия предпринимательства

Киселева О. Н.  
аспирант,  
Российская академия предпринимательства

## **Средний класс и его ключевая роль в развитии цивилизованных рыночных отношений**

*В статье рассматриваются теоретические и практические вопросы формирования и развития среднего класса в России, анализируются существующие подходы к его определению и оценке численности, дается авторская точка зрения по этим вопросам.*

*Ключевые слова: средний класс, цивилизованная рыночная экономика, социально-экономическая дифференциация, социальная справедливость, социальное государство, социальная структура.*

## **Middle class and its key role in development of the civilized market relations**

*In article theoretical and practical questions of formation and development of middle class in Russia are considered, existing approaches to its definition and a number assessment are analyzed, the author's point of view on these questions is given.*

*Keywords: middle class, civilized market economy, social and economic differentiation, social justice, social state, social structure.*

В социальной структуре развитых экономик центральное место занимает высокоразвитый и финансово-устойчивый средний класс, к которому относится более половины населения. Для России формирование среднего класса — качественно новая социально-экономическая проблема. Сложность ситуации состоит в том, что трансформация социалистической системы хозяйствования в капиталистическую сопровождается огромным разрушением научно-технологического и производственного потенциала и катастрофическим падением уровня и качества жизни. У нас сложилась глубоко деформированная социальная структура. С одной стороны, появились богатые и сверхбогатые граждане, на долю которых, по экспертным оценкам, приходится не более 1%, а с другой стороны, миллионы бедных и крайне бедных людей. Разрыв между 10% наиболее богатых и 10% самых бедных, по официальным дан-



---

ным, достигает 16 раз, а по экспертным оценкам, 18–20% и более. В то время как в Европе — от 4 до 8 раз. Между этими двумя крайностями — малочисленный и финансово неустойчивый средний класс.

Чудовищная социально-экономическая дифференциация российских домохозяйств — серьезный дестабилизирующий фактор, затрудняющий модернизацию экономики и переход ее на инновационный путь развития. Поэтому сокращение разрыва между бедными и богатыми, уменьшение численности бедных и особенно крайне бедных, формирование сильного и значительного среднего класса, на наш взгляд, должно стать не на словах, а на деле, приоритетной задачей макроэкономической политики.

В связи с этим особую актуальность и значимость приобретают концептуальные вопросы теории и практики формирования среднего класса, многие из которых носят дискуссионный характер. Так, до сих пор нет общепринятого определения среднего класса. Отсутствует и единство мнений в оценке его численности и структуры.

Определение среднего класса формируется на стыке экономической, социологической, психологической наук, поэтому существуют социально-экономические, социологические, идеологические и публицистические подходы. Так, маркетинговое агентство Quans Research к среднему классу относит «людей, способных в силу своего образования и способностей обеспечивать своим семьям адекватный времени образ жизни»<sup>1</sup>. В Концепции развития России до 2020 г. к нему отнесены люди с доходом свыше 6 прожиточных минимумов, имеющие автомобиль, банковские сбережения и регулярный отдых за границей<sup>2</sup>.

Особого внимания заслуживает методология определения среднего класса авторов коллективной монографии «Средние классы в России. Экономические и социальные стратегии» под редакцией Т. Малевой, согласно которой основанием выделения среднего класса служат три базовых критериальных признака: материальная обеспеченность, социально-профессиональное положение, самоидентификация<sup>3</sup>.

В соответствии с этими критериями выделены три средних класса. Так, с точки зрения социально-профессиональных позиций к среднему классу отнесены 21,9% домохозяйств, по материальному положению — 23,2%, по самоидентификационным признакам — 39,5%<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Стиль жизни среднего класса URL: <http://www.quans.ru/portfolio/ownprojects/mc/>

<sup>2</sup> Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года URL: <http://www.ifap.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>

<sup>3</sup> Средние классы России. Экономические и социальные стратегии. М.: Гендальф, 2003. С. 11.

<sup>4</sup> Там же. С. 211.

Справедливости ради, стоит отметить, что в монографии даны понятия обобщенного и совокупного среднего класса. К первому относятся домохозяйства, обладающие не менее чем двумя признаками среднего класса. К совокупному среднему классу относятся домохозяйства, у которых есть по меньшей мере один признак. Домохозяйства, одновременно обладающие всеми тремя критериальными параметрами, образуют ядро средних классов<sup>5</sup>.

В обобщенном виде структура средних классов из обследованных пяти тысяч домохозяйств представлена в таблице 1.

Таблица 1

**Структура средних классов<sup>6</sup> (базовая выборка)**

Характеристика	Число домохозяйств	Доля домохозяйств, %
Средний класс по благосостоянию	842	21,2
Средний класс по самоидентификации	1571	39,5
Средний класс по социально-профессиональному статусу	872	21,9
Совокупный средний класс	2079	52,2
Обобщенный средний класс, в том числе:	760	19,1
Ядро средних классов	274	6,9
Полужадро средних классов, в том числе:	486	12,2
Средние по благосостоянию и социально-профессиональному статусу	77	1,9
Средние по благосостоянию и самоидентификации	199	5,0
Средние по социально-профессиональному статусу и самоидентификации	210	5,3
Периферия, в том числе:	1319	33,1
Средние по благосостоянию	292	7,3
Средние по социально-профессиональному статусу	311	7,8
Средние по самоидентификации	888	22,3

Такой глубокий детальный подход к определению среднего класса и его структуре, безусловно, представляет интерес. Вместе с тем, на наш взгляд, вряд ли целесообразно как с научной, так и с практической точек зрения относить к среднему классу домохозяйства, обладающие каким-то одним или даже двумя признаками.

<sup>5</sup> Средние классы России. Экономические и социальные стратегии. М.: Гендальф, 2003. С. 212–214.

<sup>6</sup> Там же. С. 216.

Без всякого сомнения, средний класс по своей структуре, впрочем как и другие социальные группы, неоднородны. Объективно существуют домохозяйства, которые по всем критериальным признакам наиболее развиты, и домохозяйства, представляющие его средние и низшие слои. Несмотря на эти различия, все они представляют единую социальную группу – средний класс.

Особое сомнение вызывает третий критериальный признак среднего класса – самоидентификация, так как это сугубо субъективная оценка населением своего социального статуса. Многочисленные социологические обследования показывают, что немалая часть россиян, несмотря на ухудшение своего социально-экономического положения, не желает отказываться от статуса среднего класса, который они имели в советское время. Поэтому, неудивительно, что по этому признаку, как показано в монографии, довольно высокая доля (примерно 40%) среднего класса.

И, наконец, научная и практическая значимость предложенной авторами монографии методологии определения среднего класса существенно снижается от того, что первые два явно бесспорных признака (материально-имущественная и социально-профессиональное положение) даны слишком в общем, абстрактном виде.

На наш взгляд, поскольку средний класс в современной информационной и глобализированной экономике представляет собой прежде всего сложный социально-экономический институт, выражающий многосторонние связи и отношения. Его системообразующими параметрами являются: во-первых, уровень доходов, который должен максимально соответствовать интернациональной стоимости жизни, определяемой условиями мирового рынка; во-вторых, его образовательный и профессионально-квалификационный уровень должен быть адекватен конъюнктуре современного рынка труда; в-третьих, он должен быть носителем высоких морально-нравственных ценностей, что, на наш взгляд, определяет культуру потребления и исключает возможность обогащения за счет нелегальных доходов.

Только наличие этих признаков превращает средний класс в главный драйвер развития цивилизованных рыночных отношений, повышения эффективности и конкурентоспособности экономики. Кроме того средний класс выполняет важную социально-политическую функцию. Ослабляя социальное неравенство, он тем самым является основой макроэкономической и политической стабильности.

Между тем преобладает односторонний подход к определению среднего класса. Как правило, в качестве главного его признака служит размер душевого дохода и наличие определенного набора жизнен-

ных благ. Но даже и в этом случае оценки численности среднего класса существенно разнятся, так как каждый автор определяет свой предельный размер душевого дохода.

К примеру, Credit Suisse к среднему классу относит тех, чей доход колеблется в диапазоне 10–100 тыс. дол. В этом случае, как показывает таблица 2, в России на долю среднего класса приходится лишь 8% населения, что существенно ниже многих регионов.

Таблица 2

**Дифференциация населения по уровню доходов (в процентах)<sup>7</sup>**

Страна/ регион	Бедные (меньше \$10 тыс.)	Средний класс (\$10–100 тыс.)	Состоятельные (\$0,1–1 млн.)	Богатые (больше \$1 млн.)
Россия	91,2	8	0,8	0,1
Украина	97,3	2,4	0,2	0
Белоруссия	97	3	0	0
Казахстан	90,7	8,6	0,7	0,1
Африка	92,7	6,8	0,5	0
Азия	71,2	19,5	8,8	0,5
Мир	69,3	22,5	7,5	0,6
Латинская Америка	64,6	32,2	3,1	0,1
Европа	47	28,9	22,6	1,6
Северная Америка	31,7	33,7	30,1	4,5

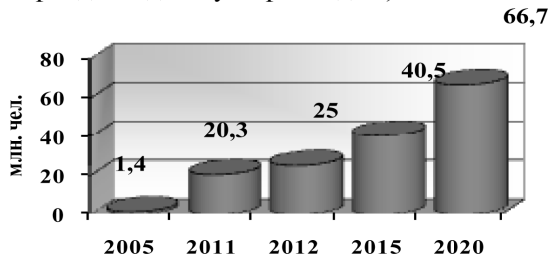
Такая завышенная оценка уровня дохода не соответствует реальной действительности, и потому с научной точки зрения не представляет интереса. По нашему мнению, более реалистичный подход к определению среднего класса в России у Bank of America Merrill Lynch, согласно которому к нему относятся те, чьи ежемесячные располагаемые доходы выше 35 тыс. руб. При таком подходе, как показывает рис. 1, в 2012 г. численность среднего класса в России составляла 25 млн. чел. (17,6%). Эта цифра близка к официальной оценке. В 2012 г. количество людей с ежемесячными располагаемыми доходами выше 35 тыс. руб. выросло на 21% – до 21,3 млн. чел.<sup>8</sup> Это самое высокое значение за всю историю России<sup>9</sup>. И как свидетельствуют прогнозы Bank of America Merrill Lynch,

<sup>7</sup> Credit Suisse Global Wealth Databook URL: [https://www.credit-suisse.com/news/doc/credit\\_suisse\\_global\\_wealth\\_databook.pdf](https://www.credit-suisse.com/news/doc/credit_suisse_global_wealth_databook.pdf)

<sup>8</sup> Консолидированный бюджет Российской Федерации в 2005-2011 гг. URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b12\\_13/IssWWW.exe/Stg/d5/22-02.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/IssWWW.exe/Stg/d5/22-02.htm)

<sup>9</sup> Bank of America: россияне вымирают и богатеют URL: <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3115275>

в 2020 г. численность среднего класса в РФ составит 66 млн. чел., что больше половины населения (см. Рис. 1). Новые потребительские стандарты и рост уровня жизни «разгонят» затухающие темпы экономического роста и через два года он ускорится до 4,5%<sup>10</sup>.



**Рис. 1. Количество людей с ежемесячными располагаемыми доходами выше 35 тыс. руб., согласно прогнозам Bank of America Merrill Lynch<sup>11</sup>**

Представляется, что определение среднего класса только по уровню доходов является несостоятельным и контрпродуктивным, так как важен не только размер дохода, но и его источники. Не секрет, что практически во всех странах существует теневая, неформальная экономика, позволяющая иметь немалые нетрудовые доходы. В России, согласно официальной статистике, доля скрытой оплаты труда составляет 16%, а по независимым оценкам – 50% и более. С точки зрения цивилизованной социально-рыночной экономики, домашние хозяйства и физические лица, получающие высокие коррупционные и криминальные доходы, не могут и не должны относиться к среднему классу.

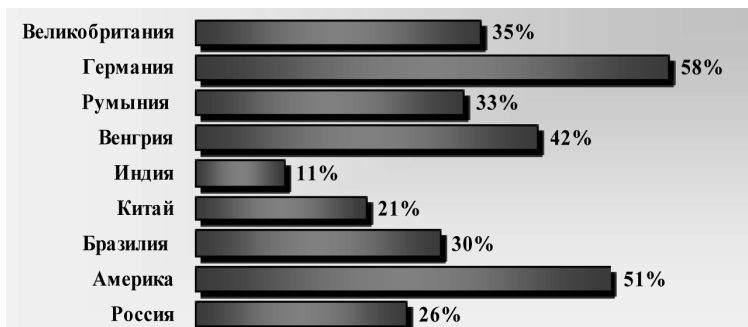
Так что развитие среднего класса прямо и непосредственно зависит от трансформации стихийно-спекулятивной, криминальной рыночной экономики в цивилизованную, высокоэффективную и социально ориентированную систему, в которой справедливость и эффективность не антиподы, а две стороны единого социально-экономического прогресса.

Проблема создания многочисленного и финансово устойчивого среднего класса касается всех стран, но особенно острый характер эта проблема имеет, как показывает рис.2, в развивающихся странах.

Из приведенных данных видно, что Россия по уровню развития среднего класса заметно отстает от развитых стран. Во всем цивилизованном мире средний класс, выступая основным инвестором, создает

<sup>10</sup> Bank of America: россияне вымирают и богатеют URL: <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3115275>

<sup>11</sup> Тот же источник.



**Рис. 2. Доля среднего класса в некоторых странах мира <sup>12</sup>**

реальную основу для процветания страны. Известно, что долгосрочный экономический рост можно обеспечить только за счет активного использования сбережений внутренних инвесторов — «кто не поддерживает своих инвесторов, тот кормит чужих» <sup>13</sup>.

Поддержка финансового рынка инвестициями в государственные ценные бумаги, страховые, пенсионные, инвестиционные и взаимовыгодные фонды обеспечивает среднему классу достаточно высокий уровень дохода. Поведение представителей данного класса является наиболее рациональным и наиболее прогнозируемым, поэтому оно представляет значительный интерес как для компаний, работающих на этих рынках, так и для государства.

Одним словом, страны, где доминирует средний класс, имеют стабильную основу для долговременного экономического роста, поскольку средний класс не только формирует спрос на широкую номенклатуру высокотехнологичных товаров и услуг, но и является их основным производителем и модернизатором. Поэтому экономика таких стран развивается динамично и устойчиво.

Важная особенность становления «нового» российского среднего класса заключается в том, что формируется он в ограниченном составе — за счет отдельных профессиональных групп, обслуживающих рынок и власть. Сюда не попадают массовые слои интеллигенции — работники науки, культуры, образования, медицины, которые в развитых экономи-

<sup>12</sup> Россию зачислили в средний класс URL: <http://www.km.ru/economics/2013/02/07/sberbank/703465-rossiyu-zachislili-v-srednij-klass>

<sup>13</sup> Нугуманова Л. Ф. Экономические интересы и противоречия домашнего хозяйства в современной экономике: монография / Нугуманова Лилияна Фаритовна. Казань: Отечество, 2011.

ках составляют значительную часть среднего класса. Поэтому у нас он не играет доминирующей роли в социально-экономической жизни, не принимает активного участия в операциях на финансовом рынке, не оказывает решающего влияния на развитие социально-культурной сферы.

Еще одним негативным фактором, сдерживающим формирование среднего класса в России, является несоответствие между образовательным-квалификационным уровнем, сложностью и социальной значимостью выполняемой работы и размером оплаты труда. Сильнее всего эта неадекватность проявляется в сфере образования и здравоохранения. Согласно мировым стандартам, работники этих отраслей должны принадлежать к среднему классу, но в силу того, что в России подавляющее большинство из них работает в бюджетных учреждениях, где заработная плата довольно низкая, лишает их возможности получения статуса среднего класса.

Таким образом, пример России убедительно показывает, что рост численности среднего класса, его способность выполнять роль катализатора развития общества и главного драйвера развития рыночных отношений находятся в прямой зависимости от социально-экономической, политической и духовно-нравственной ситуации в стране.

Представляется, что для того, чтобы российский средний класс превратить в ведущую силу развития рыночных отношений, необходимо:

Во-первых, чтоб он перешел из статуса «среднестатистического» в статус, «активнодействующего». Как отмечает Р. Симонян «недостаточно, чтобы средний класс был массовым. Важно, чтобы этот класс исполнял полный набор политэкономических функций»<sup>14</sup>. В связи с этим на первый план выходят инновационные и морально-нравственные характеристики среднего класса, способствующие повышению созидательного потенциала и активизации его роли в развитии экономики и социальной сферы.

Пока, по оценкам экспертов, в России к такому среднему классу относится только один процент от всех среднеобеспеченных граждан<sup>15</sup>. Статистика показывает, что все еще значительная часть российского среднего класса ведет себя пассивно, надеясь на социальную поддержку государства, а его финансовое поведение страдает односторонностью, о чем свидетельствует структура личных сбережений. Сегодня большая

---

<sup>14</sup> Симонян Р.Х. Средний класс: социальный мираж или реальность / Р.Х. Симонян // Социологические исследования. 2009. № 1. С. 55–61.

<sup>15</sup> Средний класс: незосознательный пост URL: [http://www.opec.ru/docs.aspx?id=389&ob\\_no=88209](http://www.opec.ru/docs.aspx?id=389&ob_no=88209)

часть своих сбережений средне и высокодоходные домохозяйства держат на банковских депозитах. И лишь небольшая часть среднего класса активно участвует в операциях на фондовом рынке.

Даже наиболее активная и образованная часть среднего класса — сегмента *mass affluent*, рисковать совершенно не спешит<sup>16</sup>. Более того и богатые россияне, большую часть своих сбережений держат за рубежом и инвестируют в иностранные активы.

Во-вторых, чтобы средний класс рос не только за счет имущественного фактора, а активно осуществлял бы сберегательно-инвестиционную деятельность, должны увеличиться «горизонты жизненного планирования». Несколько месяцев и даже полгода — не тот срок, который позволяет осуществлять финансовое планирование. Большинство населения России способно планировать свое будущее лишь в достаточно коротком временном интервале. По данным опросов, 76% опрошенных не могут запланировать свое будущее на срок, превышающий несколько месяцев<sup>17</sup>.

В-третьих, динамика и характер финансовой деятельности среднего класса напрямую зависит от его конкурентных преимуществ, связанных с качеством рабочей силы и уровнем оплаты. В России существуют серьезные проблемы развития национального рынка труда. Прежде всего, следует отметить низкую мотивацию населения к экономической активности и повышению собственной конкурентоспособности. Мировой опыт показывает, что для формирования сильного среднего класса особое значение имеет осознание каждым гражданином собственной ответственности за свое благосостояние и развитие.

В-четвертых, ключевую роль в активизации среднего класса играет повышение финансовой обеспеченности домохозяйств, так как потребность в сберегательно-инвестиционной деятельности возникает и усиливается по мере роста их денежных доходов и уровня жизни. Чем выше уровень доходов, тем разнообразнее становятся финансовые потребности домохозяйств. При незначительных доходах и размерах сбережений финансовые услуги не вызывают у населения особого интереса, выполняя вспомогательную роль накопления средств на крупные покупки. Домохозяйства, как правило, выбирают один или два консервативных

---

<sup>16</sup> Савина Т.Н. Средний класс как необходимо условие модернизации российской экономики: проблемы формирования и перспективы роста // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2011. № 1. С. 20–29.

<sup>17</sup> Bank of America: нехватка рабочей силы разгонит российскую экономику до 4% URL: <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3238906>



инструмента, обеспечивающих сохранение их сбережений. С увеличением доходов и сбережений вместо одного-двух направлений появляется несколько целей накопления, домохозяйства начинают уделять внимание соотношению между доходностью и рискованностью инвестиций, тем самым развивая и совершенствуя кредитно-финансовые рынки.

В-пятых, нужна новая политика доходов, способствующая их легальному росту, что существенно уменьшит размеры теневой экономики и криминальные источники роста доходов.

В-шестых, активизации роли среднего класса в развитии рыночных отношений будет способствовать расширение источников доходов, среди которых важное место, кроме оплаты труда, занимают доходы от предпринимательской деятельности и собственности, что существенно повысит его финансовую устойчивость. Для этого необходимо создать очевидные для инвестора преимущества покупки-продажи ценных бумаг как альтернативы другим способам хранения свободных денежных средств, защиты их от инфляции и приумножению. Ценные бумаги должны иметь понятные для обычных людей характеристики по их доходности, надежности, ликвидности и защищенности.

В-седьмых, уже скоро средний класс определяет общественно-необходимый стандарт жизни, видимо, следует развивать и укреплять в первую очередь те институты, которые стимулируют развитие среднего класса. С этой точки зрения особую значимость приобретает создание цивилизованной рыночной инфраструктуры, финансовых институтов, трансформирующих сбережения в инвестиции, повышение финансовой грамотности широких масс населения и т.д.

Итак, мировая практика показывает, что фундаментальной основой формирования многочисленного и финансово-устойчивого среднего класса может быть только социально-рыночная экономика, базовым принципом которой служит оптимальное сочетание высокой экономической эффективности и социальной справедливости, позволяющее нейтрализовать серьезные социальные дефекты рынка.

Россия также как и развитые страны, объявила себя социальным государством, но пока у нас формирование социально-ориентированной экономики — всего лишь конституционная норма, так как практически отсутствует целенаправленная ориентация экономического роста на повышение благосостояния и развитие личности всех членов общества.

Официальная статистика показывает, что за годы трансформации социализма в капитализм резко ухудшились все основные составляющие благосостояния людей: смертность, рождаемость, продолжительность жизни, жилищные условия, образование, здравоохранение, куль-

тура, дошкольное воспитание детей, социальное обеспечение, структура питания.

Падение уровня и качества жизни отрицательно сказалось на социальном климате страны. Резко снизилась мотивация к труду, повышению квалификации, упали нравственность и мораль. В результате Россия утратила серьезный источник своего развития — высокоэффективный и конкурентоспособный человеческий капитал.

Мировая практика показывает, что в социально-ориентированных государствах главными инструментами уменьшения доходно-имущественной дифференциации населения служат бюджетно-налоговый и денежно-кредитный механизмы, посредством которых перераспределяются доходы между социальными группами, отраслями и регионами. В этих целях широко используют прогрессивный налог на доходы физических лиц, налоги на роскошь, дивиденды, регулирование цен на социально-значимые товары, сильные социальные трансферты и т.д. Поэтому в таких странах, как Швеция и Норвегия, коэффициент дифференциации доходов не превышает 4–6 раз.

В России, в отличие от этих стран, распределение ВВП происходит в интересах крупного капитала, о чем убедительно свидетельствуют плоская шкала налога на доходы физических лиц, регрессивная шкала единого социального налога<sup>18</sup>, отсутствие налога на роскошь, высокие налоги на мелкий и средний бизнес, мизерные социальные гарантии, низкая цена труда на фоне существенного роста платных медицинских, образовательных и других социальных услуг, дискриминационная пенсионная система, которая устанавливает для госчиновников размер пенсий, равный 75% заработной платы и 20–25% для других категорий граждан. В то время как МОТ рекомендует не менее 40%. Распределение ВВП по чисто рыночным принципам (стоимости и капиталу) — фундаментальная причина глубокой социальной дифференциации, отсутствия многочисленного финансово устойчивого среднего класса и масштабной бедности.

Для того, чтобы превратить экономику в социально-ориентированную систему, на наш взгляд, следует признать создание многочисленного и высокоразвитого среднего класса приоритетным направлением макроэкономической политики и практической деятельности государства. Коль скоро питательной средой среднего класса служат

---

<sup>18</sup> У граждан, получающих невысокую заработную плату (в том числе минимальную), суммарный подоходный налог равен 39%, а у граждан с высокими доходами — 15%// Человек и труд, № 3, 2005, С. 12.

низкодоходные домохозяйства, на первый план выдвигается проблема существенного повышения доходов малообеспеченных слоев населения, полная и безусловная реализация конституционных прав населения на получение всего комплекса социальных услуг высокого качества, превращения России не по форме, а по существу в действительно социальное государство.

Между тем в России, несмотря на то, что, согласно Конституции РФ, она является социальным государством, экономика развивается в интересах крупного капитала. Стоит обратить внимание лишь на один факт. Если физические лица со всех своих доходов обязаны платить налог 13%, то налог с дивидендов составляет всего 9%. Поэтому неудивительно, что Россия по числу долларовых миллионеров и миллиардеров находится в первой пятёрке, а по уровню и качеству жизни относится к бедным странам. Причин такой парадоксальной ситуации много, но главная, на наш взгляд, — глубоко деформированный механизм распределения доходов, в результате чего доходы финансово-экономической и управленческой элиты многократно превышают доходы наемных работников и мелкого бизнеса. Это противоречит не только справедливости, но и законам рынка, главным субъектом которого является средний класс.

Боробов Д. В.  
аспирант,  
Российская академия предпринимательства

## **Управление предпринимательскими рискам и способы их снижения**

*В научной статье рассматривается сущность предпринимательского риска, история его развития. Рассматривается классификация рисков по различным признакам. Проводится анализ причин неэффективного управления рисками. Раскрывается процесс управления рисками. Предлагаются мероприятия по снижению предпринимательского риска.*

*Ключевые слова: предпринимательский риск, классификация рисков, управление рисками, снижение риска, управленческие решения, эффективно работающие компании, конкурентная борьба, транзакционные издержки, зарубежные компании, страхование, диверсификация.*

### **Management of business risks and how to reduce them**

*This scientific article consider the essence of business risk, the history of its development, the classification of risk on different grounds. The analysis of the reasons of poor control is carried out by risks. The article disclose risk management process. Actions for decrease in enterprise risk are offered.*

*Keywords: business risk, classification of risks, risk management, risk reduction, management solutions that work effectively the company, competition, transaction costs, foreign companies, insurance and diversification.*

Решения в деятельности предпринимательских организаций приходится принимать в условиях неопределенности, когда необходимо выбрать направления действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать (рассчитать) на все 100%. Риск условий и факторов, приводящих к положительному или отрицательному исходу принимаемых индивидуумами решений. Исторический опыт показывает, что риск недополучения намеченных результатов особенно стал проявляться в условиях товарно-денежных отношений, конкуренции участников хозяйственного оборота. Поэтому с возникновением и развитием капиталистических отношений появляются различные теории риска, а классики экономической теории особое внимание уделяют исследованию проблем риска в предпринимательской деятельности.

Риск — это основа предпринимательства. Это также означает, что предпринимательство невозможно без того, чтобы в своем стремлении получить прибыль, предприниматель подвергает собственное дело ка-

---

ким-то возможным потерям или убыткам, т.е. риску. Чтобы выжить в условиях рыночных отношений, нужно решаться на внедрение технических новшеств, на смелые действия, а это усиливает риск. В России с расширением сферы экономической деятельности резко расширился и спектр рисков. Однако нашей экономике, во многом развивающейся за счет валютных поступлений и либерализации операций с иностранной валютой, в значительной степени стала характерна опасность валютных рисков. Проблема риска в нашей стране вполне созрела, и хотя в экономической сфере риск присутствует постоянно, широкой предпринимательской общественностью он изучен еще недостаточно. Многие склонны рассматривать риск как категорию из чистой практики. Но, как мы уже отметили, и в практической предпринимательской деятельности эта проблема у нас пока не нашла должного отражения. В зарубежной теории и практики достижения в данном направлении более значительные. Сопоставительный анализ особенностей восприятия риска в разных странах показал высокую согласованность оценок риска от использования различных технологий, а наблюдаемые отличия в оценках легко объясняются социально-культурными особенностями стран. Это, в частности, также необходимо учитывать при организации дискуссий относительно приемлемости или целесообразности использования новых технологий, материалов, изменения взглядов на риск.

Современная экономика отличается высокой степенью неопределенности. Вопросы неопределенности обращали на себя внимание многих экономистов уже в начале XX столетия. Однако существует ряд способов уменьшить ее степень. Прежде всего, мы можем расширить наши знания о будущем с помощью научных исследований, а также накопления и анализа необходимых данных.

Необходимость финансирования компанией дополнительных расходов по получению информации, диктовалась возможностью уменьшения степени неопределенности внешней среды. Поэтому в целях снижения рисков ведения бизнеса, многие фирмы стали направлять значительные расходы на осуществление детального анализа рынка, на выявление вкусов и предпочтений потребителей. Крупным бизнесом была предпринята попытка активного финансирования маркетинговых коммуникаций для воздействия на выбор покупателя. В итоге к середине XX века ярко обозначилась тенденция роста транзакционных издержек в бюджетах большинства компаний. Темпы роста транзакционных издержек стали обгонять прирост трансформационных (производственных) затрат фирм. Обострение конкурентной борьбы заставило производителей искать новые способы привлечения вни-

мания потребителей. Все чаще компании начали отказываться от использования классических форм продвижения товара в пользу более активного применения современных способов взаимодействия с потребителями. Традиционные формы маркетинговых коммуникаций стали сменяться элементами нового маркетинга.

Необходимо отметить, что значительные изменения затронули не только деятельность большинства зарубежных компаний. Крупные структурные сдвиги произошли в последнее десятилетие и в отечественной экономике, в рамках которой выделился сектор эффективно работающих компаний, демонстрирующий высокие темпы роста, в несколько раз превышающие среднеотраслевые. Представители нового сектора являются предпринимательскими фирмами, образованными в 1990-е годы «с нуля» частным капиталом. Стремительный рост и успешную деятельность фирм нового типа во многом удалось обеспечить благодаря особому видению и предпринимательскому таланту их создателей. Снижению рисков ведения бизнеса способствовала правильно выбранная стратегия специализации — создание уникального предложения. Концентрация усилий на узких сегментах рынка, на которых в большей мере ценятся специфические достоинства производимых благ, уход из сферы массового производства — области функционирования международных компаний и крупных российских фирм, позволили в короткие сроки молодым игрокам отечественного рынка не только завоевать лидерские позиции на национальном рынке, но и выйти за рубеж.

Для российских предприятий, независимо от их формы собственности и сфер деятельности, наиболее типичными являются следующие риски:

- возможная утрата (гибель), недостача или повреждение основных или оборотных средств предприятия;
- возникновение гражданской ответственности предприятия по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда жизни, здоровью и имуществу третьих лиц или окружающей природной среде;
- возможные убытки или неполучение ожидаемой прибыли из-за изменения условий функционирования предприятия по независящим от него обстоятельствам;
- нарушения своих обязательств контрагентами, партнерами и прочее.

Последствиями предпринимательских рисков, как правило, являются финансовые потери, способные нарушить любой, даже хорошо

сбалансированный бюджет предприятия, а порой могут стать губительными для бизнеса.

Любое предприятие несет риски, связанные с его производственной, коммерческой и другой деятельностью, любой предприниматель отвечает за последствия принимаемых управленческих решений. Фактор риска заставляет предпринимателя экономить финансовые и материальные ресурсы, обращать особое внимание на расчеты эффективности новых проектов, коммерческих сделок и т.д. Фактор риска в предпринимательской деятельности особенно увеличивается в периоды нестабильного состояния экономики, сопровождаемого инфляционными процессами, сверхдолгими кредитами и т.п.

Целью предпринимательства является получение максимальных доходов при минимальных затратах капитала в условиях конкурентной борьбы. Реализация указанной цели требует соизмерения размеров вложенного (авансированного) в производственно-торговую деятельность капитала с финансовыми результатами этой деятельности.

Риск и предпринимательство — это вероятность того, что предприятие понесет убытки или потери, если намеченное мероприятие (управленческое решение) не осуществится, а также если были допущены просчеты или ошибки при принятии управленческих решений.

Вместе с тем, при осуществлении любого вида хозяйственной деятельности объективно существует опасность (риск) потерь, объем которых обусловлен спецификой конкретного бизнеса. Как экономическая категория риск представляет собой событие, которое может произойти или не произойти. В случае совершения такого события возможны три экономических результата: отрицательный (проигрыш, ущерб, убыток); нулевой; положительный (выигрыш, выгода, прибыль).

Конечно, риска можно избежать, т.е. просто уклониться от мероприятия, связанного с риском. Однако для предпринимателя избежание риска зачастую означает отказ от возможной прибыли.

Риском можно управлять т.е. использовать различные меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискованного события и принимать меры к снижению степени риска. Эффективность организации управления риском во многом определяется классификацией видов риска.

*Риск снижения финансовой устойчивости (или риск нарушения равновесия финансового развития).* Этот риск генерируется несовершенством структуры капитала высокой долей используемых заемных средств), порождающим несбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков предприятия по объемам.

*Риск неплатежеспособного предприятия.* Этот риск генерируется снижением уровня ликвидности оборотных активов, порождающим разбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков предприятия во времени.

*Инвестиционный риск.* Он характеризует возможность возникновения финансовых потерь в процессе осуществления инвестиционной деятельности предприятия. В соответствии с видами этой деятельности разделяются и виды инвестиционного риска — риск реального инвестирования и риск финансового инвестирования. Все рассмотренные виды финансовых рисков связанных с осуществлением инвестиционной деятельности, относятся к так называемым «сложным рискам».

*Инфляционный риск.* В условиях инфляционной экономики он выделяется в самостоятельный вид финансовых рисков. Этот вид риска характеризуется возможностью обесценения реальной стоимости капитала (в форме финансовых активов предприятия), а также ожидаемых доходов от осуществления финансовых операций в условиях инфляции.

*Налоговый риск.* Этот вид финансового риска имеет ряд проявлений: вероятность введения новых видов налогов и сборов на осуществление отдельных аспектов хозяйственной деятельности; возможность увеличения уровня ставок действующих налогов и сборов; изменение сроков и условий осуществления отдельных налоговых платежей и др.

*Структурный риск.* Этот вид риска генерируется неэффективным финансированием текущих затрат предприятия, обуславливающим высокий удельный вес постоянных издержек в общей их сумме.

*Прочие виды рисков.* Группа прочих финансовых рисков довольно обширна, но по вероятности возникновения или уровню финансовых потерь она не столь значима для предприятий, как рассмотренные выше. К ним относятся риски стихийных бедствий и другие аналогичные «форс-мажорные риски», которые могут привести не только к потере предусматриваемого дохода, но и части активов предприятия (основных средств; товарно-материальных ценностей) и др.

Каждая предпринимательская фирма имеет собственные предпочтения деятельности, направленно связанные с риском, и на основе этого выявляет риски, которым может быть подвержена, решает, какой уровень риска для нее приемлем, и ищет способы, как избежать нежелательных рисков. Такие действия называются *системой управления риском*. Это особый вид деятельности, направленный на смягчение воздействия риска на результаты деятельности предпринимательской фирмы.

Управление рисками — специфическая область деятельности, требующая знаний в области теории фирмы, страхового дела, анализа хо-



зайственной деятельности фирмы, математических методов оптимизации экономических задач и других знаний. Деятельность предпринимателя в этой области направлена на защиту своей фирмы от действия рисков, угрожающих ее прибыльности, и способствует решению основной задачи предпринимателей — в зависимости от ситуации выбрать из альтернативных проектов оптимальный, учитывая при этом, что, чем более прибылен проект, тем выше степень риска для фирмы.

Деятельность предпринимателя по управлению рисками называется *политикой риска*. Под политикой риска понимается совокупность различного рода мероприятий, имеющих целью снизить опасность ошибочного принятия решения в момент самого его принятия и сократить возможные негативные последствия этих предпринимательских решений.

В процессе управления риском для предпринимателя весьма важно решить вопрос: входить или не входить в рисковую ситуацию? Различное поведение предпринимателей, принимающих аналогичное решение в одной и той же ситуации, объясняется их индивидуальными склонностями к риску, уровнем притязаний на извлечение прибыли (дохода).

Оценивая риск, который в состоянии принять на себя фирма, предприниматель прежде всего исходит из профиля ее деятельности, наличия необходимых ресурсов для реализации программы финансирования возможных последствий риска, стремится учесть отношение к риску партнеров по бизнесу и построить свои действия так, чтобы наилучшим образом способствовать реализации основной цели фирмы.

Степень допустимого риска определяется с учетом таких параметров, как размер основных фондов, объем производства, уровень рентабельности и др. Следует отметить, что чем большим капиталом обладает предприятие, тем оно менее чувствительно к риску и тем смелее предприниматель может принимать решение в рискованных ситуациях.

Комплексный подход к управлению риском позволяет предпринимателю более эффективно использовать ресурсы, распределять ответственность, улучшать результаты работы фирмы и обеспечивать ее безопасность от действия риска.

Управление предпринимательским риском связано с разработкой мероприятий по минимизации последствий рисков.

После выявления рисков, с которыми может столкнуться фирма в процессе осуществления предпринимательской деятельности, после определения факторов, оказывающих влияние на уровень риска, и после проведения оценки рисков, а также выявления связанных с ними потенциальных потерь перед предпринимательской фирмой стоит за-

дача разработки программы минимизации выявленных рисков, т.е. специалист по риску должен принять решение о выборе наиболее приемлемых механизмов нейтрализации предпринимательских рисков.

Предпринимательская фирма в процессе осуществления производственно-хозяйственной деятельности может отказаться от совершения финансовых операций или от вида деятельности, связанных с высоким уровнем риска, т.е. уклониться от риска. Данное направление нейтрализации рисков является наиболее простым и радикальным. Оно позволяет полностью избежать потенциальных потерь, связанных с предпринимательскими рисками, но с другой стороны, не позволяет и получить прибыли, связанные с рискованной деятельностью. Кроме этого, в отдельных случаях уклонение от риска может быть просто невозможным, а избегание одного вида риска может привести к возникновению других. Поэтому, как правило, данный способ применим лишь в отношении очень серьезных и крупных рисков.

Решение об отказе от определенных предпринимательских рисков может быть принято как на предварительной стадии принятия решения, так и позднее, путем отказа от дальнейшего осуществления деятельности, в том случае, если риск оказался выше предполагаемого. Однако большинство решений об избегании риска принимается на предварительной стадии принятия решения, так как отказ от продолжения деятельности часто влечет значительные финансовые и иные потери для фирмы, а иногда затруднителен в связи с контрактными обязательствами предпринимательской фирмы.

Применение такого метода нейтрализации финансовых рисков, как уклонение от риска, эффективно при выполнении определенных условий:

1) отказ от одного вида предпринимательского риска не влечет за собой возникновение других видов рисков более высокого или однозначного уровня;

2) уровень риска намного выше уровня возможной доходности предпринимательской сделки или деятельности в целом;

3) финансовые потери по данному виду риска предпринимательская фирма не имеет возможности возместить за счет собственных финансовых средств, так как эти потери слишком высоки.

Конечно не от всех видов предпринимательских рисков фирма может уклониться, большую часть из них она «принимает на себя», т.е. сознательно идет на риск и занимается бизнесом до тех пор, пока убытки от последствий наступивших рисков не приведут к невосполнимым потерям. При принятии риска на себя основной задачей является изыс-

кание источников необходимых ресурсов для покрытия возможных потерь. В данном случае потери покрываются из любых ресурсов, оставшихся после наступления предпринимательского риска и как следствие — наступление потерь. Если оставшихся ресурсов у фирмы недостаточно, то это может привести к сокращению объемов бизнеса.

Ресурсы, имеющиеся в распоряжении предпринимательской организации для покрытия потери, можно разделить на две группы;

- 1) ресурсы внутри самого бизнеса;
- 2) кредитные ресурсы.

**Ресурсы внутри самого бизнеса.** При возникновении потерь крайнередко бывают повреждены все виды собственности одновременно, поэтому к внутренним ресурсам относятся:

- наличность в кассе, которая не страдает при физическом повреждении зданий и сооружений, принадлежащих предприятию;
- остаточная стоимость поврежденной собственности;
- доход от частичного продолжения как финансовой, так и производственной деятельности;
- дивиденды и процентный доход от ценных бумаг и доходных инвестиций;
- дополнительные средства, вносимые владельцами бизнеса с целью его поддержания и пр.
- нераспределенный остаток прибыли, полученной в отчетном периоде, до его распределения может рассматриваться как резерв финансовых ресурсов, направляемых в необходимом случае на ликвидацию негативных последствий отдельных финансовых рисков;
- резервный фонд фирмы, который создается в соответствии с требованиями законодательства и устава предпринимательской фирмы. На его формирование направляется не менее 5% сумм прибыли, полученной фирмой в отчетном периоде.

**Кредитные ресурсы.** В том случае, если предпринимательская фирма не в состоянии покрыть все потери, возникающие в результате воздействия предпринимательских рисков, из внутренних ресурсов, часть из них можно покрыть с использованием кредитных ресурсов.

Однако в данном случае доступность кредитных ресурсов имеет существенные ограничения. И главным из них является перспектива будущей прибыльности фирмы. Доступность кредитных ресурсов во многом зависит от остаточной стоимости бизнеса после возникновения потерь. Другим ограничением в привлечении кредитных ресурсов после возникновения рисков может быть их цена. Использование

кредитных ресурсов может ослабить финансовое положение предпринимательской фирмы.

Следующий возможный метод нейтрализации рисков, возникающих в процессе осуществления предпринимательской деятельности фирмы, — это передача, или трансферт, риска партнерам по отдельным сделкам или хозяйственным операциям путем заключения контрактов. При этом хозяйственным партнером передается та часть предпринимательских рисков фирмы, по которой они имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий и, как правило, располагают более эффективными способами внутренней страховой защиты. В современной практике управления рисками получили распространение следующие основные направления передачи финансовых рисков.

1. *Передача рисков путем заключения договора факторинга.* Предметом передачи в данном случае является кредитный риск предпринимательской фирмы, который в преимущественной его доле передается коммерческому банку или специализированной факторинговой компании, что позволяет фирме в существенной степени нейтрализовать негативные финансовые последствия кредитного риска.

2. *Передача риска путем заключения договора поручительства.* В силу договора поручитель обязывается перед кредитором третьего лица отвечать за исполнение последним его обязательства полностью или частично. При неисполнении или ненадлежащем исполнении должником обеспеченного поручительством обязательства поручитель и должник отвечают перед кредитором солидарно. Предпринимательская фирма использует поручительства для привлечения заемного капитала и при этом несет ответственность перед поручителем за четкое исполнение договора поручительства. Таким образом, фирма-кредитор передает риск невозврата кредита и связанные с этим потери поручителю.

Существует еще один вид гаранта — это банковская гарантия. Это письменное обязательство кредитной организации, выданное по просьбе другого лица- принципала, уплатить кредитору принципала-бенефициару в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по представлении бенефициаром письменного требования об ее уплате. За выдачу банковской гарантии принципал уплачивает гаранту вознаграждение. Банковская гарантия позволяет предпринимательской фирме избежать рисков при заключении сделок с оплатой в будущем или по факту предоставления услуг, оказания работ, отгрузки товаров.

3. *Передача рисков поставщикам сырья и материалов.* Предметом передачи в данном случае являются прежде всего риски, связанные с пор-

чей или потерей имущества в процессе их транспортировки и осуществления погрузочно-разгрузочных работ. Однако потери, связанные с падением рыночной цены продукции, несет предпринимательская фирма, даже если подобное падение вызвано задержкой в доставке груза.

4. *Передача рисков путем заключения биржевых сделок.* Этот метод передачи риска осуществляется путем хеджирования и будет рассмотрен далее как самостоятельный метод нейтрализации рисков.

В целом же передача риска происходит, если в заключенном сторонами контракте существует специфическое положение относительно передачи конкретных (или всех) предпринимательских рисков контрагенту. Сторона, принявшая на себя риск, обычно вторично передает его, заключив договор страхования ответственности.

Наиболее опасные по своим последствиям риски подлежат нейтрализации путем страхования. В принципе это также передача риска. Стороной, принимающей предпринимательские риски, в данном случае выступает страховая компания.

Прибегая к услугам страховой компании, предпринимательская фирма должна в первую очередь определить объект страхования, т.е. те виды предпринимательских рисков, по которым она сможет обеспечить страховую защиту. При определении состава страхуемых рисков фирме необходимо учитывать определенные условия, основными из которых являются:

- высокая степень вероятности возникновения риска;
- невозможность полностью возместить финансовые потери по риску за счет собственных финансовых ресурсов;
- приемлемая стоимость страхования риска.

Страхование вероятных потерь служит не только надежной защитой от неудачных решений, что само по себе очень важно, но также повышает ответственность руководителей предпринимательской фирмы, принуждая их серьезнее относиться к разработке и принятию решений, регулярно проводить превентивные меры защиты в соответствии со страховым контрактом. Прибегая к страхованию своих финансовых рисков, фирме необходимо выбрать страховую компанию, которая в большей степени соответствует ее потребностям в обеспечении страховой защиты.

Взаимоотношения фирмы со страховой компанией основываются на договоре страхования — соглашения между страхователем и страховщиком, регламентирующего их взаимные права и обязанности по условиям страхования отдельных предпринимательских рисков.

Еще одним методом минимизации или нейтрализации рисков является распределение риска путем объединения (с разной степенью интеграции) с другими участниками, заинтересованными в успехе общего дела. Фирма имеет возможность уменьшить уровень собственного риска, привлекая к решению общих проблем в качестве партнеров другие предприятия и даже физические лица. Для этого могут создаваться акционерные общества, финансово-промышленные группы, предприятия могут приобретать или обмениваться акциями, вступать в различные консорциумы, ассоциации, концерны.

Таким образом, под объединением предпринимательского риска понимается метод снижения риска, при котором он делится между несколькими субъектами экономики. Объединяя усилия в решении проблемы, несколько предпринимательских фирм могут разделить между собой как возможную прибыль, так и убытки от ее реализации. Как правило, поиски партнеров проводятся среди тех фирм, которые располагают дополнительными финансовыми ресурсами, а также информацией о состоянии и особенностях рынка.

Одним из эффективных методов нейтрализации рисков является диверсификация. В качестве основных форм диверсификации предпринимательских рисков фирмой могут быть использованы следующие:

1. *Диверсификация предпринимательской деятельности фирмы*, которая предусматривает использование альтернативных возможностей получения дохода от различных видов деятельности, непосредственно не связанных друг с другом. В таком случае, если в результате непредвиденных событий один вид деятельности окажется убыточным, другие будут приносить прибыль.

2. *Диверсификация портфеля ценных бумаг*. Данный вид диверсификации позволяет снижать инвестиционные риски, не уменьшая при этом уровень доходности инвестиционного портфеля.

3. *Диверсификация программы реального инвестирования*. В области формирования реального инвестиционного портфеля фирме рекомендуется отдавать предпочтение программам реализации нескольких проектов относительно небольшой капиталоемкости перед программами, состоящими из единственного крупного инвестиционного проекта.

4. *Диверсификация кредитного портфеля*. Направлена на снижение кредитного риска фирмы и предусматривает разнообразие покупателей продукции или услуг предпринимательской фирмы.

5. *Диверсификация поставщиков сырья, материалов и комплектующих*. В случае сбоя в поставках предпринимательской фирме не при-

дется искать альтернативных поставщиков, а можно будет увеличить объемы закупок у других поставщиков.

6. *Диверсификация покупателей продукции.*

7. *Диверсификация валютной корзины фирмы.* Данный вид диверсификации предусматривает выбор нескольких различных видов валют в процессе осуществления фирмой внешнеэкономических операций. В результате предпринимательская фирма имеет возможность минимизировать валютные риски. Существуют еще так называемые упреждающие методы нейтрализации финансовых рисков. Эти методы, как правило, более трудоемки, требуют обширной предварительной аналитической работы, от полноты и тщательности которой зависит эффективность их применения. К методам компенсации относятся:

- стратегическое планирование деятельности предпринимательской фирмы;
- обеспечение компенсации возможных финансовых потерь за счет включаемой в контракты системы штрафных санкций;
- сокращение перечня форс-мажорных обстоятельств в контрактах с партнерами;
- совершенствование управления оборотными средствами предприятия;
- сбор и анализ дополнительной информации о финансовом рынке;
- прогнозирование тенденций изменения внешней среды и конъюнктуры финансового рынка.

Для получения более эффективного результата, как правило, используется не один, а совокупность методов. Перечисленные методы могут быть существенно дополнены с учетом специфики деятельности отдельных фирм и конкретного состава портфеля их предпринимательских рисков. Поэтому управление риском можно охарактеризовать как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени прогнозировать наступление рискованных событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких событий.

Одной из основных причин неэффективного управления рисками является отсутствие ясных и четких методологических основ этого процесса. Анализ приводимых в литературе принципов управления рисками показывает их разрозненность, а отдельным попыткам их систематизации присуще множество спорных моментов. Тем не менее, анализ исследований в области методологии управления рисками с учетом требований современной экономики позволяет сформировать систему принципов управления рисками:

- решение, связанное с риском, должно быть экономически грамотным и не должно оказывать негативно воздействия на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- управление рисками должно осуществляться в рамках корпоративной стратегии организации;
- в управлении рисками принимаемые решения должны базироваться на необходимом объеме достоверной информации;
- при управлении рисками принимаемые решения должны учитывать объективные характеристики среды, в которой предприятие осуществляет свою деятельность;
- управление рисками должно носить системный характер;
- управление рисками должно предполагать текущий анализ;
- эффективности принятых решений и оперативную корректуру набора используемых принципов и методов управления рисками.

Сущность каждого этапа управления рисками предполагает применение различных методов. Данные методы систематизируются в поэтапный процесс реализации риск-менеджмента на предприятии. Весь процесс управления рисками можно отобразить следующим образом

- постановка целей управления рисками;
- качественный анализ;
- количественный анализ;
- выбор методов воздействия на риск;
- анализ эффективности принятых решений и корректура целей управления рисками, и к началу.

Первый этап постановки целей управления рисками характеризуется использованием методов анализа и прогнозирования экономической конъюнктуры, выявления возможностей и потребностей предприятия в рамках стратегии и текущих планов его развития.

На втором этапе анализа риска используются методы качественного и количественного анализа: методы сбора имеющейся и новой информации, моделирования деятельности предприятия, статистические и вероятностные методы и т.п.

На третьем этапе производится сопоставление эффективности различных методов воздействия на риск: избежание риска, снижения риска, принятия риска на себя, передачи части или всего риска третьим лицам, которое завершается выработкой решения о выборе их оптимального набора.

На завершающем этапе управления рисками выбранных методов воздействия на риск. Результатом данного этапа должно стать новое знание о риске, позволяющее при необходимости, откорректировать ранее поставленные цели управления риском.



Таким образом, на каждом из этапов используются свои методы управления рисками. Результаты каждого этапа становятся исходными данными для последующих этапов, образуя систему принятия решений с обратной связью. Такая система обеспечивает максимально эффективное достижение целей, поскольку знание, получаемое на каждом из этапов, позволяет корректировать не только методы воздействия на риск, но и сами цели управления рисками. Базовым этапом, позволяющим сформировать дальнейшую стратегию управления рисками является этап анализа риска.

Базовым этапом позволяющим сформировать дальнейшую стратегию управления рисками является этап анализа рынка.

Задачей качественного анализа риска является выявление источников и причин риска, этапов и работ, при выполнении которых возникает риск, то есть:

- определение потенциальных зон риска;
- выявление рисков, сопутствующих деятельности предприятия;
- прогнозирование практических выгод и возможных негативных последствий проявления выявленных рисков.

Методы качественного анализа можно разделить на четыре группы:

1. Методы, базирующиеся на анализе имеющейся информации.
2. Методы сбора новой информации.
3. Методы моделирования деятельности организации.
4. Эвристические методы качественного анализа.

Последствиями предпринимательских рисков, как правило, являются неминуемые финансовые потери, способные нарушить любой, даже хорошо сбалансированный бюджет предприятия, а порой могут стать губительными для бизнеса.

Слабое развитие страхования предпринимательских рисков объясняется тем, что на заре развития страхового рынка России страховые компании не обладали ни достаточной финансовой мощью, ни необходимым опытом работы.

За годы развития рыночной экономики образовались крупные, финансово устойчивые страховые компании, с честью прошедшие кризисные ситуации в стране.

Таким образом, сегодня предприятия разных уровней и сфер деятельности имеют возможность минимизировать финансовые потери организации, непосредственно связанные с предпринимательской деятельностью.

Как правило, страховая компания предоставляет страховое покрытие риска неплатежа конечного покупателя по контрактам, предусматривающим отсрочку платежа.

При страховании предпринимательских рисков объектом страхования являются не противоречащие законодательству Российской Федерации имущественные интересы Страхователя, связанные с причинением ему убытков при осуществлении им предпринимательской деятельности. Кроме того, влияние на снижение предпринимательских рисков оказывает и государство, осуществляя прямое административное вмешательство через свои законодательные акты, а также осуществляя косвенное регулирование через налоги, льготы, государственные заказы.

На защиту предпринимателей от рисков направлены и другие законодательные акты.

В условиях обострения конкурентной борьбы, активизации деятельности известных крупнейших зарубежных и отечественных компаний, правильно выбранная ниша помогает в наибольшей мере раскрыть и реализовать свой потенциал молодым игрокам российского рынка. Успешное функционирование большинства отечественных компаний предпринимательского типа во многом связано с яркой личностью предпринимателя, способного креативно мыслить, чувствовать и предвидеть будущее развитие рыночных сегментов, а также выстраивать работу созданной им компании и команды единомышленников в перспективном направлении.

Хорошая информированность предпринимателя выступает важнейшим фактором снижения предпринимательских рисков. Один из современных исследователей теории предпринимательства, австрийский экономист И. Кирцнер, подчеркивает, что отличительной чертой предпринимательства является способность видеть новые возможности, еще не замеченные другими. Благодаря предпринимательской «бдительности» зарождается креативная идея, которая трансформируется в создание уникального предложения и оригинальных способов продвижения. Лучшее владение информацией способно уменьшить предпринимательские риски и стать движущей силой эффективного функционирования фирмы.

#### **Используемые источники**

1. Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н., Митрофанова Т.П. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие. М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010.
2. Предпринимательство. Учебник под ред. М.Г.Лапусты. М.: ИНФРА-М, 2011.

3. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: Учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009.
4. Москвин В.А. Управление рисками при реализации инвестиционных проектов. М.: Финансы и статистика, 2012.
5. Тактаров Т.А., Григорьева Е.М. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски. Учеб. Пособие. М.: Финансы и статистика, 2010.

Боронин М. С.  
аспирант,  
Московский государственный университет  
экономики, статистики и информатики (МЭСИ)

## **Иерархия «потребности — цели» финансового управления в рамках циклического развития компаний**

*В статье рассматривается обоснование целей финансового управления на основе потребностей предприятия в рамках жизненного цикла. Раскрывается сущность предприятия, а так же проблема противоречивости интересов собственников и предприятия, как целостной структуры. Представлена авторская концепция «потребность-цели», основанная на жизненном цикле компании.*

*Ключевые слова: цели финансового управления, предприятие, жизненный цикл, потребности.*

## **Hierarchy «requirements — the purposes» of financial management within cyclic development of the companies**

*In the article the rationale for the purposes of financial management of the company on the basis of needs. The essence of the enterprise, and also the issue of the conflicting interests of owners and businesses as an integrated structure. The author's concept of «the need of the target», ased on the life cycle of the company.*

*Keywords: purposes of financial management, company, life cycle, requirements.*

### **Введение**

Предприятия в современной рыночной экономике России достаточно сильно подвержены кризисным явлениям. Причины различны по своей глубине и масштабу. Основные них: особенности капиталистического строя, и высокая конкуренция, и коррупция, и нестабильность рынка и т.п. По мнению автора, одна из причин, которой не уделяется должного внимания — это обоснование целей финансового управления. Как известно, финансовое управление в компании играет существенную роль. Не стоит ограничиваться только лишь выбором источников денежных средств, и наилучшим их использованием, с точки зрения прибыльности. В первую очередь финансовое управление нацелено на поддержание деятельности и развитие. Успех развития компании в первую очередь напрямую зависит от постановки целей, акцентов в финансовом управлении. Поставленные цели должны быть обоснованными и носить существенный характер. Обоснование целей довольно абстракт-

---

ный процесс. Это могут быть как экспертные суждения, основанные на личном опыте, так и конструктивные требования. Под конструктивными требованиями мы понимаем требования, основанные на результатах и обусловленные экономической природой. В качестве таких требований в рамках финансового управления автор предлагает выделить потребности финансового управления, возникающие в процессе развития компании на основе теории жизненных цикла.

### **Предприятие – живой организм**

Для начала следует разобраться в сущности компании. В отечественном законодательстве нет определения «компании», а употребляется лишь «организация» и «предприятия». В рамках данной статьи автор предлагает считать «компанию» и «предприятие» синонимами. В современной экономической науке предприятие представляется следующим образом:

С юридической точки зрения предприятие – это хозяйствующий субъект, субъект предпринимательства, юридическое лицо<sup>1</sup>. Напомним, что хозяйствующий субъект это – «индивидуальный предприниматель, коммерческая организация, а также некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход»<sup>2</sup>.

Юридическое лицо – «организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные имущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде»<sup>3</sup>.

Предпринимательская деятельность – «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке»<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ.

«О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» ст. 3 в ред. от 06.12.2011.

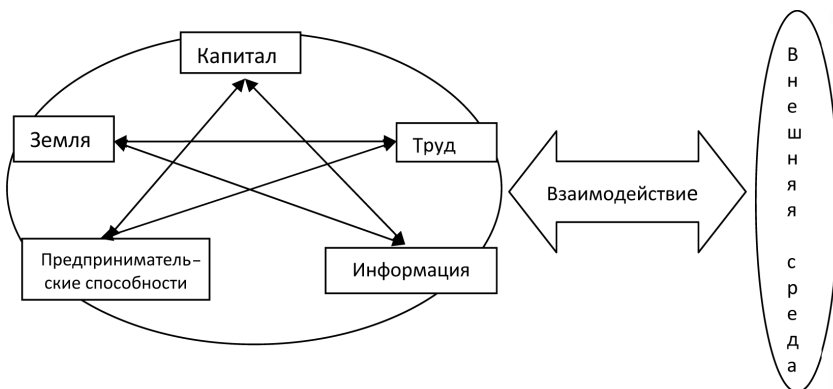
<sup>2</sup> Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.08.2006 № 135-ФЗ. В ред. от 01.12.2007 ст. 4 в ред. от 30.12.2012.

<sup>3</sup> «Гражданский кодекс российской федерации» от 30.11.1994 № 51 ФЗ Часть 1 ст. 48 в ред. от 01.03.2013.

<sup>4</sup> «Гражданский кодекс российской федерации» от 30.11.1994 № 51 ФЗ Часть 1 ст. 2 в ред. от 01.03.2013.

Не будем брать в расчет некоммерческие предприятия, у них совершенно другие цели существования и задачи производства. Основываясь на представленных официальных определениях, можно сделать вывод, что предприятие — это зарегистрированное использование капитала собственниками с целью получения прибыли.

Но, к сожалению, это не так. Обратимся к основоположнику неоклассической экономической науки Альфреду Маршалу: «капитал вообще и труд вообще взаимодействуют в производстве национального дивиденда и получают из него свои доходы соответственно в меру своей (предельной) производительности. Их взаимная зависимость самая тесная; капитал без труда мертв; рабочий без помощи своего собственного или чьего-либо другого капитала проживет недолго»<sup>5</sup>. Исходя из этого, представим предприятие как совокупность факторов производства (внутренняя среда) и отношений по реализации продукции и осуществлении деятельности (внешняя среда) (рис.1). К факторам мы относим: труд, землю, капитал, предпринимательские способности и информацию (знания и технологии).



**Рис. 1. Предприятие как результат взаимодействия факторов производства и внешней среды<sup>6</sup>**

Рассматривая предприятие, через факторы производства и отношение с внешней средой, предприятие становится «живым организмом», со сложной системой строения и управления. В рамках нашего исследования, мы остановимся на финансовом управлении предприятия

<sup>5</sup> Маршалл А. Принципы экономической науки М.: Эксмо.

<sup>6</sup> Авторская разработка.

тием. Финансовый менеджмент основан на управлении формированием и использованием средств, с целью повышения благосостояния собственников или прирост капитала, вложенного владельцами <sup>7</sup>. А, значит, финансовый менеджмент нацелен на удовлетворение потребностей собственников. Тогда возможно предположить, что потребности финансового управления предприятия отображают потребности собственников.

### **Концепция «Потребности-цели»**

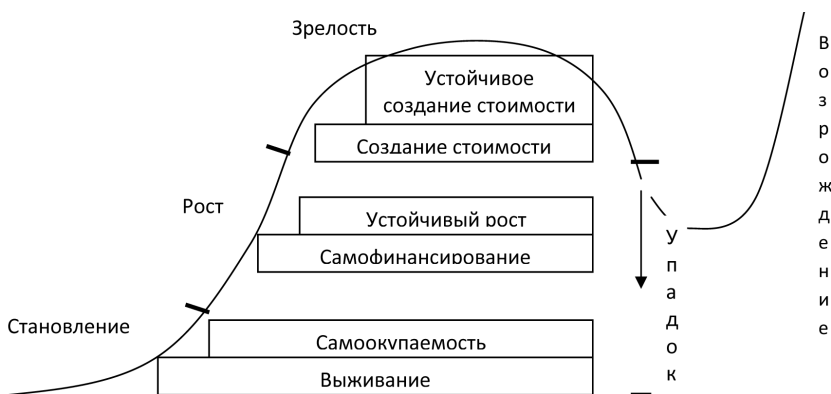
В процессе жизнедеятельности у любого живого организма возникают потребности. Все потребности различны, и возникают в разное время развития. Так Абрахам Маслоу исследовал, классифицировал и выстроил потребности человека в рамках пяти категорий. Впоследствии, пирамида потребностей была расширена и состояла из семи категорий:

1. Потребности физиологические (низшие): голод, жажда, половое влечение и т. д.
2. Потребность в безопасности: чувство уверенности, избавление от страха и неудач.
3. Потребность в принадлежности и любви.
4. Потребность в уважении: достижение успеха, одобрение, признание.
5. Потребности в познании: знать, уметь, исследовать.
6. Потребности в эстетике: гармония, порядок, красота.
7. Потребность в самоактуализации: реализация своих целей, способностей, развитие собственной личности.

Теория иерархии потребностей является высокой мотивацией для персонала. Успешно используется в США и странах Европы в маркетинге, социологии и психологии. Мы предлагаем соотнести потребности финансового управления с иерархией потребностей по Маслоу на основании критерия жизненного цикла организации. Использование такого критерия, обусловлено важностью понимания и применения жизненного цикла в управлении предприятием. Кривая жизненного цикла отображает исторический процесс развития компании, тенденцию изменений, что является неотъемлемой частью при составлении оперативных и стратегических планов развития. На рис.2 представлена иерархия потребностей финансового управления.

---

<sup>7</sup> Ронова Г.Н., Ронова Л.А. Финансовый менеджмент: Учебно-методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. С. 3.



**Рис. 2. Иерархия потребностей финансового управления в жизненном цикле организации <sup>8</sup>**

Иерархия развития/соответствия потребностей финансового управления в рамках жизненного цикла организации, автор назвал такой подход: концепция «потребности – цели». Его сущность раскрывается в нижеследующем.

1. Становление (Зарождение). На этом этапе жизненного цикла зарождается организация. Еще нет четких целей и миссии организации. Основные цели – сформировать капитал, создать продукт и найти свою нишу на рынке. С точки финансового управления, компании необходимо выжить. Как такового подразделения, занимающегося финансовым управлением нет. Выбор источников финансирования достаточно ограничен, и первоочередной целью является продажа продукции и выход в ноль. В рамках стадии Становления, выделяем финансовое управление, основанное на **Выживании** и **Самоокупаемости**.

*Выживание.* Основная задача организации на данном этапе сформировать необходимый капитал, произвести и продать продукцию. Если соотнести с потребностями по Маслоу, то это соответствует низшему уровню: низшим, **Физиологическим** потребностям. «Физиологическими потребностями» любой фирмы являются: получение операционной прибыли. Ключевыми целями, необходимыми к достижению являются: валовая прибыль, операционная прибыль, операционный денежный поток, рентабельность продаж.

<sup>8</sup> Авторская разработка.



*Самокупаемость.* Мы выделяем ее, как потребность в безопасности. Получив операционную прибыль, компании необходимо, чтобы покрывались постоянные издержки, необходимо довести обороты как минимум до точки безубыточности. Безопасность проявляется как раз в устранении риска скорейшего банкротства. Не многие из вновь созданных компаний переходят на следующую стадию. Ключевые цели достижения: рост операционной прибыли, рост операционного денежного потока, рост рентабельности продаж. Дополнительно следует отметить необходимость исследования финансовой устойчивости на этой и последующей стадиях.

2. Рост. Миссия компании сформирована, разрабатывается план стратегического развития. Активно осваивается рынок, нарастает интеграция компании. Происходит расширение. В управлении компанией происходит формализация, создание финансовых служб внутри компании. Основная цель — обеспечить дальнейший устойчивый рост компании и повышение качества товаров и услуг. В рамках стадии роста выделяем финансовое управление, основанное на самофинансировании и устойчивом росте.

*Самофинансирование.* Соответствует потребности в принадлежности. Компания понимает, что зависимость от внешних источников финансирования снижается, определяются основные источники, дающие компании базу для самофинансирования, компания полноценно входит в отрасль и становится зависимой от своих клиентов. В этом и выражается потребность в принадлежности — осознания клиентов и постоянной работы по улучшению отношению с ними и привлечении новых в рамках осуществления своей конкретной деятельности. Появляется возможность самофинансирования, дальнейшего развития компании за счет собственных средств. Ключевые цели на этом этапе: чистая прибыль, чистый денежный поток, рентабельность активов, рентабельность капитала.

*Устойчивый рост.* Потребность в уважении по Масслоу. Осознав свою принадлежность, предприятие выходит на новый уровень, к которому оно стремилось — систематическое повышение показателей развития. «Твердо стоя на ногах», компания может себе позволить большое количество инструментов финансирования, и дифференцировано варьировать активами. Для собственников компания становится уже почти устоявшейся «личностью», где каждое дополнительное вложение сопровождается не сколько риском, сколько возросшим ожиданием максимизации отдачи на капитал. Ключевыми целями являются: рост чистой прибыли, рост рентабельности активов, рост рентабельности капитала.

3. Зрелость. Компания достигает заметных вершин своего развития. Стратегические цели воплощены в жизнь, занято устойчивое положение на рынке. Темп роста начинает снижаться, выявляются новые цели для дальнейшего успешного развития. Достигнув этапа зрелости, предприятие выходит на новый уровень мышления. Особую роль приобретает стоимость компании, происходит перестроение финансового управления. В рамках стадии зрелости, мы выделяет этап создания стоимости и устойчивое создание стоимости.

*Создание стоимости.* Этот этап можно назвать познавательным, если обратиться к пирамиде потребностей. Происходит осознание нового в своей сути. На первый план выходит исследование процесса создания стоимости, выделение этапов и подразделений ее формирования или разрушения. Финансовое управление компании, основываясь на создании стоимости, позволяет в полном объеме управлять ресурсами предприятия. Ведь не все ресурсы имеют материальную форму и реальную стоимость, отраженную в финансовой документации. К достижению необходимы следующие ключевые: остаточная чистая прибыль, экономическая прибыль, стоимостные показатели (EVA, MVA, SVA, CFROI, CVA и д.р.)

*Устойчивое создание стоимости.* На этом этапе мы синергировали два вида потребностей по Маслоу: эстетические и самоактуализация. На этой ступеньке предприятие достигает своего максимального пика развития. Главная задача удержаться на этом уровне и продолжать максимально возможно создавать стоимость. Этот процесс может длиться достаточно долгий промежуток времени, но с точки зрения благосостояния собственников, по личному мнению автора, предприятие должно достигнуть максимальной своей стоимости и быть продано или реструктуризировано. Ключевыми целями являются: рост периодических показателей создания стоимости.

4. Упадок. Эту стадию можно еще назвать как этап реструктуризации. Характеризуется тем, что развитие компании в дальнейшем возможно только в ином ракурсе, «переход в иное качество, но не сопровождаемый увеличением размеров фирмы и ее бизнеса»<sup>9</sup>. На этой стадии возможно два варианта развития событий для собственников: позитивный и негативный. Позитивный раскрывается в продаже компании по справедливой (рыночной) или выше рыночной стоимости, а также в проведении реструктуризации с последующим развитием и

---

<sup>9</sup> Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации Учебное пособие. Петрозаводск: ПетГУ, 2002. С. 76.

сохранением собственности. Негативный сценарий заключается в продаже компании ниже балансовой стоимости, реструктуризации с потерей собственности и самый крайний вариант банкротству, «смерти».

Стадия упадок, фактически конечная точка, результат «Само актуализации» в теории потребностей по Масслоу. Этому способствует появление тормозов и проблем в дальнейшем. Если не предпринять никаких мер, то произойдет стадийный сдвиг вниз и компания может придти к банкротству. Осознав дальнейший путь развития в ином ракурсе, компания проходит путь возрождения, «реинкарнации». Ключевыми целями финансового менеджмента выявить этот путь, если это не противоречит интересам собственников, и максимально успешно произвести реструктуризацию. Фактически необходимо произвести внутреннюю переделку дома, не повредив несущих стен. В случае неудачной реструктуризации компания прекратит свое существования, либо будет поглощена рынком.

### **Заключение**

Постановка целей финансового управления на каждом этапе жизненного цикла позволит максимально эффективно удовлетворить потребности предприятия и значит перейти на новую ступень жизненного цикла. Разработанные нами потребности не обязательны к удовлетворению именно в той стадии, где они находятся. Построена модель, где поэтапное удовлетворение потребности, путем достижения финансовых целей будет способствовать планомерному и устойчивому развитию предприятия. Если менеджмент в состоянии удовлетворить более высокие потребности, находясь на низшем уровне, то их следует включать в план развития.

Применение разработанной иерархии позволит сделать акцент на успешном планировании деятельности и будет служить одним из базовых принципов построения модели оценки эффективности финансового управления предприятия. По мнению автора, в современных условиях развития экономики, когда использование инноваций является ключевым фактора успеха, оценка эффективности в финансовом управлении является очень важной процедурой в осуществлении деятельности. Необходимо разрабатывать и применять новые методы оценки, адаптированные к современной экономической среде, с целью повышения объективности результатов оценки. Разрабатывать теоретический и практический базис для этих методов.

Для того чтобы точно определить влияние от внедрения предложенной иерархии на мотивацию финансовых менеджеров, следует про-

вести экспериментальные исследования. На основании концепции «потребности – цели» возможна разработка системы сбалансированных показателей.

#### **Используемые источники**

1. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации Учебное пособие. Петрозаводск: ПетрГУ, 2002.
2. Данилин О. Принципы разработки ключевых показателей эффективности (КПЭ) для промышленных предприятий и практика их применения. Управление Компанией, 2003, № 2(21).
3. Ронова Г.Н., Ронова Л.А. Финансовый менеджмент: Учебно- методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008.
4. Холлифорд С., Уиддет С. Мотивация: Практическое руководство для менеджеров / Пер с англ. ООО «Пароль». М.: ГИППО, 2008.
5. Широкова Г.В. Жизненный цикл организации: концепции и российская практика: монография / Г.В. Широкова. СПб.: Издат. дом. С.-Петербург. гос. ун-та, 2007.

Дмитриева Е. В.  
кандидат экономических наук, соискатель,  
Российская академия предпринимательства

## Управление инвестиционным портфелем предприятия

*В современной экономике залогом успешного развития организации является сбалансированное и эффективное управление портфелем инвестиционных активов. Инвестиционный портфель формируется практически любой компанией среднего и крупного бизнеса. При этом организация стремится включить в портфель только те активы, которые соответствуют ее стратегическим приоритетам, генерируют необходимый денежный поток с допустимым для организации уровнем риска в условиях ограниченного финансирования. В данной статье рассмотрен процесс управления инвестиционным портфелем предприятия.*

*Ключевые слова. Инвестиционный портфель, ограниченность инвестиционных ресурсов, риск, доходность*

## Management of an investment portfolio of the enterprise

*In the modern economy, the successful development of the organization is balanced and effective management of a portfolio of investment assets. The investment portfolio is formed by almost any medium and large businesses. The organization seeks to include in the portfolio of only those assets that are aligned with its strategic priorities, generate the necessary cash flow with an acceptable level of risk for organizations with limited funding. In this article the process of portfolio management company.*

*Keywords. Investment portfolio, limited investment resources, risk, profitableness.*

Ограниченность доступных инвестиционных ресурсов как раз и определяет актуальность задачи оптимизации портфеля для любой развивающейся компании и заставляет организацию выбирать из множества активов те, которые соответствуют ожиданиям доходности при установленном уровне риска<sup>1</sup>.

Для формирования сбалансированного инвестиционного портфеля вводятся системы ограничений, которые представляют собой некоторые пороговые значения, задающие характеристики будущего инвестиционного портфеля. К объективным ограничениям инвестиционного портфеля можно отнести:

- доступные финансовые ресурсы;
- условие диверсификации инвестиционной деятельности (хеджирование портфеля);

<sup>1</sup> Zubov Y.O. Концепция формирования и управления инвестиционным портфелем в условиях финансового кризиса//Экономический журнал. 2010. Т. 17. № 1. С. 17–28.

- доходность и самофинансируемость портфеля;
- государственные нормативные требования к реализации инвестиционных проектов<sup>2</sup>.

В задаче оптимизации портфеля перечисленные ограничения образуют допустимое множество решений, то есть допустимое множество инвестиционных активов, которые могут быть включены в портфель в разных долях. С точки зрения процесса формирования портфеля доступные финансовые ресурсы являются наиболее серьезным ограничением. Доступные денежные средства могут не учитываться в математических моделях при нахождении оптимального решения, но тем не менее являются неотъемлемой частью дальнейших инвестиционных решений.

Диверсификация активов или хеджирование портфеля требует включения в портфель как высокорисковых активов, так и активов с минимальными рисками. При этом активы выбираются преимущественно из разных сфер экономики, чтобы еще более снизить эффект от негативных событий. Описание модели портфеля, учитывающей это ограничение, можно встретить в работе А.С. Астахова<sup>3</sup>.

Включение в условия формирования портфеля средств, которые генерируются непосредственно самим инвестиционным портфелем, как правило, учитывается только в динамических моделях оптимизации портфеля и предполагает использование в модели метрик самофинансирования или самоокупаемости актива<sup>4</sup>. Такие модели синхронизации разработки портфеля инвестиций и обеспечения его необходимыми финансовыми ресурсами называют также теоретическими моделями капитала<sup>5</sup>.

Совокупность рассмотренных выше условий задает базис для задачи моделирования процесса формирования оптимального портфеля инвестиционных проектов. Структура модели зависит от конкретной постановки задач и цели инвестиционного планирования в организации.

Тем не менее, именно объективные ограничения инвестиционной деятельности, которые были описаны выше, позволяют построить некоторую практическую модель сбалансированного портфеля инвестиций.

---

<sup>2</sup> Беневоленский С.Б., Кузнецов М.С. Инвестиционный портфель как объект моделирования // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 2. С. 238–238.

<sup>3</sup> Астахов А.С. О преодолении разрыва между теорией и практикой моделирования инвестиционных решений // Экономика и математические методы. 2005. Т. 41. № 3. С. 122–127.

<sup>4</sup> Бурков С.А., Новиков Д.А. Как управлять проектами: науч.-практич. издание. М.: Синтег-Гео, 1997.

<sup>5</sup> Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций. СПб.: Питер, 2004.

При рассмотрении портфеля проекта как объекта моделирования в качестве прототипа была выбрана математическая модель с дополнительными ограничениями<sup>6</sup>. Описанная модель позволяет сформировать инвестиционный портфель с ограничениями сверху, когда доля активов в общей структуре может составлять не более заданной величины. В качестве меры риска портфеля рассматривается стандартное отклонение (или дисперсия), характеризующее вероятность отклонения доходности портфеля от ожидаемого значения. Любой портфель характеризуется двумя параметрами: ожидаемой эффективностью и риском.

Цель работы заключается в модификации описанной методики с помощью ввода дополнительных ограничений на минимальные значения долей активов в портфеле. Для формирования портфеля выбирается пул ценных бумаг — акции и облигации российских компаний — и проводятся предварительные вычисления: расчет доходности и статистических характеристик для каждого актива. Для расчета доходности акций используются временные ряды цен закрытия.

Полученные ряды доходностей используются для расчета математического ожидания и среднего квадратического отклонения доходности ценных бумаг, корреляционной матрицы доходностей активов. Далее устанавливаются необходимые ограничения: заданная доходность портфеля, ограничение на максимальную и минимальную долю каждого актива в портфеле и ограничение на минимальную возможную размерность лота.

Исходная задача представляет собой проблему квадратичного программирования, для решения которой разработаны специальные численные методы. Для конечного последовательного перебора всех возможных опорных планов предлагается воспользоваться алгоритмом перебора с возвратами, который также называется алгоритмом Гамильтона, и применить его на каждом этапе симплексного преобразования. Задача минимизации риска портфеля осуществляется при заданной доходности, начиная от нулевой и до ожидаемой доходности портфеля<sup>7</sup>.

Таким образом, в настоящее время портфельный подход получает все большее распространение — большинство хозяйствующих субъектов используют его для работы с инвесторами. Такой подход является одним из краеугольных камней в деле достижения рационального сочетания харак-

<sup>6</sup> Спивак С.И., Саяпова Е.В., Ахтямов Р.Э. Математическая модель оптимального портфеля // Системы управления и информационные технологии. 2007. № 2 (28). С. 48–52.

<sup>7</sup> Орлов А.А. Методика определения экономической эффективности инвестиционного портфеля // Транспортное дело России. 2009. № 4. С. 86–88.

теристик «риск-доход» — основы любой схемы вложений инвестиций. «Теория портфеля» предполагает оптимальное в некотором смысле построение программы инвестиций, которая позволяет при имеющемся в распоряжении инвестора капитале разрешать противоречие между его устремлениями: иметь наибольшую эффективность (доходность) портфеля и обеспечить вложениям наименьший риск. Как известно, существование указанного противоречия — наличия прямой зависимости между прибылью от вложений и размером риска, подтверждается мировой статистикой, более чем двухсотлетней практикой обращения финансовых инструментов. Инвестиционный портфель формируется на основе диверсификации вложений, различающихся отраслевой и региональной принадлежностью и по видам активов, на прприост которых они направляются, и обладающих в силу этого разнообразия в той или иной степени взаимостраховующими свойствами.

#### **Используемые источники**

1. Астахов А.С. О преодолении разрыва между теорией и практикой моделирования инвестиционных решений // Экономика и математические методы. 2005. Т. 41. № 3. С. 122–127.
2. Беневоленский С.Б., Кузнецов М.С. Инвестиционный портфель как объект моделирования // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 2. С. 238–238.
3. Бурков С.А., Новиков Д.А. Как управлять проектами : науч.-практич. издание. М.: Синтег-Гео, 1997.
4. Зубов Я.О. Концепция формирования и управления инвестиционным портфелем в условиях финансового кризиса // Экономический журнал. 2010. Т. 17. № 1. С. 17–28.
5. Орлов А.А. Методика определения экономической эффективности инвестиционного портфеля // Транспортное дело России. 2009. № 4. С. 86–88.
6. Спивак С.И., Саяпова Е.В., Ахтямов Р.Э. Математическая модель оптимального портфеля // Системы управления и информационные технологии. 2007. № 2 (28). С. 48–52.
7. Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций. СПб.: Питер, 2004.



Егорушкин П. А.  
аспирант,  
Институт социальных и гуманитарных знаний

## **Инновационный форсайт как способ и инструмент обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур**

*В статье рассматривается инновационный форсайт, как управленческий способ, совокупность инструментов, приемов для определения путей развития предпринимательских структур, конструирования их будущего с целью обеспечения их стратегической конкурентоспособности.*

*Ключевые слова: инновационный форсайт, стратегическая конкурентоспособность, предпринимательские структуры.*

## **Innovation foresight as a method and a tool to ensure the competitiveness of the entrepreneurial structures**

*The article considers the innovation foresight, as a management method, set of tools, techniques to determine the ways of development of entrepreneurial structures, design of their future with the aim of ensuring their strategic competitiveness.*

*Keywords: Innovative Forsyth, strategic конкурентоспособность, business structures.*

Для предпринимательских структур активное конструирование будущего необходимо с целью обеспечения стратегической конкурентоспособности и устойчивого развития. Несомненно, что конкурентоспособность предпринимательских структур в современных условиях уже не может обеспечиваться простым обладанием факторами производств (труд, капитал, земля) и даже предпринимательский талант не является источником получения устойчивых или отличительных конкурентных преимуществ. Для получения устойчивых или отличительных конкурентных преимуществ, которые образуют стратегическую конкурентоспособность, предпринимательской структуре необходимо обладать знанием компонентой развития, в том числе способностью продуцировать и внедрять инновации, а также готовностью к изменениям. Знаниевая компонента развития предпринимательских структур — это интеллектуальный капитал, который активно используется посредством ключевых компетенций менеджмента в совокупности с объективной и релевантной информацией, служащей обеспечением любых управленческих решений.

Таким образом, мы считаем обоснованно оптимальным и в то же время эффективным инструментом активного конструирования будущего предпринимательских структур для формирования стратегической конкурентоспособности в долгосрочной перспективе является инновационный форсайт.

С методической точки зрения инновационный форсайт стоит рассматривать и как способ достижения цели (обеспечение стратегического конкурентоспособного развития предпринимательских структур), и как определенным образом упорядоченную деятельность (понятно, что в данном контексте понимается деятельность по управлению функционированием предпринимательских структур). Метод является способом познания изучаемого предмета или объекта (с точки зрения заявленной темы исследования – инновационного форсайта), что согласуется с определением, которое дается в словаре С.И. Ожегова «метод – способ теоретического исследования или практического осуществления чего-либо»(1).

Очевидно, что основой в данных определениях служит посылка к тому, что метод – есть способ достижения цели за счет каких-либо определенных действий, приемов или операций. Фактически в основе термина «метод» лежит деятельностный подход, который неотделим от теории.

Таким образом, применительно к инновационному форсайту, как управленческому средству, метод представляет собой совокупность (сумму) специальных приемов, правил и набора необходимых инструментов для определения путей развития предпринимательских структур, конструирования их будущего в каждом из возможных путей и дальнейшей реализации проектов и программ интенсивного инновационно ориентированного развития с целью обеспечения стратегической конкурентоспособности указанных структур.

В данном случае методы инновационного форсайта основываются на теории общей теории управления, теории систем, общем, стратегическом и инновационном менеджменте, как научных дисциплинах.

Методологию инновационного форсайта стоит рассматривать как «...совокупность познавательных средств, методов, приемов, используемых в какой-либо науке или области знания, изучающая средства, предпосылки и принципы организации познавательной и практической-преобразующей деятельности»(2). Следовательно, методология инновационного форсайта есть агрегирование теоретических и практических методов исследования и активного конструирования будущего предпринимательских структур.

В общем смысле методико-методологические подходы к использованию инновационного форсайта, как инструмента повышения конкурентоспособности предпринимательских структур, преследуют одну основную цель, которую можно определить как создание условий для формирования уникальных конкурентных преимуществ и ключевых компетенций менеджмента, способствующих интенсификации развития указанных структур за счет инновационной активности.

Методико-методологические подходы инновационного форсайта, как разновидности управленческого инструментария, направлены на решение основной задачи, которую мы определяем как поиск и определение наиболее перспективных долгосрочных трендов в социально-политическом и экономико-технологическом аспекте, которые будут определять общее состояние бизнес-среды и вероятностные подходы к обеспечению и приумножению стратегической конкурентоспособности предпринимательских структур. Данный инструмент позволяет не только активное конструировать будущее предпринимательских структур уже на настоящем этапе развития, но и также трансформировать вектор развития с учетом возможного изменения долгосрочных средовых трендов.

Если рассматривать интегрированную теорию длинных волн Н.Д. Кондратьева и волн инноваций применительно к отдельно взятой предпринимательской структуре, то длинная волна — есть жизненный цикл предприятия, в свою очередь улучшающие и микроинновации, являющиеся логическим продолжением базисных, рассматриваются как движущие силы и факторы интенсивного устойчивого и конкурентоспособного развития в долгосрочной перспективе. Это развитие обеспечивается использованием в качестве стимулов роста и конкурентоспособности эволюционных и революционных инноваций. Эволюционность или революционность инноваций, используемых для активного конструирования будущего предпринимательских структур, в данном аспекте зависит от предшествующего развития предприятия.

Следовательно, в настоящее время, по определению А. Акаева и М. Турдуева, можно говорить о сформированной инновационной теории экономического развития(3), при этом мы считаем, что данная теория применима как на макро-, так и на микроуровне. В данном случае с макропозиций мы исходим из того, что согласно исследованиям Й. Шумпетера, инновации вызывают к жизни длинные циклы (или длинные волны) деловой активности. В частности, в континуальном представлении длинных волн имеет место быть «... так называемый «вихрь созидательного разрушения», подрывающий равновесие пре-

жней экономической системы, вызывающий уход с рынка устаревших технологий и отживших организационных структур, приводящий к появлению новых жизнеспособных отраслей, в результате чего и происходит небывалый рост экономики и благосостояния людей. Таким образом, инновации выступают в роли локомотива экономического развития, определяя его эффективность и рост производительности труда ...»(4).

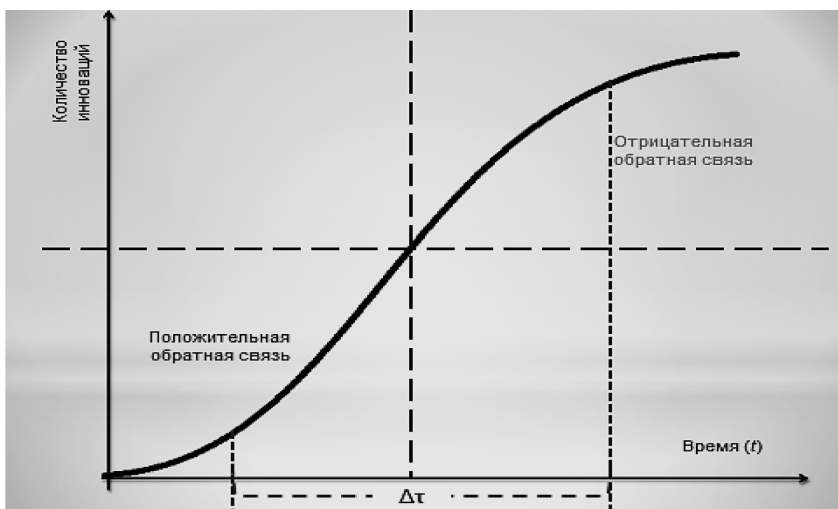
С точки зрения микропозиций, или позиций отдельно взятой предпринимательской структуры, длинные волны деловой активности, обусловленные появлением новых инноваций и технологическом сдвигом, открывают новые, ранее невидимые возможности для развития на рынке (их можно определить как открытие новых внешнесредовых возможностей роста). При условии, что открывающиеся внешнесредовые возможности подкреплены готовностью предпринимательской структуры к изменениям, и способностью данной структуры к продуцированию/внедрению инноваций.

Здесь важно понимать следующее: чем раньше предпринимательская структура осознает необходимость изменений в соответствие с долгосрочным трендом длинной волны и чем быстрее эта структура начнет продуцировать (внедрять) инновации, тем более успешной, а значит, стратегически конкурентоспособной будет деятельность предприятия в данном длинном деловом цикле.

При этом в методическом аспекте при формировании инновационного форсайта предпринимательской структуры необходимо учитывать логистическую кривую диффузии инноваций. Данный диффузный эффект был впервые исследован Э. Мэнсфилдом в 1970-х годах(5), в настоящее время данный диффузия инноваций трактуется как нелинейная природа инновационного процесса, имеющая двойственный эффект положительной и отрицательной обратной связи (рис. 1).

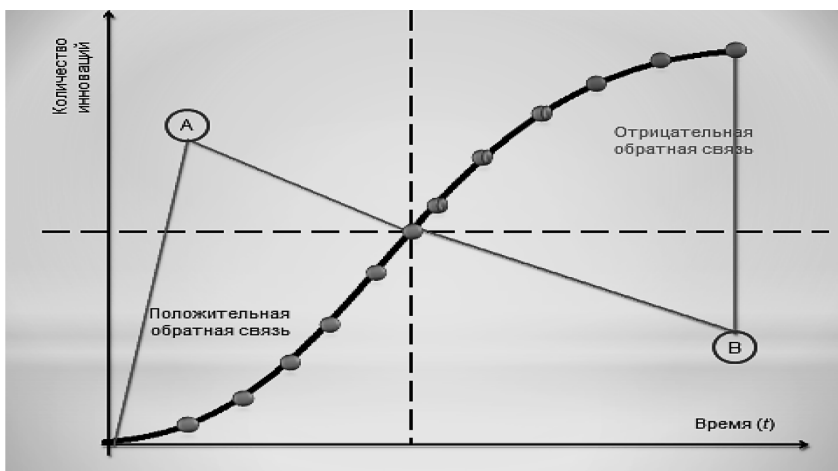
По мнению А. Акаева и М. Турдуева, вначале действуют силы положительной обратной связи, благодаря чему диффузия инноваций идет со все возрастающей скоростью. Когда скорость диффузии достигает определенного критического значения, автоматически включается отрицательная обратная связь, которая вызывает замедление скорости диффузии, что приводит к насыщению инновационного процесса. Период между началом действия положительной обратной связи и началом действия отрицательной обратной связи ( $\Delta\tau$ ) характеризует насыщение рынка инновационными продуктами.

Следовательно, отрезок положительной обратной связи (отрезок А) для отдельно взятой предпринимательской структуры будет озна-



**Рис. 1. Логистическая кривая диффузии инноваций (6)**

чать появление улучшающих и/или микроинноваций, которые будут формировать условия для стратегического конкурентоспособного развития (см. Рис. 2).



**Рис. 2. Логистическая кривая диффузии инноваций в аспекте обеспечения стратегической конкурентоспособности предпринимательских структур (7)**

Переход через критическую точку перегиба логистической кривой будет означать изменение качества инноваций (частичное и впоследствии полное продуцирование анти- и псевдоинноваций), которые используются предпринимательской структурой для обеспечения стратегического конкурентоспособного развития. И на макроэкономическом уровне и микроэкономическом уровне изменение в качестве инноваций стоит рассматривать как момент бифуркации и выбора будущего направления развития и соответственно будущего состояния.

Этот момент характеризуется формированием нового знания, как только появляется новое знание «происходит схлопывание веера возможностей и переход к одному из дискретных состояний...»(8).

По отношению к предпринимательской структуре этот тезис означает, что выбор будущего направления развития, а значит и реализация инновационного форсайта, направленного на обеспечение стратегической конкурентоспособности, происходит за счет накопления и формирования новых организационных знаний (интеллектуального капитала). Данные организационные знания преобразуются в ключевые компетенции менеджмента предпринимательской структуры и соответственно в инновационные решения, способствующие созданию относительно или абсолютно уникальных конкурентных преимуществ (либо в продукте, либо в подсистемах управления предприятием, в том числе в бизнес-процессах).

Основная задача предпринимательской структуры в момент начала процесса диффузии инноваций состоит в том, чтобы определить некоторую совокупность инновационных решений, которые будут формировать общий отраслевой тренд долгосрочного развития. Эта совокупность, образующаяся в процессе диффузии инноваций, определяется как единый кластер инноваций, который тесно коррелирует с длинными волнами Кондратьева, а также обладает механизмом самоорганизации и выборочно собирает наиболее мощные инновации вдоль подъема длинной волны(9).

Отсюда можно сделать вывод, что с точки зрения методики не всякая инновация может быть использована в инновационном форсайте, т.к. определенно известно, что часть инновационных решений будет носить принципиально сложно реализуемый характер и эта часть должна рассматриваться как технологии далекого будущего.

Еще часть инновационных решений будет в сущности своей конъюнктурной, поскольку весьма сложно отделить волну действительных инноваций от волны анти- и псевдоинноваций, а также их интегрированных форм и агломератов.

Не менее важным является и то, что фазы длинных волн Кондратьева совпадают и коррелируют с фазами средних и коротких волн (в частности средние волны Кузнецца, среднесрочные деловые циклы Жугляра, краткосрочные циклы Китчина). Как считает, Н.Э. Чумаченко, проблематика повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов с использованием инновационно-волновой теории Шумпетера-Кондратьева «отягощена» именно тем, что необходимость сопоставления волн значительно увеличивает перечень параметров, которые необходимо рассматривать для достижения цели и решения задач конкуренции на рынках(10).

#### **Используемые источники**

1. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Оникс, 2011. С. 309.
2. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. М.: Республика, 2011. С. 329.
3. Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики / Под ред. А.А. Акаева, А.В. Коротаяева, Г.Г. Малинецкого и др. М.: Эдиториал УРСС, 2010. С. 96.
4. Там же, С. 97.
5. См., например: Мэнсфилд Э. Экономика научно-технического прогресса. М.: Прогресс, 1970.
6. Источник: Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики / Под ред. А.А. Акаева, А.В. Коротаяева, Г.Г. Малинецкого и др. М.: Эдиториал УРСС, 2010. С. 96.
7. Разработано автором.
8. См., например: Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Структуры будущего: синергетика как методологическая основа футурологии. М.: Комкнига, 2007.
9. Hirooka M. Innovation Dynamism and Economic Growth. A Nonlinear Perspective // Chettenham UK – Northampton USA. 2006. P. 426.
10. Чумаченко Н.Э. Влияние цикличности на конкурентную среду в рамках цикла Кондратьева // Эволюционная теория, инновации и экономические изменения. Материалы III Всероссийской интернет-конференции по проблемам эконофизики и эволюционной экономики. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2005. С. 109–112.

Куроедова М. А.  
аспирант,  
Международная высшая школа управления  
ФГБОУ ВПО «СПбГПУ»

## **Разработка эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики**

*В статье проведено исследование актуальных вопросов, связанных с разработкой эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики. Автором изучен состав субъектов экономических отношений, выявлены и охарактеризованы формы их взаимодействия в рамках инновационной экономической системы. Обозначена методологическая основа разработки стратегии, принципы институционального взаимодействия, использование которых в процессе разработки стратегии позволит повысить ее эффективность. Выделены узловые этапы, составляющие алгоритм разработки стратегии.*

*Ключевые слова: стратегия, инновации, экономика, взаимодействие, отношения, субъект.*

## **Development of effective communication strategies of innovation economy**

*In this paper a study of topical issues related to the development of effective communication strategies of innovation economy. We studied the composition of economic agents have been identified and characterized by the shape of their interaction within an innovative economic system. Designated methodological framework strategy, principles of institutional interaction, the use of which in the development strategy will help improve its efficiency. Isolated nodal phase is algorithm development strategy.*

*Keywords: strategy, innovation, economy, communications, relationships, the subject.*

На сегодняшний день не подвергается сомнению тот факт, что в условиях глобализации для любой страны важной предпосылкой достижения устойчивости и экономической независимости является ее внутренняя организация, предусматривающая способность быстро и четко реагировать на изменения внутренней и внешней конъюнктуры как отдельных регионов, так и страны в целом, осуществлять быструю адаптацию за счет средств инновационной политики [2]. Таким образом, требования к высокой эффективности взаимодействия субъектов различных систем — локальной, региональной, международной значительно возрастают. С этой точки зрения устойчивое развитие инновационной экономики как гармоничное достижение социальных, экономических и экологических приоритетов в значительной степени



---

определяется эффективной стратегией взаимодействия всех участников системы.

В условиях перехода к инновационной экономике, взаимодействие субъектов экономических отношений выступает как обобщенная характеристика процесса использования организационных факторов развития и повышения экономической эффективности производства, а также степени инновационности финансово-хозяйственной системы [3]. Стратегическое взаимодействие субъектов в рамках инновационной экономической системы как способ реализации стратегических планов всех участвующих сторон включает в себе противоречие различного рода интересов, требующее дополнительного согласования и управления. Поэтому в данном контексте особую важность приобретает задача совершенствования существующих и применения новых методов и форм разработки эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики, что предопределило выбор темы проводимого исследования, а также его актуальность, теоретическую и практическую значимость.

Изучению и анализу формирования стратегии взаимодействия субъектов экономики и развития их партнерских отношений в экономической системе посвящены работы иностранных исследователей, таких как Р. Коуз, Б. Райзберг, А. Томсон, Дж. Ст. Милль, К. Маркс, А. Маршалл, Дж. Кейнс. Среди отечественных ученых можно выделить Н. Яковенко, Е. Григорьеву, П. Батайкина, Т. Михайлову, И. Дмитриеву, Н. Сироту, О. Попову, А. Апокина, А. Алешина и др., внесших значительный вклад в разработку инструментов установления контактов и связей субъектов в рамках инновационных экономических отношений. Формы партнерства, сотрудничества и взаимодействия в инновационных экономических системах, во взаимоотношениях с потребителями, инвесторами, органами государственной власти и персоналом детально исследуют Е. Горецкая, А. Косулина, Г. Маклаков, А. Аминова, Ю. Перский, В. Петров и др.

Обобщение изложенных в экономической литературе теоретических концепций, методических рекомендаций и научно-прикладных разработок по созданию эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики позволяет утверждать, что не все вопросы и проблемы в данном направлении достаточно исследованы и изучены. Нерешенным остаются задачи осуществления управления стратегическим взаимодействием субъектов на системных принципах; учет активности субъектов, обусловленной разной направленностью их интересов, при разработке стратегий партнерского взаимодействия в рамках еди-

ной инновационно-экономической системы. Кроме того, существующее научно-методическое обеспечение процессов взаимодействия не в полной мере учитывает принципы синергии, рефлексии и различия участников отношений; не достаточно внимания уделено возможностям партнерства с изменением парадигмы взаимодействия субъектов инновационной экономики «от конкуренции – к сотрудничеству».

Таким образом, с учетом вышеизложенного, цель статьи заключается в исследовании особенностей взаимодействия субъектов инновационной экономики, определении методологической основы и основных этапов разработки эффективной стратегии подобного взаимодействия.

Инновационная экономика представляет собой самоорганизующуюся субъектно-управляемую систему, в которой формы взаимодействия субъектов трансформируются под влиянием меняющихся условий и потребностей [4]. Рассматривая сущностное наполнение самой категории взаимодействия субъектов экономики необходимо отметить, что это сложный комплекс действий участников, их форм активности, организации и реорганизации, мотивационных импульсов. Кроме того, дефиниция «взаимодействие» включает в себя финансовые, правовые, социальные вещественно-предметные и понятийно-символические предпосылки, организационную, технологическую ресурсную, непосредственную и обратную компоненты, иными словами причинно-следственные обратные связи. Эффективность стратегии взаимодействия в значительной степени зависит от качества связей, возникающих при ее реализации. В свою очередь качество управленческих решений, принимаемых по результатам реализации стратегии, зависит от качества обратных связей системы [9]. Кроме того, поливариантность различных связей и отношений субъектов инновационной экономики и многомерность их комбинации значительно усложняет задачу поиска и обоснования эффектов стратегического взаимодействия и как следствие самой сущности эффективности стратегии. Изученный по данной тематике материал позволил автору сформулировать свое видение эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики, которое заключается в достижении синергетического эффекта, проявляющегося через операционный, финансовый, рыночный (или коммерческий), управленческий и инвестиционный (или технологический) эффект. Учитывая сложность идентификации эффектов партнерских отношений в инновационной экономике целесообразно использовать два подхода к оценке эффективности стратегии их взаимодействия:

- прямое сопоставление результатов партнерства и ресурсов, привлеченных для их достижения;

- «непрямая» оценка достигнутых эффектов взаимоотношений, в том числе в социально-психологическом аспекте.

Исходя из этого, можно отметить, что стратегия взаимодействия субъектов инновационной экономики призвана обеспечивать выполнение административных, экономических, финансовых, правовых, производственных и социальных функций в структуре общества для сохранения и приумножения его социально-экономического потенциала.

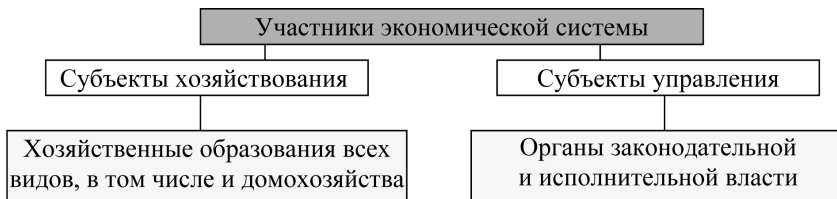
Очевидно, что разработать эффективную стратегию взаимодействия без использования широкого спектра результативных методов, которые имеют достаточный коэффициент полезного действия невозможно. Исходя из этого, методологическую основу разработки стратегии должны составлять следующие инструменты:

- системный подход — для исследования экономических и социальных явлений и процессов во взаимосвязи, взаимозависимости и развитии, для разработки основы стратегии, формирования системы взаимодействия, ее основных направлений и элементов, обоснования системы показателей оценки эффективности реализации стратегии;
- ситуационный подход — для анализа внешних и внутренних факторов, которые влияют на формирование стратегии и механизмы ее реализации;
- методы системно-структурного и сравнительного анализов — для исследования и классификации инструментов реализации стратегии, определения организационно-структурных аспектов механизма управления ее реализацией, разработки методов оценки эффективности данной стратегии;
- методы функционального анализа — для исследования функциональной роли отдельных стратегических направлений и тактических планов в достижении главной стратегической цели, разработки рекомендаций по организации управления реализацией стратегии;
- экономические и статистические методы — для обоснования и оценки эффективности процесса реализации стратегии.

Сам процесс разработки эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики, по мнению автора, следует разделить на несколько взаимосвязанных этапов. Итак:

**Первый этап. Определение субъектов инновационной экономики.** Следует отметить, что проведенный системный анализ научной, учебной, специальной литературы, законодательных и нормативно-правовых актов позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время ни в России,

ни за рубежом нет единого определения субъектов экономики. В учебной литературе в качестве субъектов экономики чаще всего рассматриваются: домашние хозяйства, бизнес, государство. Несколько в другом контексте трактует эти понятия И. Дзялошинский – «человек, домашнее хозяйство, фирма, общество, государство» [1]. А. Ефимьев, С. Колодяжный, К. Сотникова не только обозначают понятия, но и описывают субъектную структуру рыночного хозяйства как систему взаимоотношений между множеством субъектов, выражающую их цели, равноправные, встречно-согласующиеся экономические интересы, характер формы организации и взаимодействия по поводу движения товаров и услуг [5]. В их представлении субъектами рыночной экономики являются: предприниматели; конечные потребители; владельцы ссудного капитала; собственники ценных бумаг; торговцы и т.п., а далее они предлагают подразделять основных субъектов рыночной экономики на четыре группы: домашние хозяйства, предприятия (фирмы), банки и государство (правительство). Большинство современных экономистов используют термины «экономический субъект» и «субъект хозяйствования» как синонимы. Реже встречается определение «экономический агент». Подобная синонимичная трактовка данных понятий, по мнению автора, является некорректной. Рассматривая сущность субъектов экономики с философских позиций, следует отметить, что в данном случае нет деления и какой-либо классификации, иерархии и уровней. Философия определяет субъекты экономики как все общество в целом, как один хозяйствующий субъект [6]. Данное обобщенное и упрощенное определение также представляется автору не совсем приемлемым, поскольку оно не учитывает особенности субъектов именно инновационной экономики. В свою очередь для разработки эффективной гибкой и отвечающей потребностям инновационной экономики стратегии взаимодействия субъектов автор предлагает всех участников экономической системы разделить на две группы: субъекты хозяйствования и субъекты управления (см. Рис. 1).



**Рис. 1. Состав участников экономической системы**

**Второй этап. Определение форм взаимодействия.** По мнению автора, определение правильных, научнообоснованных форм взаимодействия между субъектами инновационной экономики во многом определяет эффективность разработки стратегии подобного взаимодействия. Наиболее часто выделяют следующие формы взаимодействия субъектов в экономике, которые объединяют в себе финансовые, психологические и социальные особенности: взаимодействие в зависимости от числа индивидов; взаимодействие в зависимости от качества индивидов; взаимодействие одностороннее и двустороннее; солидарное и антагонистическое взаимодействие; кратковременное и длительное взаимодействие; организованное и неорганизованное взаимодействие; сознательное и бессознательное взаимодействие; интеллектуальное, чувственное и волевое взаимодействие [7].

Представляется, что данная классификация является слишком обобщенной, в результате чего она не способна отразить особенности инновационных отношений в экономике, проявить их специфику и как следствие создать прочный фундамент для управления ими. Разработка эффективной стратегии взаимоотношений, по мнению автора, должна строиться на следующих формах: технико-технологические, социально-экономические, хозяйственные, управленческие, правовые. Указанные формы тесно взаимосвязаны, прямо или косвенно влияют друг на друга и позволяют раскрыть различные аспекты и уровни содержания инновационной деятельности (технологический, экономический, социальный, хозяйственный, управленческий, правовой, культурной).

На **третьем этапе** необходимо определить четкие целевые ориентиры стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики, которые позволят в дальнейшем проводить оценку эффективности ее реализации. Итак, цели стратегии можно сформулировать следующим образом:

1. Создание условий для воспроизводства экономических субъектов, сохранения их жизни и развития, то есть обеспечение потребностей и реализации способностей.

2. Определение условий, согласно которым субъекты смогут найти свое место в экономической системе.

3. Определение условий взаимодействия экономических субъектов. Установка определенных правил в формировании взаимосвязей позволит экономическим субъектам не только находить пути разрешения противоречий с собственными целями, но и не допускать их противопоставления общественным задачам, что в результате позволит избежать конфликта интересов.

4. Определение условий взаимодействия экономических субъектов с представителями экономических систем других государств.

Для того чтобы повысить эффективность разрабатываемой стратегии представляется целесообразным на **четвертом этапе** использовать принципы институционального взаимодействия субъектов инновационной экономики, к числу которых можно отнести следующие:

- наличие выраженной ключевой компетенции субъекта на уровне вида деятельности (специальной) и «институциональной» – технико-технологической, маркетинговой, управленческой и т. п.;
- построение взаимоотношений субъектов на осознании ключевой компетенции институционального уровня, доверии и признании компетенции на уровне вида деятельности (специальной);
- организационно-экономические, хозяйственные отношения субъектов реализуются во взаимоотношениях ключевых компетенций институционального уровня [8].

Организационно-экономическую схему взаимодействия субъектов инновационной экономики, построенную на этих принципах, можно представить через доминантные связи субъектов, в которых они проявляют ключевую институциональную компетентность.

**Пятый этап** предполагает обязательное закрепление существующих форм взаимодействия субъектов инновационной экономики в определенных правовых формах, которые:

- фиксируют (закрепляют) их основополагающие принципы;
- защищают интересы субъектов инновационной экономики от воздействия внешних и внутренних угроз;
- определяют законные направления и средства решения возникающих проблем;
- способствуют эффективной инновационной деятельности;
- выполняют критериальную функцию, направленную на правовую идентификацию инновационных субъектов, объектов (государство, предприятия, домашние хозяйства, финансово-кредитные учреждения), процессов и результатов;
- обуславливают экономические отношения, которые соответствуют актуальной структуре взаимосвязи экономики и права.

Подводя итоги проведенного исследования, можно сделать следующие выводы. На современном этапе развития общества происходят глубокие изменения во всей системе экономических отношений. Существенной их чертой являются инновации. В связи с этим развитие

взаимодействия субъектов инновационной экономики все больше и больше связывается со знаниями, компетенциями, усилением роли информации и влияния на них всех сторон общественной жизни. На этой почве развивается индивидуальность каждого субъекта, многогранность потребностей и интересов, что предполагает необходимость разработки эффективной стратегии взаимодействия субъектов инновационной экономики. Основу разработки эффективной стратегии составляют партнерские отношения между субъектами на всех стадиях инновационного процесса и на каждом уровне экономической системы. Для реализации данного постулата необходимо четкое понимание состава и особенностей субъектов экономических отношений, осознание специфических качеств и характерных черт их взаимоотношений, связей и взаимодействия. Процесс разработки стратегии взаимодействия должен базироваться на гибком, научнообоснованном инструментарии, который позволит получить на выходе достаточный уровень эффективности каждого отдельно взятого участника отношений и всей экономической системы в целом. Организация реализации стратегии и контроль ее исполнения необходимо осуществлять через механизм мониторинга системы ключевых показателей. Весь перечень используемых форм взаимодействия субъектов инновационной экономики следует закрепить в определенных правовых формах.

#### **Используемые источники**

1. Дзялошинский И. М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты: Монография. Высш. шк. экономики – нац. исслед. ун-т, Науч.-учеб. лаб. исслед. в обл. бизнес-коммуникаций. М.: НИУ ВШЭ, 2012.
2. Каменщик Д.В. Глобализация финансовых рынков и изменение структурных связей в мировой экономике // Вопросы экономики и права. 2012. № 43. С. 50–54.
3. Алешин А.В. Роль взаимодействия разномасштабных субъектов бизнеса в инновационном развитии региональной экономики // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2011. № 3. С. 68–73.
4. Social networks, innovation and the knowledge economy / edited by Isabel Salavisa and Margarida Fontes. – New York: Routledge, 2012.
5. Ефимьев А.С., Колодяжный С.А., Сотникова К.Н. Разработка методики оценки инновационной активности хозяйствующего субъекта в условиях рыночной экономики // Научный журнал. Инженерные системы и сооружения. 2012. № 2. С. 114–119.

6. Тидор С. Н. *Философия управления в быстроменяющемся мире* / С. Н. Тидор, Н. В. Левкин. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2012
7. Гродский В. С. *Экономикс*. М.: РИОР: ИНФРА-М, печ. 2012.
8. Кайгородов А.Г., Козырев В.И. Взаимодействие субъектов в процессе инновационной реструктуризации экономики региона: формы и принципы // *Вестник Ивановского государственного университета*. 2007. № 4. С. 58–65.
9. Сибирская Е.В. Влияние институциональных условий на развитие инновационных процессов в регионе // *Регион: системы, экономика, управление*. 2011. № 1. С. 32–36.



Мадиев Б. Н.  
аспирант,  
Институт социальных и гуманитарных знаний

## **Место кластеров в современных концепциях формирования региональной экономической политики**

*На основе анализа проблем развития туристских кластеров, а также оценки преимуществ кластерного подхода на региональном уровне обоснована концепция «принцип тройной спирали» – совместной предпринимательской деятельности бизнеса, государства и университетов для создания новых территорий инновационного развития. Доказано, что с точки зрения подъема экономики отсталых российских регионов большое значение имеет германский опыт подъема экономики восточных земель.*

*Ключевые слова: туристский кластер, кластерный подход, региональное развитие, интеграционный процесс, макрорегион.*

## **Place of clusters in the modern concept of formation of the regional economic policy**

*On the basis of the analysis of the problems of tourism clusters and to assess the advantages of the cluster approach at the regional level, justified the concept of «the principle of the triple helix» – joint business, industry, government and universities to create new areas of innovation development. It is proved that in terms of economic recovery backward Russian regions is of great importance the German experience economic recovery of the eastern lands.*

*Keywords: tourist cluster, the cluster approach, regional development, the integration process, macro-region.*

В последнее время кластерный подход как форма организации общественного производства занимает все более важное место в управлении территориями.

Кластеры представляют собой сообщество фирм, тесно связанных отраслей, взаимно дополняющих друг друга и способствующих росту своей конкурентоспособности. Для экономики государства кластеры выполняют роль «точек роста» внутреннего рынка<sup>1</sup>.

Однако до настоящего времени наибольшее внимание уделялось проблемам развития производственных кластеров. В то же время туристские кластеры остаются менее исследованными теоретически и слабо внедренными в практику.

---

<sup>1</sup> Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития // «Теория и практика управления», № 5, 2003 г.

Основное преимущество регионального кластера заключается в «эффекте масштаба». Несколько крупных хозяйствующих субъектов, составляющих «ядро кластера», создают территориально сконцентрированный спрос на сервисы и услуги определенной направленности, которые локализуются вокруг «ядра кластера». Возникает экономия на сбытовых и транспортных издержках<sup>2</sup>.

Вторым преимуществом кластера являются тесные внутрифирменные связи. В связи с территориальной концентрацией в кластере динамично развивается межфирменное сотрудничество, сильны неформальные личностные коммуникации между участниками. Поэтому распространение наиболее успешного опыта применения новых технологий и методов управления в кластере происходит предельно быстро. Тем не менее, внутри кластера всегда существует конкуренция, что обеспечивает динамику его развития<sup>3</sup>.

Специалисты полагают, что в XXI веке конкурентоспособность национальных экономик будет определяться наличием у них эффективных инновационных регионов — территорий, где концентрируются десятки предприятий одной или нескольких смежных отраслей.

В создании инновационных регионов, по мнению автора, участвуют три института — академический, корпоративный и государственный. Их совместная инновационная политика направлена на генерирование предпринимательства и новых бизнесов. И принцип «тройной спирали» — совместной предпринимательской деятельности бизнеса, государства и университетов — сейчас используется как базовый для создания новых территорий инновационного развития. Причем центральная роль в этой тройной связке отводится университету. На взгляд автора, при формировании туристско-рекреационного кластера Республики Татарстан основная ставка должна делаться на создание современной инфраструктуры внутреннего туризма, повышение качества туристских услуг за счет улучшения качества образования.

Необходимость повышения экономической эффективности региональных хозяйств ставит перед территориями новые задачи, прежде всего связанные с выбором конкурентоспособной модели региональной экономики, позволяющей максимально использовать имеющийся природоресурсный, кадровый и материальный потенциал.

---

<sup>2</sup> Балабанов, И.Т. Экономика туризма: учеб. пособие / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. М.: Финансы и статистика, 2002. С. 74.

<sup>3</sup> Там же. С. 77.

Существует множество концепций регионального развития, но автор считает, что целесообразно дополнить их, по меньшей мере, парадигмой «регион как составная часть более крупного макрорегиона», прототипом которого может стать федеральный округ. В рамках такой парадигмы появляется широкое поле для развития межрегиональной интеграции, способствующей обеспечению сбалансированного развития всех участвующих в интеграционных процессах регионов. Воспроизвести рекомендуемую нами парадигму «регион как составная часть более крупного макрорегиона» можно лишь на основе оптимального сочетания сбалансированной региональной политики федерального центра с объективными потребностями в межрегиональной интеграции, осознанными на местах. Здесь создание конкурентоспособных межрегиональных кластеров является критически важным инструментом эффективной интеграции и является неотъемлемой составной частью других отмеченных ранее направлений развития теории региональной экономики – размещение деятельности, пространственная организация экономики и межрегиональные взаимодействия.

Если рассматривать кластер как специфическую экономическую систему, то следует признать, что он имеет внутреннюю среду функционирования и внешнее окружение. Для характеристики внутренней среды принципиальное значение имеет уровень конкурентоспособности входящих в него предприятий и качество их межкорпоративных взаимодействий, имеющийся на территории локализации кластера природоресурсный, кадровый и материально-технический потенциал, уровень развития инфраструктуры межрегионального рынка, наличие внутрирегиональных финансовых возможностей поддержки интеграционных процессов, качество законодательства и т.д. В последнее время отмечается и усиление влияния качества нематериальных активов на перспективы социально-экономического развития. Дополнительные возможности получают регионы и межрегиональные кластеры, отличающиеся высокой квалификацией населения, инновационной активностью, наличием сильных брендов и т.д.<sup>4</sup>

Однако наибольшее влияние на социально-экономическое развитие регионов и развитие межрегиональной интеграции оказывают в настоящее время внешние факторы:

- развитие глобализационных процессов, обуславливающих усиление взаимозависимости региональных, национального и ми-

<sup>4</sup> Кречмер А.М. Эволюция структуры представления и развития территории от традиционной к чисто имиджевой и системнокластерной // Региональное развитие и сотрудничество. 2005. № 1. С. 41 .

рового рынков. Применительно к России это означает необходимость учета последствий присоединения к ВТО и, возможно, формирования единого экономического пространства в СНГ.

- обострение конкуренции. В ряде случаев, в особенности для регионов, не имеющих достаточных запасов минеральных ресурсов и не имеющих поэтому перспектив развития сырьевого экспорта, создание межрегиональных и межотраслевых кластеров, производящих конкурентоспособную продукцию с высокой долей добавленной стоимости, может стать одним из немногих реальных шансов преодоления их депрессивного состояния.
- усиление дифференциации в уровне жизни населения регионов. Это мощный фактор, противодействующий развитию интеграционных процессов. Администрация и корпорации, расположенные в более благополучных регионах, всегда будут закладывать в оценку эффективности интеграционных проектов премию за риск, связанный с возможным иждивенческим настроением субъектов интеграции из более отсталых регионов. В действительности никакого иждивенчества может и не быть, но психологически отказаться от учета подобного риска весьма сложно <sup>5</sup>.

Позиция автора настоящего исследования заключается в том, что главной целью региональной политики на федеративном уровне является создание необходимых условий для динамичного и сбалансированного развития регионов. Причем под «созданием условий» в данном случае понимается не только совершенствование законодательства и формирование благоприятного делового климата, но и реализация критически важных целевых программ регионального развития, финансируемых, в том числе, и из федерального бюджета. Такие программы не должны замыкаться в границах одного субъекта федерации, а иметь статус межрегиональных, содействовать развитию интеграционных процессов на уровне макрорегионов.

В этой связи полезно обратиться к опыту Германии, где стимулированию регионального развития уделяется самое пристальное внимание. Причем, при выборе объектов государственной поддержки предпочтение отдается тем предприятиям, деятельность которых не замыкается внутри региона, а выходит на межрегиональный уровень. Как показано А.Г. Гранбергом, реципиенты стимулирования должны представить чет-

---

<sup>5</sup> Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза / Отв. редактор Гранберг А.Г. М.: Экономика, 2000 г. С. 12.

кие доказательства того, что в течение трех лет после завершения реализации программы поддержки их деятельности, в основном осуществляемой путем инвестиций в промышленное производство и инфраструктуру, большая часть производимой ими продукции будет сбываться за пределами региона <sup>6</sup>.

Имеет ли смысл подобный подход в российских условиях, особенно с учетом того обстоятельства, что уровень развития внутрорегиональных рынков в России значительно ниже, чем в Германии? Казалось бы, вполне достаточно развивать те виды деятельности, которые могут насытить товарами и услугами рынки конкретных регионов и не слишком заботиться о сбыте за пределами региона. Однако в условиях глобализации такой подход оказывается нежизнеспособным. По подавляющему большинству товаров и услуг региональные рынки нельзя закрыть не только от внутрিরоссийской, но и от международной конкуренции. Признание производимых в регионе товаров и услуг конкурентоспособными по соотношению «цена-качество» не только в самом регионе, но и за его пределами является важным фактором стратегической устойчивости конкретных предприятий и региональных экономик, финансовый потенциал которых формируется за счет налоговых поступлений предприятий, работающих на их территории.

С точки зрения подъема экономики остальных российских регионов большое значение имеет и германский опыт подъема экономики восточных земель. Принципиальное значение имеет тот факт, что поддержка центра концентрировалась не столько на обеспечении определенных социальных стандартов, хотя это также имело место, а на создании стимулов для их поступательного саморазвития. К ним, прежде всего, относятся механизмы предоставления налоговых преференций для предпринимательской деятельности, основанные на дифференцированном налогообложении доходов предприятий и организаций (более высокие нормы амортизации в Восточных землях, пониженные ставки корпоративных налогов и т.д.), предоставлении им специальных грантов и льготных кредитов для модернизации основного капитала предприятий <sup>7</sup>.

И хотя, по общему признанию, использование выделяемых средств далеко не всегда было эффективным, ее результатом стало не-

<sup>6</sup> Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза. М.: Экономика, 2000. С. 97–98.

<sup>7</sup> Жердева О.В. Роль маркетинга в идентификации территорий / О.В. Жердева // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2. С. 60.

допущение массовой безработицы (если бы этих мер не было, безработица могла бы коснуться примерно 400 тысяч человек) и постепенное снижение различий в уровне развития между землями-донорами и землями-реципиентами финансовой поддержки. Для России из этого опыта существенно следующее:

- не надо бояться применения дифференцированных подходов к формированию региональной политики. Стремление к ее унификации является тормозом для решения задачи обеспечения устойчивого развития регионов;
- необходимо более детально исследовать причины недостаточной эффективности использования государственной поддержки развития отсталых регионов. Одна из них очевидна и заключается в неподготовленности местных кадров к работе в новых условиях. Но в России эта причина будет терять актуальность по мере замены старых региональных элит новыми, более адаптированными к рыночным условиям хозяйствования и часто имеющими собственный позитивный опыт работы в бизнесе<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза. М.: Экономика, 2000. С. 103.

Минковская Т. И.  
соискатель,  
Тюменский государственный университет,  
Институт государства и права

## **Повышение эффективности государственного контроля за соблюдением порядка использования и охраны земель**

*В статье предложены пути повышения эффективности государственного контроля за соблюдением порядка использования и охраны земель в части самовольного захвата земель, предоставления земельных участков, борьбы с загрязнением земли.*

*Ключевые слова: государственный контроль землепользования, охрана земель.*

## **Efficiency of the state control over the procedure land use and protection**

*In article ways of increase of efficiency of the state control of observance of an order of use and protection of lands regarding unauthorized capture of lands, granting the land plots, earth pollution abatement are offered.*

*Keywords: state control of land use, protection of lands.*

Одной из функций государственного управления земельными и природными ресурсами, которой обеспечивается основная задача соблюдения норм земельного законодательства в целом, является контроль за соблюдением порядка использования и охраны земель.

«Сегодня земля в нашей стране крайне востребована, с каждым годом растёт готовность граждан приобретать её, строить на ней дома, вести бизнес»<sup>1</sup>. В условиях интенсивного развития земельного рынка в России одно из приоритетных направлений в регулировании земельных отношений – это надлежащее правовое обеспечение государственного контроля за использованием и охраной земель на всей территории нашего государства (далее – госземконтроль) как важнейшего инструмента правового института государственного управления земельными ресурсами.

В настоящее время земли России составляют 1709 млн. га (12,5% мировой территории). Они уникальны не только по количественным

---

<sup>1</sup> Путин В.В. Выступление на заседании президиума Государственного совета «О повышении эффективности управления земельными ресурсами в интересах граждан и юридических лиц» 9 октября 2012 г./ Президент РФ. Официальный сайт: <http://президент.рф>

показателям, но и по качественным (55% черноземных почв всего земного шара). Изучение состояния земель показывает устойчивую тенденцию к их деградации<sup>2</sup>, что свидетельствует о неэффективном использовании и охране земель, нарушении конституционного принципа о свободном владении, пользовании и распоряжении землей собственниками, если это не наносит ущерба окружающей среде и не нарушает прав и законных интересов иных лиц (ч. 2 ст. 36 Конституции РФ).

Реализация Федеральной целевой программы «Развитие земельной реформы в Российской Федерации на 1999–2002 годы»<sup>3</sup> не принесла ожидаемых результатов. В специальной правовой литературе в целом преобладает мнение о том, что «несмотря на масштабность и кардинальность преобразований, земельное богатство страны все же используется крайне неэффективно, а значит, не выполнена основная цель реформы»<sup>4</sup>.

Развитие земельного рынка требует обеспечения со стороны государства и судебной власти надлежащей защиты, прав на земельные участки, правовых гарантий для осуществления сделок с ними, поступлений регулярных платежей за земли в бюджеты всех уровней. Такая потребность в значительной мере удовлетворяется осуществлением государственного контроля, призванного обеспечить соблюдение всеми государственными и общественными органами, государственными, кооперативными предприятиями, учреждениями и организациями, а также гражданами требований земельного законодательства в целях эффективного использования и охраны земель.

Сегодня «земля» все более ассоциируется с недвижимым имуществом, отличающимся большой стоимостью. С одной стороны, по справедливой оценке В.В. Путина: «невозможно найти информацию о свободных землях», нет единого информационного ресурса о земельных участках. Президент России признает, что «сейчас эта информация закрыта для людей, к сожалению. Руководители ведомств, сотрудники различных органов власти и всякие прилипшие к ним посреднические

---

<sup>2</sup> Загрязнение и как это принято называть в литературе «захламенение» земель также ведет к сокращению площади земельных ресурсов, пригодных для ведения сельского хозяйства, что в целом отрицательно влияет на демографическую ситуацию, стимулирует импорт продовольствия, что прямо понижает уровень экологической и экономической безопасности России. Таким образом, в современных условиях качество состояния земель относится к показателям государственной безопасности.

<sup>3</sup> СЗ РФ. 1999. № 27. Ст. 3379.

<sup>4</sup> Колесова О. Н. Компетенция субъекта Российской Федерации в регулировании земельных отношений: дис... канд. юрид. наук. 12.00.06. Самара, 2006. С. 6.



структуры фактически монополизировали эту информацию, а без неё гражданам практически невозможно взять в собственность даже заброшенный участок земли». В сложившейся ситуации граждане «находятся в положении бесправных просителей, что с их запросами и потребностями никто не считается и что надо помучиться от трёх и более лет, прежде чем получить участок. В результате земля остаётся нереализованной и не работает в полную силу»<sup>5</sup>. С другой стороны еще в начале 2000-х годов исследователи отмечали, что действующий УК РФ в недостаточной степени защищает как вещные права, права собственника или иного владельца земельного участка, так и права всех граждан России на благоприятные условия окружающей природной среды, в том числе и земли, как одного из объектов экосистемы. При этом особо подчеркивалось отсутствие норм об ответственности за захват, захламление земель. В равной степени эта оценка относилась и к использованию гражданско-правового способа защиты права собственности (институт виндикации), а также использование норм административного права которые «не в состоянии обеспечить достаточно эффективную защиту прав, как всех граждан России, так и землепользователей, в частности»<sup>6</sup>.

В юридической литературе вот уже не первое десятилетие идет дискуссия о признании специальной земельно-правовой ответственности в качестве самостоятельного вида ответственности. В то же время, Земельный кодекс РФ не содержит данного понятия поэтому и вести речь о нем сложно.

За прошедшее десятилетие, к сожалению видимых изменений не произошло. В октябре 2012 г. Президент России лишь вынужден был признать, что «коррупция...буквально пронизывает весь земельный рынок», основными чертами которого являются «закрытость и непрозрачность»<sup>7</sup>.

Важно также и то, что если права собственности или аренды на самовольно захваченные земли не оформлены, то, следовательно, и

---

<sup>5</sup> Путин В.В. Выступление на заседании президиума Государственного совета «О повышении эффективности управления земельными ресурсами в интересах граждан и юридических лиц» 9 октября 2012 г./ Президент РФ. Официальный сайт. <http://президент.рф>

<sup>6</sup> Манакин Н. А. Уголовно-правовая охрана земельных отношений в Российской Федерации дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08. Н. Новгород, 2001. С. 15.

<sup>7</sup> Путин В.В. Выступление на заседании президиума Государственного совета «О повышении эффективности управления земельными ресурсами в интересах граждан и юридических лиц» 9 октября 2012 г./ Президент РФ. Официальный сайт. <http://президент.рф>

никаких официальных платежей за фактическое использование таких земель на протяжении многих лет в бюджет страны не поступает. То есть ежегодно в бюджет государства не поступают миллиарды рублей!

Очевидно, что подобное положение дел не может быть допустимо и терпимо государством, особенно в условиях продолжающегося экономического кризиса, когда уровни доходов граждан существенно различаются. В связи с этим в усложняющихся социально-экономических условиях особую озабоченность у руководства страны должно бы вызвать следующее обстоятельство: возрастающее налоговое бремя опять возлагается на законопослушных граждан, а многие нарушители, лица самовольно занимающие земли практически ничего не платят государству за эксплуатацию самовольно занятых ими ценных угодий, надеясь в том числе, на «дачную амнистию».

Недостаточно эффективное правовое регулирование в сфере охраны земель подтверждается многочисленными фактами самовольного занятия земель. При этом в литературе рассматриваются «злободневные» вопросы, «связанные с легализацией самовольно возведенных недвижимых объектов». Объем этого сектора недвижимости, по оценке О.В. Гумилевской «крайне велик». В числе «чрезвычайно разнообразных» причин этого явления автор называет сложную бюрократическую процедуру получения необходимых разрешительных документов для строительства капитальных объектов, процедуру оформления прав на недвижимость в целом, требующую большого количества времени и денежных затрат<sup>8</sup>. Данный подход представляется спорным, так как фактически оправдывает самовольный захват земель «сложностями бюрократической процедуры», которые можно преодолеть уже после постройки объекта задним числом.

Такая, к сожалению, распространенная практика «узаконения» самовольных занятий земли опасна непредсказуемыми последствиями. Как правило, это происходит в густонаселенных районах, в том числе – в запретных зонах, водоохранных зонах источников питьевого водоснабжения, в близлежащих лесах, над действующими трассами магистральных газопроводов и нефтепроводов, под высоковольтными линиями электропередач и т.д.

Отсутствие действенных мер пресечения нарушений и государственного финансирования научно обоснованных проработок по перспективному использованию земель влечет за собой бессистемное, «вы-

---

<sup>8</sup> Гумилевская О. В. Основания признания права собственности на самовольную постройку: дис... канд. юрид. наук. 12.00.03. Краснодар, 2008. С. 144.

борочное» предоставление участков с повышенной инвестиционной привлекательностью для коммерческих целей и даже их безнаказанное самовольное занятие земель. Зачастую земельные участки продаются не по рыночной стоимости, а по символическим ценам. В лучшем случае на основе заявок активно действующих инвесторов, застройщиков, а в худшем не предусмотренные градостроительными планами объекты формируются стихийно. Происходит неправомерное использование территорий с целевым назначением, малопредпочтительным для коренных жителей, наносится существенный вред экологии.

По сведениям, озвученным на российском телевидении, в отдельных районах Подмосковья уже до 70 процентов сельскохозяйственных угодий ряда сельскохозяйственных организаций (бывших колхозов и совхозов) взяты на заметку особо ретивыми риэлторами и предназначены для перепродажи отдельным претендентам под индивидуальную застройку по коммерческим ценам.

Первичное официальное переоформление земель проводится или уже проведено по символическим ценам, что значительно снижает возможные финансовые поступления в бюджет государства. Если же государственные органы будут и впредь допускать подобный, подход и разбазаривание сельскохозяйственных угодий, то может возникнуть некое критическое состояние либо даже чрезвычайные ситуации, предотвратить либо исправить которые будут не в состоянии любые административные наказания или амнистии, аналогичные «дачным».

Недавние публичные обсуждения складывающейся ситуации компетентными лицами на различных каналах российского телевидения свидетельствуют о том, что прежние рычаги государственного управления земельными ресурсами почти утеряны, а масштабы действенного прокурорского надзора и реагирования несоразмерно малы. Отдельные должностные лица «на местах» не могут либо не хотят вести борьбу с самовольным занятием земель. Судебные решения выносятся редко, но даже если они вынесены, их исполнение может преднамеренно тормозиться (как, например, в общеизвестном случае самовольного строительства в пойме Москвы-реки в поселке «Речник»).

В связи со сложившейся ситуацией в сфере использования земельных ресурсов назрела необходимость изменения порядка принятия решений о предоставлении земельных участков с повышенной инвестиционной привлекательностью и соответствующего контроля, а также изменения размеров арендной платы за землю, земельного налога. Территории повышенной инвестиционной привлекательности, зоны либо ее части, отдельные земельные участки по решениям государствен-

ных органов могут и должны чаще выставляться на торги, конкурсы и аукционы на конкурсной основе, причем с заранее четко оговоренными условиями получения в долгосрочную аренду или приобретения в собственность земельных участков с повышенной инвестиционной привлекательностью конкретного целевого назначения по реальным коммерческим ценам, без права изменения целевого назначения на ближайшие 49–99 лет. Условия получения в аренду или приобретения в собственность земельных участков с повышенной инвестиционной привлекательностью заранее четко должны быть оговорены с государственными органами, а не с всевозможными посредниками.

Необходимо срочно предпринять следующие меры:

- 1) предусмотреть процедуры ускоренного изъятия земель и недвижимости из незаконного использования и (или) владения;
- 2) установить значительно более высокие ежегодные платежи за землю, использование или владение земельными участками;
- 3) повысить базовый размер (хотя бы раз в 100) ежегодного земельного платежа, если заявителями в личных целях самовольно изменялось целевое назначение занятых ими земельных участков с повышенной инвестиционной привлекательностью. Затем из года в год многократно увеличивать размер платежей в бюджет, одновременно добиваясь устранения допущенных нарушений, вредного воздействия на окружающую среду;
- 4) внести предложение в суды о наложении крупных штрафов и (или) изъятии самовольно занятых земель;
- 5) предусмотреть варианты взыскания крупных доплат за весь период незаконной эксплуатации земель, процедуры наложения и уплаты очень крупных штрафов за проведенное самовольное занятие земельных участков;
- 6) в ускоренном судебном режиме рассмотрения:
  - шире применять безвозмездное изъятие в доход государства самовольно занятых либо с серьезными нарушениями используемых земель;
  - выносить судебные приговоры, решения, приказы с учетом объективной мотивации поступков нарушителей (в отношении «захватчиков» земель и тех чиновников либо согласующих и контролирующих организаций, которые в силу личной заинтересованности или халатности допустили и (или) не пресекают происходящие негативные процессы, по сути, несправедливого передела земельной собственности;

7) законодательно запретить любое необоснованное изменение установленного целевого назначения и форм использования предоставляемых в распоряжение, аренду или собственность сельскохозяйственных угодий в пригородных зонах на 49-99 лет (в особенности самовольную застройку участков в черте поселений, городских округов, пригородных и охранных зонах);

8) безвозмездно отчуждать насаждения, коммуникации и строения, возведенные с нарушением правил предоставления земельных участков и статуса территории, в доход государства и впредь использовать их только в государственных интересах (без предоставления каких-либо компенсаций нарушителям);

9) установить размер штрафа в соответствии с нанесенным ущербом природе и экономике, проводить снос самовольно возведенных строений за счет виновных;

10) возложить на нарушителей обязанность привести самовольно занятые земельные участки в состояние не хуже первоначального в течение полугода. Для этого законодательно установить процедуры и порядок проведения рекультивации самовольно занятых и поврежденных земель, восстановления лесонасаждений, береговой линии. Также установить, что эти работы должны проводиться за счет виновных лиц.

Нужны жесткие меры, строгие и прозрачные процедуры, более совершенное земельное законодательство. Иначе нас ожидает следующее:

- процессы самовольного использования земель будут продолжаться и станут необратимыми;
- в бюджет государства не поступят миллиарды рублей;
- в долголетние судебные тяжбы будут вовлечены многие физические и юридические лица.

#### **Используемые источники**

1. Гумилевская О. В. Основания признания права собственности на самовольную постройку: дис... канд. юрид. наук. 12.00.03. Краснодар, 2008.
2. Колесова О. Н. Компетенция субъекта Российской Федерации в регулировании земельных отношений: дис... канд. юрид. наук. 12.00.06. Самара, 2006.
3. Манакин Н. А. Уголовно-правовая охрана земельных отношений в Российской Федерации дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08. Н. Новгород, 2001.

Овчарова Н. И.  
кандидат экономических наук, доцент,  
ГБОУ ВПО «Сургутский государственный  
университет ХМАО – Югры»

## **Методические подходы к применению инструментов сценарного планирования в системе управления крупных корпоративных образований**

*В статье рассматриваются направления совершенствования организационного механизма управления на основе инструментария сценарного планирования в крупных корпоративных образованиях на примере объединений нефтяной и газовой промышленности.*

*Ключевые слова: сценарное планирование, управление.*

## **Methodological approaches to the use of scenario planning tools in the management of large corporate entities**

*The article deals with ways of improving the organizational mechanism based management tools of scenario planning in large corporate entities of the examples of the oil and gas industry.*

*Keywords: scenario planning, management.*

Начиная с 1960-х гг., крупные корпоративные образования используют методы сценарного анализа и планирования, что объясняется их желанием понять то, как будут развиваться будущие события, что собой будут представлять будущие экономические, политические и социальные условия. Все это является основой для определения ими своих целей и стратегий при планировании долгосрочных капиталовложений в инновационно привлекательные проекты. Изменение целевой ориентации приводит к необходимости трансформации системы управления и в особенности отдельных функций, связанных с анализом, учетом, контролем.

Shell — одна из мировых компаний — «пионеров», использующих инструментарий сценарного анализа и планирования в системе управления. В Royal Dutch/Shell интерес к сценариям определялся желанием достижения гибкости после ряда неудач, постигших ее в начале 1960-х гг., в результате просчетов в планировании. П. Уок (P. Wack), основываясь на философии Г. Кана (H. Kahn), начал использовать сценарный подход при подготовке прогнозов для Royal Dutch/Shell, а позднее возглавил специ-

---

альную службу компании, отвечающую за сценарное планирование [1]. Использование этой компанией сценарного планирования сыграло существенную роль в предвидении будущих событий и выборе соответствующей стратегии в развитии инноваций, что в конечном итоге позволило стать Royal Dutch/Shell одним из лидеров нефтяной отрасли.

Главным исследуемым фактором в сценариях 1970-х гг. была цена на нефть. В настоящее время область их применения значительно расширилась.

Применение сценариев при создании инновационно привлекательной стратегии крупного корпоративного образования может быть связано с следующими направлениями:

1. Оценка ресурсов;
2. Рассмотрение нового бизнес-портфеля;
3. Определение стратегических действий (шагов) по внедрению инноваций;
4. Внутренний аудит выполнения разработанной стратегии при различных измерениях бизнес-среды.
5. Построение сценария развития по результатам внутреннего аудита.

Применительно к крупным корпоративным образованиям нефтегазового сектора последовательность шагов при составлении сценариев представляется следующей:

1. Построение сценариев развития рынка по отдельным их видам: рынки нефти, нефтепродуктов, газа и угля (для газодобывающих компаний).

2. Моделирование поведения участников рынка в целом и отдельно каждого рынка. Для каждого сценария формируется схема и производится оценка финансового состояния холдинга и его связанных структур, налоговых и рентных отчислений, инвестиционных ресурсов и т.д. При этом моделируется поведение потребителей и конкурентов, финансовых и материальных потоков. Даже в условиях развитого рынка это представляет чрезвычайно трудную задачу: необходимо исследовать поведение рынка капиталов, входящих и исходящих финансовых потоков, экономическую и лицензионную политики правительства, эффекты синергии от взаимодействия дочерних компаний холдинга и т.д.

3. Анализ наиболее вероятных сценариев выполняется с позиций отдельных участников рынка нефти, нефтепродуктов и газа. При этом определяют сценарии наиболее опасного развития, ранжируют рассматриваемые сценарии по степени их привлекательности, оценивают вероятность и размеры открытия новых месторождений и т.д.

Использование сценарного подхода при формировании инновационной стратегии развития крупных корпоративных образований делает возможным лучшее понимание и более четкое структурирование комплекса проблем, которые необходимо преодолеть в системе управления.

В связи с тем, что сценарий необходим для выработки инновационной стратегии крупных корпоративных образований нефтегазового бизнеса, то и прогнозируемые события развития должны рассматриваться с точки зрения того, как они могут повлиять на изменение спроса и предложения, цены на нефть, нефтепродукты и газ, уровень конкуренции на рынке, стоимость капитала и тенденции на рынке инвестиций, баланс мощностей в нефтепереработке, стоимость фрахта на основных направлениях поставок, стоимость тарифа на прокачку по трубопроводной системе, налоговые ставки, качество нефтепродуктов, маржа НПЗ и т.д.

В соответствии с существующими методиками сценарного планирования в крупных корпоративных образованиях, основанными на стоимости (Value Based Management), их главной целью является максимизация добавочной стоимости. Это означает, что *философия инновационного управления всеми внутренними и внешними экономическими операциями, устремления ее менеджеров, используемые при проведении внутреннего аудита, анализа и принятии решений, основаны на создании и увеличении стоимости холдинга, а инновационно — ориентированное управление строится на принципах управления факторами добавленной стоимости*. При этом под созданием стоимости понимается управление возможностями отдельных связанных структур крупных корпоративных образований, направленное на повышение доходов собственников (акционеров) от инвестиций с увеличением финансовых потоков и снижением рисков. В данном случае созданная бизнесом новая стоимость измеряется сравнением полученного дохода со стоимостью капитала. Если доходность бизнеса оказывается выше цены капитала, то стоимость холдинга увеличивается, в противном случае уменьшается. Особенностью крупных корпоративных образований нефтяной и газовой отрасли является то, что они имеют возможность влиять на процесс создания стоимости с помощью реструктуризации своего бизнес-портфеля. Добавленная стоимость от принадлежащего образования бизнес-портфеля складывается из следующих составляющих [3]:

$$EVA_H = EVA_{B1} + EVA_{B2} + \dots + EVA_n + EVA^* + EVA^{**} \quad (1)$$

где  $EVA_H$  — добавленная стоимость холдинга



- $EVA_{B1}$  – добавленная стоимость бизнеса 1,  
 $EVA_{B2}$  – добавленная стоимость бизнеса 2,  
 $EVA_n$  – добавленная стоимость бизнеса  $n$  (стоимость, созданная в цепочке бизнеса),  
 $EVA^*$  – добавленная стоимость от кооперативных связей между бизнесами,  
 $EVA^{**}$  – добавленная стоимость от финансовых операций, производственной деятельности и оказываемых услуг непосредственно холдингом (синергетический эффект).

Управление добавочной стоимостью осуществляется через цели, стратегии, планы и бюджеты, системы внутреннего аудита и мотивации персонала. Для этого необходимо, чтобы «инновационное мышление» овладело всеми менеджерами и присутствовало во всех организационных процессах управления. При этом портфельная стратегия должна давать ответы на вопросы о составе бизнеса холдинга, их взаимосвязи между собой, так, чтобы они создавали максимально возможную стоимость при заданном уровне риска. Конкурентная стратегия основана на анализе альтернативных путей развития, дальнейших действий в каждом из бизнесов и выборе такого из них, который позволяет максимизировать стоимость образования.

Существует достаточно высокая зависимость между рыночной и оценочной стоимостью крупного корпоративного образования. Рыночная стоимость отражает, главным образом, ожидания инвесторов о будущих возможностях, основываясь на ее историческом опыте, текущем положении. Рыночная стоимость, также как и другие показатели, рассчитанные на ее основе (прибыль в расчете на акцию или рентабельность капитала), отражают краткосрочные (достаточно редко среднесрочные) перспективы.

Если менеджеры ориентированы только на улучшение бухгалтерских показателей — таких как, прибыль или рентабельность инвестированного капитала, то это означает их стремление в кратчайшие сроки, любой ценой получить максимум возможного, не задумываясь об их долгосрочной перспективе. Кроме того, денежные потоки в расчете на каждый рубль прибыли не у всех холдингов являются одинаковыми. Отношение к показателям, отражаемым в системе внутреннего аудита, существенно изменилось после знаменитых аудиторских скандалов с WorldCom, Enron и некоторыми другими компаниями. В результате инвесторы и аналитики инвестиционных компаний стали более осторожно относиться к таким показателям как EBITDA и P/E.

По нашему мнению такие показатели эффективности работы связанных структур в крупных корпоративных образованиях, как прибыль до уплаты налогов, процентов, списаний и амортизационных начислений (Earning before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, EBITDA), рыночная капитализация (произведение количества акций в обращении и их текущей рыночной стоимости) или отношение цены акции к доходу на акцию (Price/Earning Ratio, P/E) не всегда правильно отражают реальное экономическое положение в соответствии с его инновационной стратегией. Например, в показателе P/E используются данные о прибыли, взятые из бухгалтерской отчетности. Учетная политика крупного корпоративного образования (амортизационные отчисления, учет выручки и т.д.), трансфертные цены и другие условия оказывают влияние на результаты деятельности за определенный отчетный период. Приобретение оборудования по лизингу (учет на забалансовых счетах) позволяет увеличить показатель рентабельности собственного капитала (Return on Equity, ROE) .

Амортизация материальных и нематериальных активов, учет затрат на научные исследования и реструктуризацию также вносят некоторое искажение в представление о реальном положении и его перспективах.

В тех случаях, когда крупные корпоративные образования реализуют долгосрочные проекты (что является характерным для нефтегазового бизнеса) ее балансовые и рыночные показатели без детального изучения могут создавать не самое благоприятное впечатление. Это связано с тем, что рыночная стоимость основана на ожиданиях, а не на фактических результатах деятельности (ожидание рынком улучшений результатов деятельности приводит к повышению отношения рыночной стоимости к балансовой). Вместе с тем, прирост стоимости крупного корпоративного образования после реализации инновационных проектов может составлять до 50% от ее текущей рыночной стоимости.

На капитализацию крупного корпоративного образования сильное влияние оказывают PR, рекламные кампании, всевозможные слухи и т.д., под воздействием которых рыночная стоимость может, как увеличиваться, так и уменьшаться. Мы предлагаем для оценки добавочной стоимости нефтяного крупного корпоративного образования в качестве основных использовать методы дисконтированного потока денежных средств (Discounted Cash Flow, DCF) и метод экономической добавленной стоимости (Economic Value Added, EVA), DCF-, SVA, EVA-, MVA- и другие методы.

Таким образом, организация управленческих воздействий для принятия инновационных, инвестиционных и управленческих решений при использовании методов сценарного планирования должна быть основана на использовании финансовых и экономических показателей, характеризующих текущее состояние и перспективы развития каждой связанной структурой крупного корпоративного образования, отражающих эффективность использования капитала, материальных и человеческих ресурсов.

#### **Используемые источники**

1. Алан Коуд. Введение в корпоративную стратегию. Университет Шеффилд Халлам, 27 ноября 1993 г. М.: Изд-во О. Аскери, 1993.
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. М.: Олимп-Бизнес, 1997.
3. Будылин С.Л. Идеальный холдинг: финансовые потоки и налогообложение//Управление компанией. М., 2005.

Останина С. Ш.  
доктор экономических наук, профессор кафедры экономики,  
ФГБОУ ВПО «КНИТУ»

Водолажская Е. Л.  
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики,  
ФГБОУ ВПО «КНИТУ»

## **Роль государства в обеспечении устойчивого развития экономики**

*Государство должно всемерно защищать национальные интересы страны в условиях свободного потока информации в обществе. Предпосылка оздоровления экономики страны — это организация правового пространства хозяйственной деятельности.*

*Ключевые слова: государство, устойчивое развитие экономики, правовое пространство.*

## **State role in providing a sustainable development of economy**

*The state should fully protect the national interests of the country in the conditions of a free flow of information in society. The premise of the economic health of the country is the organization of legal space of economic activity.*

*Keywords: the state, sustainable development of the economy and legal space.*

Всякое хозяйствование осуществляется в рамках экономического пространства, очерченного и структурированного государством или сообществом государств. За пределами этого экономического пространства может осуществляться хозяйственная деятельность в теневой сфере, либо как ее теневая составляющая.

Относительно замкнутая хозяйственная сфера теневой экономики может быть нейтральна к государству, что бывает сравнительно редко. Чаще всего дельцы теневой экономики, пользуясь коррумпированностью государственных чиновников, деформируют экономическую деятельность государства, направляя ее на одностороннюю выгоду отдельных экономических, преимущественно коммерческих, структур (как теневых, так и легитимных), за счет ущемления общегосударственных интересов, перераспределения материальных и денежных ценностей, изначально принадлежащих обществу, в пользу отдельных лиц.

---

Если в здоровой экономике всякая хозяйственная теневая деятельность является патологией, деформацией, то в больной экономике часть теневой деятельности компенсирует изъяны легитимной экономики, и в экономическом плане ее необходимо оценить положительно. Например, в советский период в условиях неразворотливости централизованного материально-технического снабжения без армии «толкачей», тeneвым образом выбивающих производственные поставки для своих предприятий, производство в стране остановилось бы из-за массового срыва поставок сырья, материалов, полуфабрикатов и тому подобного; в ходе радикальных рыночных реформ 1992–1999 гг. в условиях многократного сжатия денежной массы в результате проведения так называемой жесткой финансовой политики, если бы предприятия не перешли (часто полуполюгальным и тeneвым образом) на безденежные поставки (бартер, взаимозачеты, вексельный и суррогатно-денежный оборот и т. п.), то производство остановилось бы на всей территории страны.

Значительная часть тeneвого сектора носит явно паразитарный характер, усугубляя болезненное состояние легитимного сектора.

Предпосылка оздоровления экономики страны — это организация правового пространства хозяйственной деятельности.

Первое условие для создания этой предпосылки — разработка и введение правовых норм хозяйствования на всех уровнях экономики.

Второе условие — это создание действенных стимулов, моральных и материальных, для соблюдения легитимных норм хозяйствования.

Третье условие — четкое определение и применение санкций, причем адресных и конкретных, за нарушение правовых норм.

Четвертое условие — введение ограничений тeneвой экономики в сочетании со стимулами к легитимному хозяйствованию, для того, чтобы открытая экономическая деятельность становилась более привлекательной и выгодной, чем тeneвая, и тем более криминальная. При этом экономические интересы необходимо изъять из тeneвой экономики и криминальной сферы и переместить их в правовое пространство.

Пятое условие — правовые нормы, вводимые государством, должны быть разумны и эффективны с позиции гармоничного сочетания интересов личности, социальных групп и трудовых коллективов, общества в целом, государства как института, выражающего интегрированный интерес общества.

Важно, чтобы все названные выше условия действовали одновременно. Достаточно отсутствия любого из них, чтобы в корне подорвать всю систему правовых норм государства в хозяйственной сфере. В частности, если правовые нормы окажутся неразумными или экономи-

ческие интересы будут сконцентрированы в теневой сфере, то здоровая система правовых норм хозяйствования в принципе не может функционировать.

История показала, что необходимо обеспечивать эффективное воздействие государства на собственность, что выражается в следующем:

1) обеспечение первоначального присвоения объектов собственности и установление в соответствии с таким присвоением правового института собственности в качестве фиксации прав на нее, обеспечиваемых силой и авторитетом государства;

2) защита прав собственности;

3) эффективное структурирование объектов собственности при обеспечении их оптимального распределения между государством и частными структурами и лицами, а также при развитии смешанных предприятий, в праве собственности на которые участвует государство совместно с частными владельцами; такое структурирование несовместимо с крайностями, как явного преобладания государственной собственности, так и частной (например, лишение государства собственности на большую часть земельных угодий и природных ресурсов неизбежно приведет к краху российской государственности и распаду страны);

4) необходимое перераспределение объектов собственности в случае существенных изменений условий хозяйствования как в форме приватизации объектов собственности, так и в форме их национализации;

5) содействие подбору эффективных частных собственников и передаче предприятий в их владение;

6) создание организационных условий и материальных стимулов для привлечения к управлению объектами госсобственности талантливых менеджеров при формировании таких механизмов управления, при которых честное, инициативное, эффективное исполнение госслужащими своих обязанностей становится и в материальном плане более выгодным, чем обогащение за счет коррупции;

7) антимонопольное воздействие на монопольные структуры с недопущением свойственного им паразитизма и загнивания (не путать с навязываемой западными экспертами России идеей расчленения крупных корпораций и недопущения образования особо крупных структур, что наносит вред нашему государству, так как лицо эффективной экономики всякой современной страны составляют именно крупные корпорации, и на мировом рынке господствуют именно ТНК);

8) антикризисное регулирование экономики на макроуровне;

9) воздействие на мезоуровень экономики в направлении преодоления кризисных явлений;

10) создание правовых и экономических механизмов, обеспечивающих антикризисное управление «большими» предприятиями с их санацией и отбором потенциально дееспособных.

Анализ показывает, что с целью обеспечения высокоэффективного развития государство должно обеспечить все хозяйствующие звенья и население устойчивой денежной единицей.

Это предполагает, во-первых, оптимизацию при помощи эмиссии (или изъятия их из обращения в ряде случаев) денежной массы (в среднем на уровне 80% ВВП, что имеет место в индустриально развитых странах Запада).

Во-вторых, обеспечение *оптимальной структуры* денежной массы страны в части:

а) «длинных» инвестиционных денег, вложенных в долгосрочные проекты и программы в производственной сфере, охватывающие не только материальное, но и интеллектуально-информационное производство (в том числе науку и образование), и «коротких» денег, обеспечивающих текущий товарооборот и текущие платежи (с учетом длительного оборота инвестиционных денег, исчисляемого рядом лет, их масса должна в несколько раз превышать массу «коротких» денег);

б) соотношения наличной и безналичной денежной массы;

в) массы общегосударственных денежных единиц и коммерческих денежных знаков (векселей и т. д.);

г) оптимальной доли зарплаты в национальном доходе страны и добавленной стоимости на предприятии (в районе 60%), что обеспечивает массовый платежеспособный спрос на внутреннем рынке и создает благоприятные условия для воспроизводства трудовых ресурсов — главной производительной силы общества;

д) соотношения массы общенациональной валюты с золотовалютными резервами страны, а также с иностранной валютой, пребывающей на банковских депозитах или на руках граждан;

Денежная эмиссия в нормальных условиях хозяйствования должна применяться в рамках:

1) прироста массы товаров и общественно полезных (производительных) услуг;

2) наличия (или вскрытия) неиспользуемых производственных мощностей, простаивающих из-за нехватки денежной массы на стороне финансирования производства или на стороне платежеспособного спроса, тем более нехватки денег на этих двух сторонах одновременно.

Международный опыт показывает, что государству необходимо оказывать всемерный протекционизм национальной экономике, особенно ее реальному сектору. В число протекционистских мер входят:

- защита отечественных предприятий от импортной продукции таможенными барьерами;
- субсидии национальным производителям с целью помочь им завоевать устойчивые ниши сбыта на мировом рынке;
- ограничения для иностранных физических и юридических лиц в приватизации госимущества, а также в активности в определенных сферах и отраслях хозяйствования страны (например, в банковской сфере, оборонной промышленности).

Кроме того, государство должно активно воздействовать на формирование и развитие системы следующих экономических институтов:

- банковской системы, а также системы денежного обращения и расчетов;
- системы бирж (товарных, трудовых ресурсов, фондовых, валютных);
- органов финансовой системы, в том числе налоговой службы;
- звеньев системы страхования имущества и сделок;
- системы защиты хозяйственного права и обеспечения хозяйственной ответственности, в том числе системы арбитражей и судов;
- системы органов государственного планирования, программирования и регулирования;
- системы органов, регулирующих трудовые отношения в стране;
- системы, обеспечивающей всестороннюю экологизацию производственной деятельности, а также сферы личного потребления граждан;
- системы крупных многоотраслевых корпораций, прежде всего сконцентрированных на разработке и производстве наукоемкой продукции;
- системы органов антикризисного управления.

В то же время нужен постоянный диалог власти и общественности. Должны существовать очень действенные механизмы контроля за государственным аппаратом со стороны общества. Государство должно всемерно защищать национальные интересы страны в условиях свободного потока информации в обществе. Защита национальной безопасности государства не должна давать повода для перекрытия свободных потоков информации. Более того, перекрытие информационных потоков само по себе наносит безопасности государства фундаментальный урон, так как препятствует переходу страны на информационную стадию развития производительных сил, тем самым обрекая ее на отсталость в общечивилизационном развитии со всеми вытекающими из этого послед-



ствиями для национальной безопасности. В то же время государство должно установить в каждом конкретном случае жесткую ответственность за корыстное распространение в обществе дезинформации. Это необходимо не только для обеспечения безопасности государства и общества, но и для беспрепятственных потоков подлинной информации, в отношении которой дезинформация, в особенности целенаправленная, оказывает крайне отрицательное воздействие.

Таковы общие правила и ролевые функции государства в обеспечении устойчивого развития экономики России.

#### **Используемые источники**

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов; Под общей ред. Багиева Г.Л. М.: Издательство «Экономика», 2008.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. М.: Издательство «Финпресс», 2006.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга/ Пер. с англ. 2-е европ. изд. К.; М.; СПб.: Издат. дом. «Вильямс», 2008.

Пронина А. М.  
доктор экономических наук, профессор,  
зав. кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,  
ГБОУ ВПО «Сургутский государственный  
университет ХМАО – Югры»

## **Основные методологические подходы к организации системно-ориентированного внутреннего контроля**

*В статье приводятся основные авторские положения по организации внутреннего контроля на предприятии, основанного на постулатах, принципах теории систем и концепции общего взаимодействия функций управления предприятия как единого целого.*

*Ключевые слова: внутренний контроль, система, управление.*

## **Basic methodological approaches to system-specific internal control**

*In the article the author's basic position on the internal controls at the company, based on the postulates and principles of general systems theory and interaction management functions as a whole.*

*Keywords: Internal control system, management.*

В современных условиях функционирования экономики системный подход широко используется в большинстве областей науки и практики. Повышенный интерес к возможности использования основных концептуальных положений теории систем объясняется главным образом необходимостью перехода от исследования сравнительно простых к более сложным объектам управления, необходимостью проектировать сложные системы управления (большие системы).

Системный подход преобладает в кибернетике, системотехнике, исследовании операций, теории социального управления. Современные попытки классификации систем в зависимости от их сложности, практическое применение элементов теории систем в управлении послужили стимулом для возникновения новой области научного исследования — системно-ориентированных функций управления.

В современной литературе продолжается дискуссия об определении понятия системы. Одни авторы определяют систему как совокупность элементов, организованных таким образом, что изменение, исключение и введение нового элемента закономерно отражается на всех остальных

---

элементах [1,3]; другие — «...как всякую совокупность переменных, которые экспериментатор выбирает из числа переменных реальной «машины» [5], третьи — «...как комплекс элементов,, находящихся во взаимодействии [4]; четвертые — «...как совокупность, части которой связаны между собой отношениями значения, формы» [2]. Такое разнообразие мнений может быть объяснено тем фактом, что непрерывный процесс развития научных знаний, в результате которого обособляются старые и появляются новые элементы научных исследований, стимулирует неоднозначность употребления тех или иных терминов. В случае, когда термин употребляется неоднозначно, можно использовать мудрое правило, согласно которому соответствующий термин необходимо использовать в том смысле, который первоначально был вложен в него. В связи с этим заслуживает внимание определение системы, которое дал Л. фон Берталанфи: система — это «комплекс взаимодействующих компонентов» [4]. В этом смысле понятие системы является достаточно абстрактным и общим и может быть применено к любому объекту исследования, в том числе и управлению и его функции — внутреннему контролю. При принятии решения об организации внутреннего контроля необходимо учитывать системную ориентацию функций управления, предполагающую наличие их соподчиненности и целостности, как комплекса взаимодействующих компонентов, реализация которых позволит осуществлять системную управленческую стратегию. Этот тезис свидетельствует о том, что все функции управления не могут существовать сами по себе, изолированно друг от друга, реализация каждой должна быть подчинена как единой цели управления, так и быть самостоятельной с присущим ей набором инструментария и механизма их реализации.

Функция контроля глубоко интегрирована с другими функциями управления в системе и должна иметь определенную системную ориентацию. Вместе с тем существует информационная интеграция внутри функции контроля. Интеграция контроля и других функций на одном уровне управления — это горизонтальная интеграция в системе управления, а информационная интеграция функций контроля на разных уровнях управления (контроль на уровне рабочего места, бригады, участка, цеха, организации) — это вертикальная интеграция. В результате интеграции по горизонтали достигается согласование отдельных элементов управления с целью решения какой-либо управленческой проблемы или достижения какой-либо цели управления в системе. При вертикальной же интеграции функция контроля реализуется на разных уровнях управления, но на базе одной и той же информации, подверга-

емой агрегированию (укрупнению). Вертикальная интеграция необходима для контроля со стороны вышестоящего звена (системы) управления.

При выборе направлений и форм интеграции внутреннего контроля в системе управления организации (системной ориентации) необходимо учитывать различные факторы, в том числе:

1. Организационную структуру управления и степень ее «мобильности» и «подстройки» под изменение управленческой стратегии.
2. Виды, сложность и масштабы деятельности объекта управления.
3. Необходимость охвата контролем различных видов деятельности, а значит набора контролируемых показателей.
4. Возможность соединения общей цели управления и цели контроля, а также взаимодействия с другими функциями управления.

Системно-ориентированная организация внутреннего контроля в форме внутреннего аудита присуща крупным и некоторым средним организациям, обладающими следующими особенностями:

1. Достаточно сложной организационной структурой управления (дивизиональная, матричная, конгломератная и т.д.).
2. Наличием филиалов, дочерних компаний и иных структурных подразделений.
3. Наличием разных видов деятельности и сложностью построения общей системы управления.

При организации системно-ориентированного внутреннего контроля объекты внутреннего контроля выбираются в соответствии с целями управления в целом и возможности как горизонтальной, так и вертикальной интеграции функций в общей системе управления. При формировании системно-ориентированного внутреннего контроля необходимо разграничивать объект внутреннего контроля и предмет внутреннего контроля. В философской трактовке предмет познания - это определенная сторона, свойство и отношение объекта, исследуемые с определенной целью в данных условиях и обстоятельствах. Предмет определяет границы, в пределах которых изучается объект исследования. По нашему мнению предметом системно-ориентированного внутреннего контроля и является система управления, в которой проявляются, взаимодействуют и реализуются все функции управления. Какие-либо материальные ресурсы организации, фактическое наличие этих ресурсов, их состояние, аспекты их использования - это объекты внутреннего контроля. При этом можно говорить и о контроле системы объектов в целом (т.е. всей организации), контроле ее подсистем и контроле элементов (отдельных объектов). Такой подход позволяет

рассматривать функцию контроля в связи с объектами любой сложности и целевой системной ориентации.

Системно-ориентированный внутренний контроль предусматривает и необходимость классификации по значимости объектов внутреннего контроля с точки зрения их участия в общей, т.е. совокупной, деятельности организации.

При создании системно-ориентированного внутреннего контроля необходимо уточнить и понятия связи, взаимодействия, отношения, компонентов внутри системы, на базе которых затем и реализуются функции управления в системе. Важно отметить, например, что не всякие отношения в системе могут быть сведены к понятию взаимодействия, что сами компоненты системы существенно различаются между собой. При этом отношения могут быть различными:

- причинно-следственными,
- отношениями координации функций, последовательности или одновременности,
- отношениями соподчиненности,
- отношениями, определяющими взаимозависимость между компонентами и элементами,
- отношения, определяющие одностороннюю зависимость, когда один элемент определяет другой, но не наоборот,
- отношения, при которых элементы не находятся в отношениях друг с другом, но совместимы в системе.

При этом возникает необходимость правильно координировать деятельность определенных органов в системе управления, устанавливать определенную соподчиненность, создавать стройную иерархию и т. д. Во многих случаях требуется строить систему по принципу констелляции, т. е. совмещения органов, которые не находятся в отношениях друг с другом.

Вопрос организации системно-ориентированного внутреннего контроля тесно связан с проблемой реализации общих функций системы управления, с ее способностью осуществлять некоторые действия. Сами функции данной системы делятся на подфункции (субфункции), которые предписываются подсистемам или элементам. Если функция внутреннего контроля в общей системе управления совпадает с способностью реализации некоторых действий по отношению к другой подсистеме или среде, то функционирование характеризует собственную «жизнь» системы. В каждый момент времени данная система может быть описана с помощью некоторого множества переменных. Совокупность конкретных значений этих переменных определяет состояние системы. Поскольку

каждая система характеризуется практически неограниченным количеством переменных, это ведет к необходимости выбирать только такие существенные переменные, которые необходимы для реализации конкретных целей управления. В зависимости от этого при анализе одного и того же объекта внутреннего контроля могут быть принципиально «изолированы» различные системные конструкции, каждая из которых будет иметь свое реальное «покрытие», т. е. свой объективный аналог.

Описание системы с точки зрения ее входов и выходов имеет особенно большое значение в так называемом функциональном анализе, при котором изучаемая система обычно рассматривается как «черный ящик», т. е. как система, структура которой неизвестна. В этом случае с помощью наблюдения за входом и выходом системы исследуется поведение объекта. В итоге цель всякого управления, как утверждает У. Эшби, состоит в поддержании системы в гомеостатическом состоянии, т. е. в таком состоянии, которое, разумеется, не исключает развития, перевода системы из одного состояния в другое. Сам гомеостатический процесс в системе возможен, если непрерывно совершается коррекция в работе системы и поддерживаются на определенном уровне ее существенные характеристики. Исходя из этого, внутренний контроль по своему содержанию представляет собой элемент программирования системы воздействий на управляющую подсистему. Эти воздействия можно классифицировать, прежде всего, с точки зрения объективных характеристик систем. В таком случае возможны три типа воздействия: а) воздействия на структуру; б) воздействия на поведение; в) воздействия на динамику.

Представляет интерес классификация информационных потоков, которая используется в теории сложных систем. И здесь, прежде всего, необходимо проводить разграничение между исходной информацией и управляющим сигналом или командой при организации системно-ориентированного внутреннего контроля. В исходной информации необходимо различать следующие потоки: осведомительная информация о воздействии внешней среды; информация о состоянии элементов системы; информация, продолжительное время хранящаяся в «памяти» системы управления; информация, поступающая от вышестоящих органов и т.д.

Таким образом, изложенные выше теоретические подходы к организации системно-ориентированного внутреннего контроля позволяют наилучшим образом осуществлять функции управления в их целостности и единстве.

**Используемые источники**

1. Месарович М., Маке Д., Такахара И. Теория иерархических многоуровневых систем. М.: Мир, 1973.
2. Месарович М., Такахара Я. Общая теория систем: математические основы. М.: Мир, 1978.
3. Острейковский В.А. Теория систем. М.: Высшая школа, 1997 г.
4. Фон Берталанфи Л. История и статус общей теории систем// Системные исследования: Ежегодник. М.: Наука, 1973.
5. Эшби Х.Р. Конструкция мозга: происхождение адаптивного поведения. М. Ил. 1962.

Шарипов Ф. Ф.  
кандидат экономических наук,  
доцент кафедры управления недвижимостью,  
Государственный университет управления

Родионов А. Н.  
аспирант,  
Государственный университет управления

## **VOT проектирование как инструмент реализации инфраструктурных проектов на основе государственно-частного партнерства в мире**

*Данная статья посвящена актуальной проблеме реализации инфраструктурных проектов с использованием международных форм кооперации. Сталкиваясь с проблемами в развитии инфраструктуры, дефицитом средств, необходимостью поиска новых форм и механизмов, наше государство непременно будет обращаться к международному опыту. Основываясь на статистических данных, авторы статьи пришли к выводу, что модель VOT является наиболее популярной в мире на сегодняшний день. Рассмотрев понятия PFI / PPP / PPI, которые достаточно часто встречаются в зарубежной литературе, авторы постарались раскрыть особенности модели VOT.*

*Ключевые слова: инфраструктурные проекты, государственно-частное партнёрство, PPP, PFI, PPI, VOT проекты.*

## **VOT design, as the instrument of implementation of infrastructure projects on the basis of state-private partnership in the world**

*This article is devoted to an actual problem of implementation of infrastructure projects with use of the international forms of cooperation. Facing problems in infrastructure development, deficiency of means, need of search of new forms and mechanisms, our state will address by all means to the international experience. Based on statistical data, authors of article came to a conclusion that the VOT model is the most popular in the world today. Having considered the concepts PFI / PPP / PPI which rather often meet in foreign literature, authors tried to open features of the VOT model.*

*Keywords: infrastructure projects, state-private partnership, PPP, PFI, PPI, VOT projects.*

Сталкиваясь с проблемами в развитии инфраструктуры, наше государство непременно будет обращаться к опыту зарубежных стран, некоторые из которых продолжают успешно решать эту проблему.



В мире уже давно существует четкое определение понятия «инфраструктура» – это совокупность сооружений, зданий, систем и служб, необходимых для функционирования отраслей материального производства и обеспечения условий жизнедеятельности общества. Различают производственную и социальную инфраструктуры [9]. Для создания объектов в сфере инфраструктуры в мире существует термин «инфраструктурные проекты». Под эти проекты созданы прозрачные схемы финансирования, позволяющие государствам использовать средства частного сектора для их реализации, тем самым значительно экономя средства бюджета. В результате реализации проектов возникают соответствующие объекты, которые по данным Всемирного Банка подразделяются на следующие группы:



Данная схема показывает направленность, которой должен отвечать инфраструктурный проект. В мире строительство вышеуказанных объектов происходит на основе государственно-частного партнерства (ГЧП).

**Энергетика.** Включает в себя мероприятия, связанные с предоставлением электроэнергии или природного газа потребителям в качестве государственной услуги.

- **Электричество:** Мероприятия, необходимые для обеспечения электричеством. Оно включает в себя генерацию, передачу и распределение электроэнергии.
- **Природный газ:** Включает в себя сегменты передачи и распределения трубопроводов. За исключением разведки и добычи газа. Если газ используется для производства электроэнергии, проект относится к подсектору электричество и сегменту генерация.

**Телекоммуникации.** Включает в себя мероприятия, необходимые для передачи информации между пользователями в качестве государственной услуги. Она включает в себя сегменты:

**Проводная телефония:** сети, которые соединяют отдельных пользователей телефонных услуг с фиксированной или ограниченной подвижностью телефоны в определенной географической области в пределах страны.

- **Мобильный доступ:** сети, которые соединяют отдельных пользователей телефонных услуг с помощью мобильного телефона в определенной географической области в пределах страны.
- **Связь на длинной дистанции:** сети, которые соединяют отдельных пользователей телефонной связи, расположенных в различных географических районах определяемых как локальные области внутри страны, или с физическими лицами в других странах.

**Транспорт.** Включает в себя активы или средства, необходимые для перемещения людей и грузов из одного места в другое, как государственная услуга.

- **Аэропорты.** Включает в себя физическую инфраструктуру (терминал, взлетно-посадочная полоса, башни ).
- **Железные дороги.** Включает в себя депо, вокзалы, рельсы и подвижной состав. Системы метро или монорельсы, также считаются железной дорогой.
- **Автомобильные дороги.** Включает в себя все средства, необходимые для движения наземного транспорта, за исключением автобусов и автомобилей.
- **Морские порты.** Включает в себя терминалы и окружающие водные пути, за исключением судоходных компаний.

**ЖКХ.** Включает в себя мероприятия, необходимые для обеспечения питьевой водой потребителей или для обработки и утилизации сточных вод, как государственной услуги.

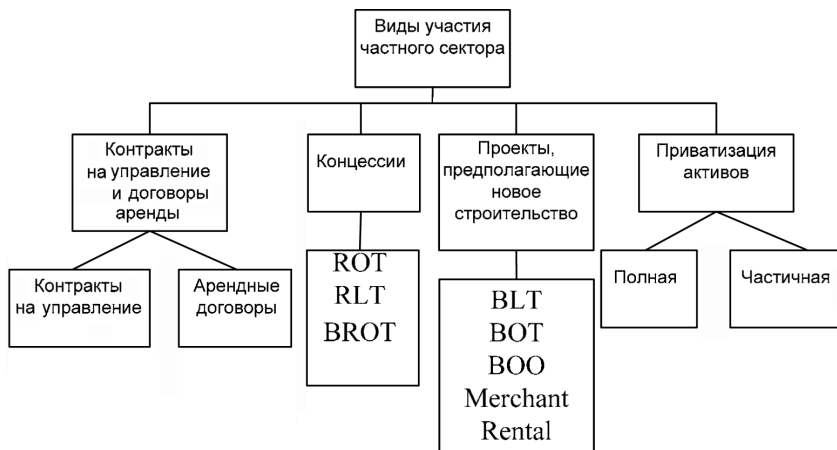
На сегодняшний период существует грандиозное количество понятий, что будет являться ГЧП проектом. Наиболее полно в российской литературе эта проблема раскрыта в работе Сазонова В.Е «Государственно-частное партнерство: гражданско-правовые, административно-правовые и финансово- правовые аспекты»[5]. Авторы пособия собрали большое количество понятий государственно-частного партнерства разных стран, авторов и организации. В своей работе мы возьмем понятие ГЧП международного банка, так как именно международный банк проводит подсчет и контроль проектов на основе ГЧП в мире, и присваивают им статус PPI (Public Private Infrastructure). В литературе, очень часто встречаются термины PFI/PPP/PPI, авторы статьи видят необходимость в смысловом разграничении этих понятий.

Частная финансовая инициатива (ЧФИ, PFI) является способом создания «государственно-частного партнерства (ГЧП)» путем финансирования государственных инфраструктурных проектов с частным капиталом. Первоначальное развитие, ЧФИ получила в Правительствах Австралии и Великобритании. ЧФИ (PFI) и его варианты уже приняты во многих странах, как часть более широкой неолиберальной программы приватизации и организации финансирования, обусловленные увеличением потребности в подотчетности эффективности государственных расходов. Широко используются ЧФИ в Австралии, Великобритании и Испании [7]. Английская разновидность ГЧП (PPP), появилась в 1992 г. [2].

Государственно-частное партнерство (ГЧП, PPP). Этот термин обычно относится к соглашениям или контрактам между государственным и частным сектором, которые планируют совместно использовать или владеть инфраструктурным проектом. Это может быть реализовано в существующих активах (компаниях) или новых проектах, которые будут построены на партнерстве. Если ГЧП (PPP) соответствует всем критериям для проекта ГЧИ (PPI), то ГЧП (PPP) должен быть включен в базу данных. Тип и подтип PPI будет зависеть от типа контракта, в котором будут отражены обязательства и распределения рисков, установленных в договоре[8].

Государственно-частная инфраструктура (ГЧИ, PPI) – термин, используемый Всемирным Банком для обозначения инфраструктурных проектов в мире, которые получают статус ГЧИ (PPI) и вносятся в реестр проектов Всемирного Банка. Для получения данного статуса, проект должен соответствовать всем требованиям к проекту ГЧП. Все условия и требования, а так же, что будет являться проектом ГЧП, а что нет, Всемирный Банк опубликовал на своем сайте.

Наибольший интерес для нас представляет инструментарий, разработанный зарубежными коллегами, позволяющий успешно реализовывать проекты в указанных ранее направлениях, как в своих странах, так и за рубежом. На сегодняшний день в мировой практике существует много классификаций. В данной статье будет рассмотрена классификация, предлагаемая Всемирным Банком:



**Контракты на управление и арендные договоры.**

Частная компания берет на себя управление государственным предприятием на определенный срок, в то время как право собственности и инвестиционные решения остаются за государством. Любые капитальные затраты, как правило, финансируются правительством[8].

**Концессия.** Правительство предоставляет частному сектору правомочия владения и пользования существующим объектом по договору за плату с условием возврата. Государственному сектору принадлежит право собственности на объект (недвижимость), в то время как частный сектор сохраняет за собой права на его расширение и все усовершенствования, проведенные в установленный концессионным соглашением период. Частная компания несет операционные и инвестиционные риски[1].

**Проекты, предполагающие новое строительство.** Частная компания или государственно-частное совместное предприятие строит и эксплуатирует новый объект на период, указанный в проекте договора. Объект может вернуться в государственную собственность в конце периода концессии [8].

**Частичная приватизация активов.** Частная компания приобретает часть пакета акций предприятия, находящегося в государственной/муниципальной собственности.

Управление предприятием может переходить к частной компании либо оставаться за государством[1].

Чтобы понять, насколько подобные схемы популярны, и что они из себя представляют, представим статистику проектов, реализованных в мире с 1990 по 2011 г. [8]:

Регионы	Контракты на управление и арендные договоры	Концессия	Проекты, предполагающие новое строительство	Продажа активов	Итог
Восточная Азия и Тихий океан	32	61	1042	92	1227
Европа и Центральная Азия	2	31	110	182	325
Латинская Америка и страны Карибского бассейна	3	86	536	97	722
Ближний Восток и Северная Африка	0	5	28	3	460
Южной Азии	1	62	338	23	424
Африка (кроме Северной Африки)	18	18	88	8	132
<b>Итог</b>	<b>56</b>	<b>263</b>	<b>2142</b>	<b>405</b>	

Как видно из таблицы, в разных регионах в зависимости от экономического развития чаще всего используется та или иная модель, однако стоит отметить, что большинство проектов в мире в сфере инфраструктуры с 1990 по 2011 г. реализованы с использованием модели ВОТ и составляют 2142 проекта в разных регионах мира. Эти цифры доказывают, на наш взгляд, универсальность моделей ГЧП для реализации инфраструктурных проектов в мире.

В данной статье мы хотим на примере одной из самых популярных моделей показать, как эта модель функционирует, и почему она получила такую популярность.

Термин «ВОТ» как уже отмечалось выше означает строительство – владение/управление – передача (Build-Operate-Transfer). Термин, говорят, был придуман Turgat Ozal, премьер-министром Турции в 1980 г. [12]. Проект ВОТ включает в себя предоставление лицу, представляющему частную компанию концессию на строительство и эксплуатацию проекта (чаще всего для поддержки ЖКХ). Частная компания управляет проектом в течение концессионного срока («концессионного периода»), и получает доходы в обмен на управление проектом. Обычно период концессионного соглашения составляет 15–30 лет и более, в течение которого происходит окупаемость проекта. По истечению концессионного периода, объект переходит обратно в собственность го-

сударства. По сути дела конечный потребитель продукции, является лицом, выкупающим инфраструктурный объект в собственность государства в течение определенного срока. Обычная схема реализации проектов ВОТ выглядит следующим образом:



Участники	Проектная компания (соглашения)
<b>Государство</b>	Концессионное соглашение
<b>Акционеры</b>	Акционерное соглашение
<b>Кредиторы</b>	Кредитное соглашение
<b>Оператор</b>	Соглашение на эксплуатацию и техническое обслуживание
<b>Строительный подрядчик</b>	Договор на строительство
<b>Поставщик ресурсов</b>	Соглашение на поставку продукции
<b>Покупатель продукции</b>	Соглашение на покупку продукции

Можно выделить следующие основные характеристики проектов ВОТ:

- длительный период сотрудничества государственного и частного сектора, связанный с длительным периодом реализации проекта.
- риски распределяются между государством и частным партнером. Распределение рисков осуществляется и зависит от возможностей сторон для оценки, мониторинга и управления ими в каждом конкретном проекте.
- важную роль играет проектная компания, которая осуществляет управление проектом на всех его этапах (проектирование, строительство, реализация). Государственный партнер осуществляет контроль над проектом с точки зрения охраны и защиты публичных интересов, качества предоставляемых услуг, ценовой политики.
- финансирование проекта может осуществляться как со стороны частного сектора, посредством комплекса договоренностей, так и со стороны государства. Зачастую финансирование подобных проектов осуществляется частным инвестором.

Реализация проекта с использованием модели ВОТ для государства и частного сектора несет следующие плюсы.

Для проектной компании:

- Дополнительное финансирование.

- Эффективное распределение рисков в силу структуры ВОТ, а также потенциальные налоговые льготы по лизингу и другим структурам.
- Дополнительная прибыль на акционерный капитал.

Для страны, предоставляющей концессию:

- Повышение эффективности управления затратами и быстрое завершение проекта путем привлечения частного сектора.
- Снижение расходов на владение за счет усовершенствованной технологии и эффективного управления частным сектором.
- Нет прямых затрат в инфраструктуру, вследствие финансирования частным сектором, поэтому нет необходимости в каких-либо других источниках финансирования и отсутствие или незначительное влияние на лица, предоставившие финансовое обеспечение кредитов.
- Своевременное завершение проекта, так как нет необходимости борьбы за государственные средства.
- Низкий риск из-за распределения рисков в частном секторе и возможность гарантий, предоставляемых участниками проекта [6].
- Привлечение опытных профессионалов отрасли и частных финансовых организаций, обеспечивающих исчерпывающий анализ осуществимости проекта.
- Привлечение международных финансистов, в том числе многосторонних организаций.
- Интерес проектной компании в долгосрочной эксплуатации объекта, как правило, приводит к высокому качеству строительства.
- Передача современных технологий и ноу-хау, в том числе обучение местного персонала.
- Косвенное развитие смежных отраслей.
- Развитие местных рынков капитала (если облигационное финансирование используется), и участие местных финансистов, субподрядчиков, поставщиков и акционеров.
- Поддержание общественного сектора для стратегического контроля над проектом ( по сравнению с приватизацией) и передача в конце срока концессии (в соответствующих случаях).

Проанализировав выше изложенный материал, авторы статьи пришли к следующим выводам:

1. В мире уже сложилась прочная система, позволяющая государствам устранять имеющийся на их территории дефицит инфраструктуры. Разработаны четкие требования и модели, позволяющие не изоб-

ретаая велосипед адаптировать мировой опыт к требованиям той или иной страны, привлекать инвестиции в инфраструктурные проекты.

2. ГЧП (PPP) как термин находится в состоянии постоянного развития и расширения и зависит от разрабатываемых схем реализации инфраструктурных проектов. Некоторые государства реализовывали собственные программы развития инфраструктуры с привлечением частного сектора, но в дальнейшем произошла унификация, и подобные инициативы влились в общее понятие ГЧП.

3. Статистика реализованных проектов показывает богатый опыт, накопленный в мировой практике. Наиболее популярной формой создания новых инфраструктурных проектов является модель ВОТ. Наибольшее распространение она получала в странах Восточной Азии и Тихого океана, Латинской Америке и странах Карибского бассейна, а также Южной Азии. Авторы считают, что это связано с необходимостью развивающихся стран в привлечении частных международных инвестиций и передовых технологий. Модель ВОТ явилась наиболее приемлемой для решения подобных задач, тем более, что подобные проекты отмечаются высокой системой риск-менеджмента, из-за привлечения огромного числа высококвалифицированных специалистов из частного сектора, заинтересованных в успешной реализации проекта.

4. Проект, реализуемый с помощью модели ВОТ, предполагает большее количество плюсов для страны, реализуемой такой проект по сравнению с традиционными формами реализации инфраструктурных проектов.

5. Схема основных направлений реализации инфраструктурных проектов, предложенная Всемирным банком и представленная в нашей статье, требует обязательных дополнений и уточнений для использования в условиях России с учетом потребностей и реального состояния нашей экономики.

#### **Используемые источники**

1. Варнавский В.Г., Клименко А.В., Королев В.А. и др. Государственно-частное партнерство: теория и практика. М.: ИД Гос. ун-та «Высшей школы экономики», 2010.
2. Вершинин Ю.Б., Филиппова Т.В. Опыт развития Государственно-частного партнерства в Великобритании// Вестник СамГУПС. 2012. № 1–15. С. 87–92.
3. Государственно-частное партнёрство. Пути совершенствования законодательной базы: Сб. науч. тр. / Европейский банк реконструкции и развития; под ред. А.А. Зверева. М.: Европейский банк реконструкции и развития, 2009.



4. Мерзлов И.Ю. Основные подходы к реализации инфраструктурных проектов // *Фундаментальные исследования*. 2012. № 9–2. С. 485–489.
5. Сазонова В.Е «Государственно-частное партнерство: гражданско-правовые, административно-правовые и финансово правовые аспекты». М. 2012.
6. Цыганов А.А., Языков А.Д., Гришин П.А. Канадский опыт организации системы ипотечного страхования // *Страховое дело*. 2011. № 5.
7. [http://en.wikipedia.org/wiki/Private\\_finance\\_initiative](http://en.wikipedia.org/wiki/Private_finance_initiative).
8. [http://ppi.worldbank.org/resources/ppi\\_glossary.aspx?M=M](http://ppi.worldbank.org/resources/ppi_glossary.aspx?M=M).
9. <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-encycl-term-22846.htm>
10. Jeffrey Delmonv Project Finance BOT Projects and risk. Aspen Publishers. 2005. P. 566.
11. UNIDO Guidelines for Infrastructure Development through Build-Operate-Transfer. Geneve, United Nations. 1996. P. 315.
12. Akintoye A., Beck M., Hardcastle C. Public Private Partnerships, managing risks and opportunities. Blackwell Publishers. 2008. P. 448.

## Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Грибов А. Ф.  
кандидат технических наук, доцент,  
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

Болдин Б. С.  
ведущий экономист,  
Центральный банк Российской Федерации

### Проблемы моделирования и управления в банковской сфере

*В статье рассматриваются методологические аспекты моделирования и управления в банковской сфере. Рассматриваются различные типы моделей банка, проводится их сравнительный анализ.*

*Ключевые слова: банки, кредиты, моделирование, стратегическое планирование, имитационное моделирование.*

### Problems of simulation and management in banking area

*This article describes aspects of methodology for modelling and management in banking sphere. In particular it defines various bank model types and contains their comparative analysis.*

*Keywords: banks, credit (lending), modelling, strategic planning, simulation.*

Достаточно широкий пласт работ по микроэкономике финансовых фирм связан с подходом к их деятельности с точки зрения анализа взаимосвязей кредитора и заемщика. Исследования в данном направлении и предлагаемые в них экономико-математические модели позволяют раскрыть природу, особенности и закономерности отношений, возникающих в процессе кредитной деятельности банков (между банками-кредиторами и их заемщиками). Основой для данных взаимоотношений является кредитный договор.

Очевидно, что в зависимости от условий деятельности экономических субъектов, вступающих в контрактные отношения, конкретные договора могут существенно отличаться по своему содержанию. В ка-

---

честве неперенных атрибутов стандартного кредитного контракта могут быть названы сумма кредита, порядок и сроки возврата, размер и условия процентных выплат и, как правило, обеспечение (гарантии).

Принципиальной для кредитной деятельности банков является проблема выполнения заемщиком обязательств по договору. С точки зрения микроэкономической теории она трансформируется в проблему выявления условий и стимулов, побуждающих заемщика к «честному» соблюдению принятых обязательств. С позиций конкретной экономики данная проблема осложняется тем, что реально существующие договора, как правило, по организационно-правовым причинам представляют собой достаточно общие документы, неспособные охватить все потенциальное многообразие событий, происходящих в хозяйственной деятельности субъектов договорных отношений. В решении соответствующих задач в последние десятилетия нашел активное применение математический аппарат теории игр. Более того, все чаще в зарубежной литературе для обозначения этой области используется, самостоятельный термин *теория контрактов*.

Остановимся теперь на ряде «технических» аспектов процесса построения и практического применения моделей банков. Начало исследований, посвященных разработке математической модели банковской фирмы, принято связывать с работой Фрэнсиса Эджуорта, опубликованной в 1888 г. [1]. В дальнейшем очень многие из экономистов с мировым именем работали над данными задачами и внесли значительный вклад в их решение. В то же время следует отметить, что и на настоящий момент экономико-математическое моделирование банков остается научной областью с весьма размытыми границами. Она характеризуется наличием большого количества методологических подходов, различных по своей природе, а иногда и противоречащих друг другу.

Прежде всего, такое положение связано с чрезвычайной сложностью самого изучаемого предмета. Она в значительной мере предопределила остроту споров вокруг так называемой проблемы «полных» и «частичных» моделей банковской фирмы.

Модели, изложенные в современной литературе, в силу возможностей лежащего в их основе методологического аппарата способны осветить лишь отдельно взятые стороны и закономерности процесса работы банка. По этой причине их также называют *частичными моделями банковской фирмы*.

Среди всевозможных видов частичных моделей на настоящий момент лидирующее положение занимают две группы. Это модели, основанные на методах теории оптимального портфеля и управления

рисками, с одной стороны, и модели, реализующие производственно-организационный подход, — с другой.

К несомненным достоинствам моделей, составляющих первую группу, относят учет в них факторов риска и неопределенности. В то же время существует стандартный набор претензий, предъявляемых к этому классу моделей. Среди них, во-первых, — абстрагирование от учета издержек, связанных с расходом реальных ресурсов, а во-вторых, классический портфельный подход, который трактует поведение банков как субъектов конкурентного рынка, принимающих установившиеся цены и ставки как данность, что, допустим, исключает возможность учета и изучения многих аспектов политики управления пассивами.

В свою очередь, в адрес моделей, основанных на принципах организационно-производственного подхода и классической теории фирмы, вполне справедливо могут быть высказаны критические замечания, касающиеся отсутствия адекватного учета рисковых характеристик активов и абстрагирования от проблем их портфельного управления. Как нетрудно догадаться, преодоление названных трудностей связано с синтезом обоих подходов, приводящим к построению так называемых полных моделей. Под *полной моделью банковской фирмы* подразумевается модель, которая комплексно описывает все функции, выполняемые банком, включая расчетно-платежные услуги, трансформацию активов, управление ликвидностью, выбор портфеля активов, проведение политики ценообразования на активы и пассивы и т. д. В качестве типичного примера «полной» модели в профессиональной литературе принято рассматривать модель, предложенную Сили. В ней при описании поведения финансовой фирмы (посредника) учитываются как возможные действия по управлению портфелем рисковых активов, так и факторы издержек, а также проводимая, политика воздействия на депозитные ставки. Сравнительно-статический анализ, осуществляемый в рамках модели Сили, позволяет определить воздействие несклонности к риску финансовых посредников на принятие ими оптимальных решений. Существуют и другие достаточно известные «полные» модели, например, модель Балтенспергера.

В то же время следует отметить, что определение «полная» в настоящем контексте может применяться с большой долей условности. Действительно, ведь речь идет не столько о всеобъемлющем охвате в рамках модели абсолютно всех операций, выполняемых типичным банком, и написании законченной картины его деятельности, сколько о сочетании в ней двух важнейших подходов к изучению банковских фирм, отражающих, соответственно, две важнейшие группы решаемых ими задач.

Как уже отмечалось, органическим (принципиально неустранимым) недостатком всех теоретико-математических моделей является их сосредоточенность (локализованность) на относительно ограниченном круге характеристик описываемых объектов (в нашем случае — банков). Выделение такого круга из целостной совокупности свойств, присущих поведению финансовых институтов, и, соответственно, абстрагирование от всех остальных их черт и особенностей является необходимым условием для конструктивного изучения. Под термином «конструктивное изучение» подразумевается возможность построения обозримой экономической модели объекта, к анализу которой может быть корректно и результативно применен существующий математический аппарат. При несоблюдении этих требований мы рискуем получить модель, хорошо отражающую реальность, но, к сожалению, неработоспособную. Таким образом, адекватность и работоспособность модели являются своеобразными полюсами, между которыми ее авторы должны искать «золотую середину».

Достаточно эффективным средством решения данной дилеммы является применение методов *имитационного моделирования*. Данные методы подразумевают исследование интересующего нас объекта на базе так называемой *имитационной модели*. Под имитационной понимается такая модель, которая, имея иную по сравнению с исходным объектом природу, одновременно обладает набором схожих свойств (имитирует его), что в конечном счете позволяет выводить, полученные при работе с моделью, переносить на сам объект. Характеристическим свойством имитационных моделей является возможность проведения на их базе экспериментов (многократно повторяемых опытов со случайными или псевдослучайными исходами). Результатами такого «проигрывания» моделей, как правило, являются оценки значений функциональных (операционных) характеристик имитируемой системы.

В подавляющем большинстве случаев практическая реализация имитационных моделей осуществляется в форме программного обеспечения для ЭВМ. Очевидно, что такая форма работы с ними обладает такими преимуществами, как гибкость, быстродействие, возможность многовариантного анализа поведения исследуемого объекта при относительно небольших затратах.

Типичная ситуация, в которой оказывается эффективным применение аппарата имитационного моделирования, характеризуется отсутствием явных аналитических решений, громоздкостью и неработоспособностью классических математических моделей. В подобных условиях представляется целесообразным попытаться описать

свойства и закономерности поведения изучаемой системы в виде некоторых алгоритмов и реализовать их в форме программного обеспечения для вычислительной машины.

Как нетрудно заметить, с подобным положением дел мы сталкиваемся при работе с моделями деятельности банков и финансовых фирм. Конструктивным выходом представляется сочетание алгоритмов, построенных на базе локальных и частичных аналитических моделей, в рамках интегрированной имитационной модели, позволяющей в комплексе оценить предполагаемые направления развития банка и сопровождающие данный процесс качественные и количественные эффекты.

Среди основных этапов процесса имитационного моделирования можно выделить:

- *анализ характеристик и закономерностей функционирования управляемого объекта*: выделение на содержательном уровне системы ограничений (ресурсных, физических, законодательных, социальных и т. п.), определение показателей измерения и оценки результатов, формулирование целей и проблем развития;
- *конструирование имитационной модели*: переход от реального объекта к имитирующим его поведение логическим схемам и алгоритмам (моделям), формальная постановка задач, решаемых в рамках имитационной модели;
- *подготовка системы данных для модели*: разработка информационного обеспечения, необходимого для функционирования имитационной модели, в том числе определение структуры и способов представления данных, источников их получения, форм и режимов хранения, установка взаимосвязей и взаимозависимостей между различными массивами данных;
- *программная реализация имитационной модели*: создание на основе логических схем, алгоритмов, описаний и представлений данных, разработанных на предыдущих этапах, программных продуктов для ЭВМ, обеспечивающих возможность непосредственной практической эксплуатации модели;
- *оценка адекватности модели*: сопоставление результатов, накопленных в процессе опытной эксплуатации модели, с информацией, полученной от реального имитируемого объекта, выявление и анализ расхождений и, при необходимости, внесение коррективов в модель;
- *проведение имитационных экспериментов*: очевидно, что данный этап является целевым (собственно говоря, ради него и стро-

ится имитационная модель). Он включает в себя стратегическое и тактическое планирование экспериментов, собственно экспериментирование («проигрывание модели»), которое завершается интерпретацией полученных результатов и принятием на основе сделанных выводов решений по управлению объектом (банком, финансовой фирмой).

Стратегическое планирование имитационного эксперимента нацелено на решение вопросов качественного плана. К таковым, например, могут относиться формулировка гипотезы о характере зависимостей между параметрами модели или же выбор конкретных методов исследования их взаимовлияния.

Тактическое планирование эксперимента связано с определением способов и условий его проведения. Типичными задачами тактического планирования являются выбор начальных значений для параметров модели или же определение порядка (последовательности) их варьирования.

Одним из наиболее важных моментов в процессе работы с имитационной моделью является анализ ее чувствительности. Под ним понимается определение степени изменчивости значений целевых показателей модели по отношению к колебаниям входных параметров. Так, если при относительно небольших изменениях исходных данных происходят значительные изменения в результатах моделирования, то это является достаточным основанием для дополнительных более детальных исследований взаимосвязей между соответствующими переменными.

К несомненно положительным качествам методов имитационного моделирования могут быть отнесены:

- предоставление исследователю возможностей по наблюдению как конечного результата функционирования наблюдаемого объекта, так и самого процесса его функционирования, приводящего объект к данному результату;
- широкие возможности по временному масштабированию процессов жизнедеятельности моделируемых объектов;
- обеспечение многовариантности исследований;
- многофункциональность имитационных моделей, заключающаяся в возможностях по гибкому выбору и последующим модификациям системы целей и критериев, преследуемых при проведении имитационных экспериментов.

В частности, имитационные методы могут быть достаточно эффективно использованы при разработке комплексной модели динамики совокупной системы финансовых потоков в банке.

В то же время: перечисляя несомненные достоинства имитационных моделей, нельзя одновременно не обратить внимание на присущие им недостатки.

- Поскольку имитационные модели по своей природе являются все-то лишь средством для проведения некоторого численного эксперимента, то результаты, получаемые с их помощью, представляют собой нечто иное, как частные случаи (возможные варианты) развития моделируемого объекта. Соответственно, все выводы и заключения, делаемые на их базе, носят эвристический характер и в определенных случаях могут существенно исказить действительное положение дел.
- Во многих случаях получение оценки степени близости (или несоответствия) между имитационной моделью и реальным объектом оказывается весьма проблематичным.
- В подавляющем большинстве случаев в основе процесса имитации лежит некоторый статистический эксперимент, в ходе которого применяются некоторые генераторы псевдослучайных величин. Погрешности, объективно присущие таким генераторам, могут вносить значительные искажения в результаты, получаемые в ходе «проигрывания» моделей. Завершая разговор о возможностях использования методов имитационного моделирования для решения задач банковской деятельности, нельзя не обратить внимание на обратное воздействие, оказываемое результатами, получаемыми в рамках имитационных экспериментов на теоретические экономико-математические модели. Действительно, анализ и обобщение накопленных в ходе имитационных экспериментов данных достаточно часто позволяют лучше понять качественные закономерности, присущие поведению управляемых объектов, и отразить их в аналитическом виде. Последнее рассуждение дополнительно подчеркивает справедливость того факта, что успешное решение задач по управлению деятельностью такого учреждения, как банк, подразумевает комплексное применение целостной системы моделей и методов как теоретико-аналитической, так и эмпирической природы.



**Используемые источники**

1. Синки Дж. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг Джозеф Синки-мл.: Пер с англ. М: Альпина Бизнес Букс, 2007.
2. Грибов А.Ф., Моделирование банковской деятельности. М.: Изд-во Рос. экон. Акад., 2004.
3. Таха, Хемди, А. Введение в исследование операций, 6-е изд.: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001.
4. Роджер Лерой Миллер, Дэвид Д. Ван-Хуз. Современные деньги и банковское дело: Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2000. XXIV.

Гриднев А. А.  
аспирант,  
Академия труда и социальных отношений

## **Рынок консалтинговых услуг в России: современное состояние и перспективы развития**

*Статья посвящена исследованию развития российского рынка консалтинговых услуг. В статье рассмотрены основные теоретические понятия консалтинга и консалтинговой деятельности, определены тенденции развития данного рынка, указаны основные тенденции.*

*Ключевые слова: консалтинг, деловые услуги, рынок, развитие.*

## **The market of consulting services in Russia: current state and development prospects**

*Article is devoted to research of development of the Russian market of consulting services. In article the main theoretical concepts of consulting and consulting activity are considered, tendencies of development of this market are defined, the main tendencies are specified.*

*Keywords: consulting, business services, market, development.*

Консалтинговая деятельность, основанная на оказании интеллектуальных услуг частным лицам и предприятиям, является сегодня фактором повышения эффективности их деятельности и, как следствие, повышения конкурентоспособности на рынке.

В последние годы рынок консалтинговых услуг является одним из самых быстро развивающихся рынков в мире. Темпы роста данного рынка в 2–3 раза превышают темпы роста рынка продовольственных товаров и составляют 15–20% в год.

Как отмечается в работе Туретт-Туржи К., «В целом сектор консалтинговых услуг развивается опережающими по сравнению с другими сферами профессиональной деятельности общества темпами. Согласно исследованию, проведенному в конце 90-х гг. прошлого столетия Федерацией управленческих компаний, Токио – Япония, ежегодный прирост объема продаж консалтинговых услуг на протяжении 1997–2002 стабильно находится на уровне 15%. Консалтинг — еще довольно молодое направление сферы услуг в России, начавшее свое интенсивное развитие лишь в конце 80-х годов прошлого столетия. Данные исследования, проведенного на рубеже XX–XXI веков, свидетельствуют, что объем внутреннего спроса на консалтинговые услуги в России

---

(76,3 млн. долл.) находится на уровне чуть ниже, чем в Греции (90,2 млн. долл.), население которой в 10 раз меньше. В то же время он в 170 раз ниже, чем спрос в сопоставляемых с ней по количеству населения Франции (1760,0 млн. долл.) и Германии (9199,3 млн. долл.). И с точки зрения рыночной экономики отечественный консалтинг находится только на начальном этапе своего развития»<sup>1</sup>.

В начале 80-х годов в отрасли консалтинга было занято приблизительно 18 тыс. консультантов, а на сегодняшний день число специалистов составляет около 700 тыс. человек, без учёта консультантов, занимающихся только вопросами информационных технологий и управления кадрами. Парагульгов А.Б. отмечает в своей работе: «Типичной для развитых стран стала ситуация, когда руководители даже самых крупных корпораций принимают стратегические решения, основываясь на рекомендациях независимых консультантов. Не стали исключением даже органы государственной власти. Известно, что Пентагон не раз приглашал консультантов в выработку стратегических решений государственного значения. Даже компании, имеющие статус надёжных, пользуются услугами консалтинговых организаций, желая или усовершенствовать, улучшить свою работу, или переориентировать свою деятельность на более перспективные и выгодные условия бизнеса»<sup>2</sup>.

Консалтинг — это деятельность в сфере деловых услуг. Деловые услуги — вид деятельности, создающей необходимые условия для качественного и эффективного функционирования обслуживаемых сфер народного хозяйства (материальных и нематериальных) и способствующей формированию и тесному взаимодействию всех элементов инфраструктурного комплекса. По классификатору Всемирной торговой организации (ВТО), консалтинг рассматривается как сектор деловых непрофессиональных услуг, в то время как юридические и аудиторские услуги относятся к этой классификации к деловым профессиональным услугам.

Существуют различные определения консалтинга. В соответствии с определением, данным Европейской федерацией ассоциаций консультантов по экономике и управлению (ФЕАКО), «консалтинг заключается в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем и/или возможностей, рекомендации соответствующих мер и помощь в их реализации»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Туретт-Туржи К., Консалтин. СПб.: Издательский Дом «Нева», 2004. С.7

<sup>2</sup> Парагульгов А.Б. О рынке консалтинговых услуг.

<sup>3</sup> См.: [www.consalting.ru](http://www.consalting.ru)

По определению Токмаковой Н.О., «консультационная услуга представляет собой совет, рекомендацию, анализ, оценку, прогноз, справку и т.п. в предметной области интересов (проблем) клиента, то есть продукт консультационной деятельности, получаемый в процессе взаимодействия субъекта (консультанта) и объекта (клиент/ клиентская организация и ее проблемы, задачи, процессы) консультирования»<sup>4</sup>.

Некоторые авторы отмечают, что «консалтинг» и «передача передового опыта» — сходные понятия, однако, по нашему мнению, консалтинговая деятельность гораздо шире, она включает в себя консультирование по широкому спектру вопросов: проблемы и перспективы экономической, инвестиционной, управленческой, финансовой деятельности предприятия-заказчика, стратегического планирования, оптимизации процессов в рамках функционирования компании, ведения бизнеса, маркетинговые исследования и прогнозирование объемов производства, рынков сбыта, подбор, аттестация и оценка персонала, внедрение технологий (в том числе и ИТ), аудит деятельности и т.д.

По данным агентства DISCOVERY Research Group, в настоящее время на рынке консалтинговых услуг в России действует около 3000 игроков, но точное количество «консультантов» посчитать практически невозможно. Дело в том, что деятельность консалтинговой компании никак не лицензируется и не регулируется на законодательном уровне. В результате любая компания может назвать себя консалтинговой, не имея к этому никакого отношения. Часто слово «консалтинг» используется в названии компании только для придания ему более стильного звучания. Под лицензирование попадают только некоторые направления (виды) консалтинговых услуг, например, аудит. По мнению некоторых экспертов, этот вид лицензий в ближайшем будущем может быть отменен.

Спектр услуг, оказываемых российскими консалтинговыми компаниями, достаточно широк и ничем не отличается от того же американского или европейского набора. Традиционно можно выделить следующие направления консалтинговых услуг: общее управление и администрирование, управление кадрами, оценочная деятельность, финансовый, юридический, налоговый, маркетинговый и ИТ-консалтинг, а также производственный консалтинг.

По данным экспертного агентства «Эксперт РА», структура рынка консалтинговых услуг может быть представлена следующим образом (рис.1): аудит — 41%, налоговый и юридический консалтинг — 16%,

---

<sup>4</sup> Токмакова Н.О. Основы управленческого консультирования. М.: Издательство МЭСИ, 2006. С. 14.

оценочная деятельность – 13%, финансовый консалтинг – 10%, стратегический консалтинг – 7%, ИТ-консалтинг – 7%, прочие виды консалтинговых услуг – 6%.

Объем рынка консалтинговых услуг в России, по оценкам экспертов, вплотную подошел к отметке в 2 млрд. долл., при этом темпы его роста за последние годы, даже с учетом некоторого замедления, дают право предполагать, что в ближайшее время эта планка будет без особых усилий преодолена. Конечно, в сравнении с объемами рынка консультационных услуг в США, которые измеряются десятками миллиардов долларов, наш показатель выглядит не так внушительно.

При этом самым быстрорастущим видом консалтинговой деятельности является ИТ-консалтинг. Согласно исследованию, проведенному «Эксперт РА», в 2004 и 2005 гг. произошел настоящий информационный бум. «Любое мало-мальски значимое предприятие ставило во главу угла автоматизацию бизнес-процессов», – отмечают специалисты. За два года доходы компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения и системной интеграцией, увеличились вдвое. В результате, начиная с 2005 года, доля консалтинговых услуг в области ИТ в общем объеме всего рынка консалтинговых услуг в России превысила 50%. В настоящее время, конечно, динамика развития рынка уже не так сильна и ИТ-консалтинг занимает значительно меньшую долю рынка, однако, даже и сейчас ИТ-консалтинг очень востребован в силу того, что информационные технологии модернизируются с высокой скоростью, появляется новое программное обеспечение, которое нуждается в обслуживании, обновлении и т.д. За счет этой постоянной модернизации консультации специалистов в указанной сфере остаются востребованными практически во всех отраслях народного хозяйства.

Маркетинговое агентство *DISCOVERY Research Group* провело исследование российского рынка аудит-консалтинга. По оценкам представителей самих аудиторско-консалтинговых фирм, объем рынка данных услуг в России колеблется в пределах от 300 до 500 млн. долл. в год. По мнению экспертов, с учетом рынка сопутствующих услуг (налоговое, юридическое консультирование) эта цифра равна 1 млрд. долл. Доминирующее положение (по разным оценкам от 50 до 70% рынка в стоимостном выражении) занимают компании так называемой «большой четверки» (PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, KPMG, Deloitte & Touche). При общем росте доходов аудиторов доля сопутствующих услуг растет более быстрыми темпами и уже превышает 50%. Данная тенденция, по мнению аналитиков, сохранится и в будущем <sup>5</sup>.

<sup>5</sup> См.: [www.treco.ru](http://www.treco.ru)

По оценкам экспертов компании Ernst & Young, сегодняшний объем отечественного рынка консалтинговых услуг — 1 млрд. долларов США, из которых 300–500 млн. долларов приходится именно на аудиторские услуги<sup>6</sup>.

«Большая четверка» — это международные универсальные аудиторско-консалтинговые компании, занимающие около 10–15% российского рынка. «Эти консультанты обслуживают преимущественно компании-экспортеры и так называемые «голубые фишки», нанимающие их для аудита отчетности. Шибут Л. Отмечает: «Стиль работы таких гигантов сориентирован на потребности крупных корпораций, действующих на стабильных рынках. Направления консалтинга, которыми они занимаются, различны. Так, Ward Howel International специализируется на подборе управленческого персонала, McKinsey — на разработке стратегий, Accenture действует в области менеджмента и внедрения информационных технологий (ERP, CRM, SCM и др.). В российских офисах этих компаний работает от полусотни до ста консультантов, и они активно борются за клиентов, являясь лидерами в своих сегментах. Сферой преимущественных интересов иностранных консультантов в России стала постановка международной отчетности, аудита и консультирование компаний, планирующих IPO (публичное размещение акций на бирже). Эти услуги очень часто предоставляются в одном пакете. Стоимость только юридической подготовки IPO на российском фондовом рынке колеблется, по различным оценкам, от \$500 тыс. до \$1,5 млн. Помимо этого, иностранцы охотно выступают в качестве помощников в масштабных сделках по слияниям и поглощениям»<sup>7</sup>.

Компании «большой четверки» являются, по сути, законодателями мод на рынке консалтинговых услуг, определяя основные направления его развития. В частности, виды услуг, оказываемых данными компаниями, позволяют определить основные сферы консалтинга, на которые имеется постоянный и устойчивый спрос.

Круг проблем, решаемых консалтингом, весьма широк, кроме того, специализация компаний, предоставляющих консалтинговые услуги, может быть различной: от узкой, ограничивающейся каким-либо одним направлением консалтинговых услуг (например, аудит), до самой широкой, охватывающей полный спектр услуг в этой области. Как отмечает Кулапина Г.М. «В современной рыночной экономике консультационные услуги давно являются важнейшим элементом поддержки-

---

<sup>6</sup> Услуги и цены, 2011 г., № 8. С. 4

<sup>7</sup> Шибут Л. Как работать с консультантами// Свой бизнес. № 1–2, 2006. С. 62.

вающей ее функционирование инфраструктуры, а консалтинг выделяется статистикой в отдельную отрасль. Ни одно экономическое и управленческое решение в странах с рыночной экономикой не обходится без использования консультантов, как индивидуальных, так и объединенных в компании. Чем более развита организация, тем интенсивнее она обращается к консультантам, благодаря этому лидирует и получает очередное конкурентное преимущество.

Системообразующая роль в сфере деловых услуг принадлежит консалтингу, так как консалтинговые услуги могут быть оказаны в любой сфере производственной деятельности, требующей специальных знаний и навыков исследования, умения делать из проведенных исследований выводы, адекватные сложившейся ситуации»<sup>8</sup>.

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок консалтинговых услуг будет расти и расширяться за счет новых видов консалтинга, регионального развития, совершенствования технологий предоставления услуг, а также за счет повышения качества работы специалистов-консультантов.

#### **Используемые источники**

1. Кулапина Г.М. Развитие консалтинговых услуг для малого и среднего бизнеса (теория и методология)// Дисс. ... к.э.н. Самара, 2005.
2. [www.tresco.ru](http://www.tresco.ru).
3. Услуги и цены, 2011 г., № 8.
4. Токмакова Н.О. Основы управленческого консультирования. М.: Издательство МЭСИ, 2006.
5. Туретт-Туржи К., Консалтин. СПб.: Издательский Дом «Нева», 2004.
6. Парагульгов А.Б. О рынке консалтинговых услуг.
7. [www.consalting.ru](http://www.consalting.ru).
8. Шибут Л. Как работать с консультантами // Свой бизнес. № 1–2, 2006.

---

<sup>8</sup> Кулапина Г.М. Развитие консалтинговых услуг для малого и среднего бизнеса (теория и методология)// Дисс. ... к.э.н. Самара, 2005. С. 4–5.

Дзилихова А. А.  
аспирант,  
Академия труда и социальных отношений

## **Туристские ресурсы Республики Северная Осетия – Алания и перспективы их использования**

*В статье рассматриваются туристских ресурсов, проведена их классификация, определены возможности их использования для различных видов туризма. Проанализированы туристские ресурсы региона Республики Северная Осетия – Алания и выделены наиболее приоритетные виды туризма.*

*Ключевые слова: туризм, ресурсы, развитие, использование.*

### **Tourist resources of the Republic of North Ossetia-Alania and prospect of their use**

*In article are considered tourist resources, classification is carried out them, possibilities of their use for different types of tourism are defined. Tourist resources of the region of the Republic of North Ossetia-Alania are analysed and the most priority types of tourism are allocated.*

*Keywords: tourism, resources, development, use.*

Развитие туристской деятельности на территории того, или иного региона невозможно без определения совокупности и качества туристских ресурсов данной территории, возможность использования которых и определяет перспективы туризма.

Сложность рассмотрения туристских ресурсов<sup>1</sup> обусловлена неоднозначным подходом к определению данного понятия. В отечественной теории и практике изучения и организации туристской деятельности длительное время преобладал рекреационно-географический подход, а развитие туризма было объектом изучения рекреационной географии. Такой подход наложил отпечаток на формирование терминологического аппарата в области туризма, в т.ч. и на определение туристских ресурсов.

Систематизированная научная работа по вопросам размещения рекреационных ресурсов и туристских потоков была начата в 70-е года прошлого столетия, этим вопросам были посвящены работы ведущих советских географов и экономистов, таких, как Ананьев М., Зачиняев П., Фалькович Н., Лиханов П. и др.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Цит.по: Пирожник И. И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. М.: Издательство МГУ им. М.В. Ломоносова, 1985. С. 5.

<sup>2</sup> Там же.



---

Первые определения рекреационных ресурсов были сформулированы на основе базисной модели рекреационной системы, разработанной коллективом Института географии Академии наук под руководством В.С.Преображенского. Ресурсы трактовались в природно-географическом аспекте, и их изучение сводилось к оценке природно-ландшафтной среды отдыха<sup>3</sup>.

Наиболее распространенной в научной и специальной литературе является классификация туристских ресурсов региона по составу (иначе говоря, по образующим их факторам и элементам, их функциональной пригодности) и по функциональной пригодности (то есть, по видам туристской деятельности, для которых они предназначены).

По составу выделяют следующие виды туристских ресурсов:

1. Природно-климатические, к которым относятся климатические, водные, гидроминеральные, горные, лесные подвиды ресурсов.

2. Социально-культурные: исторические, культурные архитектурные, археологические, научные, культовые, зрелищные, развлекательные.

3. Инфраструктурные, среди которых средства размещения, транспортные, предприятия общественного питания туристов.

По функциональной пригодности туристские ресурсы делятся на ресурсы:

1. Для отдыха: пляжные, для пикника, для палаточного отдыха и т.д.

2. Лечебно-оздоровительные: бальнеологические, морские, речные, климатические и т.д.

3. Спортивные: яхтинговые, расфтинговые, горнолыжные и т.д.

4. Духовные: святые места, места паломничества и поклонения и т.д.

5. Познавательные: архитектурные, этнические, исторические и т.д.

6. Развлекательные: для проведения сафари, для организации массовых мероприятий и т.д.

7. Профессиональные: выставочные, конгрессные, деловые и т.д.

Квартальнов В.В. в своем учебном пособии выделяет более 300 разновидностей «туристской деятельности, которые постоянно дополняются новыми, способными удовлетворить самые разнообразные желания и потребности туристов»<sup>4</sup>. Совокупность туристских ресурсов, их количественный и качественный состав, доступность, современность и эффективность использования обеспечивают конкурентос-

---

<sup>3</sup> Преображенский В. С. Географические аспекты конструирования новых типов рекреационных систем / В. С. Преображенский, И. В. Зорин, Ю. А. Веденин // Изв. АП СССР. Сер. геогр., 1972. № 21. С. 5–25.

<sup>4</sup> Квартальнов В. А. Туризм: Учебник / В. А. Квартальнов. М.: Финансы и статистика, 2000.

пособность региона на рынке туристских услуг и позволяют развивать различные виды туризма.

Региональная конкурентоспособность зависит от целого ряда факторов. К факторам, определяющим конкурентоспособность региона, по мнению Гутновой М.Ф., можно отнести:

- «удобное географическое положение региона;
- наличие природных ресурсов (сырьевых, гидроэнергетических), свободных земель для новых и реконструкции действующих производственных мощностей;
- рациональное размещение производительных сил;
- соответствие экономической структуры региона современным требованиям отечественных и мировых рынков;
- наличие трудового потенциала, интеллектуального капитала в регионе;
- наличие развитой материальной и рыночной инфраструктуры;
- устойчивость межрегиональных и хозяйственных связей;
- наличие научно-технического потенциала и научно-информационной базы для сопровождения производственной и коммерческой деятельности;
- стабильность политической обстановки в регионе;
- наличие в регионе социально ориентированной программы;
- протекционизм местных властей в отношении приоритетных направлений развития экономики региона.

Конечно, это далеко не полный перечень условий, характеризующих конкурентную позицию региона. Совокупность этих условий обеспечивает региону реальную возможность осуществления собственных социально-экономических программ, эффективного участия в межрегиональном разделении труда, выхода на международные рынки, успешного формирования конкурентного поведения»<sup>5</sup>.

Республика Северная Осетия – Алания является многонациональным и многоконфессиональным субъектом Российской Федерации, динамично развивающимся. В последние годы в Республике достигнуты значительные успехи в установлении культурных и торгово-экономических связей с субъектами регионов Российской Федерации и многих иностранных государств. Являясь одной из самых маленьких по территории республикой Российской Федерации, Северная Осетия-Алания – самая густонаселенная. Данные последней переписи насе-

---

<sup>5</sup> Гутнова М.Ф. Инфраструктурные приоритеты управления конкурентным развитием экономики региона // Дисс. ... к.э.н. Владикавказ, 2008. С. 20–21.

ления показывают, что в республике проживают представители более 100 национальностей. Площадь республики составляет 8 тыс. кв. км, население на 1 января 2007 года – 701,4 тыс. человек, плотность населения – 87,8 человек на 1 кв. км, что более чем в 10 раз больше средней плотности в России, которая составляет 8,3 человек на 1 кв. км.

Поток туристов, экскурсантов, любителей кавказской природы на территории Республики значительно вырос в конце XIX – начале XX века. В 1889 году было совершено первое восхождение на гору Казбек по северному маршруту. По Военно-Грузинской и Военно-Осетинской дорогам в Закавказье двигались велотуристы. По горам Осетии путешествовали пешеходные туристы.

Рассматривая туристские ресурсы Республики Северная Осетия – Алания с целью определения возможности развития на их основе туристской деятельности, необходимо провести их анализ по вышеуказанным основаниям.

В соответствии с региональным законодательством, «к туристским ресурсам Республики Северная Осетия – Алания (далее – туристские ресурсы) относятся находящиеся на территории республики природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил»<sup>6</sup>.

Небольшая по площади территория Республики Северная Осетия-Алания характеризуется большим разнообразием природно-климатических комплексов, ландшафтных зон, уникальными ресурсами минеральных вод, которые могут быть основой для создания крупной региональной санаторно-курортной системы. Запасы и существующая гидроминеральная база позволяют охватить лечением более 100 000 человек в год.

Северная Осетия располагает огромными запасами пелоидов, представленных низкоминерализованными, безсульфидными глинами – тереклитами. Тереклитовые глины более 50 лет используются в практике внекурортных учреждений республики. В перспективе лечебной базой курортов Северной Осетии станут Лысогорское, Тамисское, Коринское месторождения лечебных глин – тереклитов, запасы и медикобиологические характеристики которых позволяют планировать их широкое использование в санаторно-курортных и восстановительных учреждениях.

<sup>6</sup> Закон Республики Северная Осетия – Алания «О туристской деятельности в Республике Северная Осетия-Алания» от 24 марта 2010 г. № 16-РЗ, ст. 9.

Санаторно-курортный и туристический комплекс Республики Северная Осетия – Алания до 1992 года состоял из 6 санаториев и 2 пансионатов на 2 039 мест, более 20 туристических объектов на 6 тысяч мест. В настоящее время функционируют 3 санатория на 400 мест, 3 пансионата на 850 мест, действуют 15 туристических объектов на 1 300 мест.

На территории республики находится 216 памятников природы республиканского значения, признанных таковыми постановлением Правительства Республики Северная Осетия – Алания. Кроме того, есть и другие уникальные природные объекты, не внесенные в Перечень памятников природы Республики Северная Осетия – Алания.

Северная Осетия – Алания характеризуется обилием историко-археологических и этнографических памятников.

Республика обладает большим количеством культурно-исторических объектов, их насчитывается около 2,5 тысяч различного значения, в том числе объекты градостроительной культуры, памятники истории и культуры федерального значения. Среди них объекты культовой архитектуры, жилые и сторожевые башни, склеповые комплексы, наскальные крепости. В республике есть поселения, имеющие категорию исторических населенных мест. Столица республики г. Владикавказ имеет статус исторического города с большим количеством памятников архитектуры, истории и культуры.

По количеству памятников истории, культуры и архитектуры на 1 кв. км. Республика Северная Осетия – Алания занимает одно из первых мест в России. Республика обладает большим историческим, природным и туристическим потенциалом.

Самыми известными объектами культурно-исторического наследия в республике являются:

1. Святилище Реком в Цейском ущелье, памятник федерального значения – XI век.
2. Зругский храм, памятник федерального значения – XII век.
3. Алагирский собор, памятник федерального значения.
4. Сунитская мечеть, памятник республиканского значения.
5. Даргавский некрополь – самый крупный могильник на Северном Кавказе, памятник федерального значения.
6. Памятник К.Л. Хетагурову.
7. Бюст И.А. Плиева.
8. Змейский катакомбный комплекс V–VII веков.
9. Зильгинское городище V–VII веков.
10. Скифские курганы (г. Моздок).
11. Пещера «Мыстуладжы лагат», VIII век до н.э.

В настоящее время новые технологии в индустрии туризма и отдыха предоставляют новые возможности, а природно-климатические условия позволяют в полной мере насладиться ими на территории Республики Северная Осетия – Алания.

Таким образом, перспективными направлениями развития туризма на территории Республики Северная Осетия – Алания являются все виды горного туризма (альпинизм, скалолазание, горнолыжный), лечебно-оздоровительный, спортивный. А также любые другие виды туризма, развитие которых возможно на основе эффективного использования региональных туристских ресурсов.

#### **Используемые источники**

1. Гутнова М.Ф. Инфраструктурные приоритеты управления конкурентным развитием экономики региона // Дисс. ... к.э.н. Владикавказ, 2008.
2. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник / В. А. Квартальнов. М.: Финансы и статистика, 2000.
3. Пирожник И. И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. М.: Издательство МГУ им. М.В. Ломоносова, 1985.
4. Преображенский В. С. Географические аспекты конструирования новых типов рекреационных систем / В. С. Преображенский, И.В. Зорин, Ю. А. Веденин//Изв. АП СССР. Сер. геогр., 1972, № 21.

Дзилихова А. А.  
аспирант,  
Академия труда и социальных отношений

Павлушкина М. В.  
аспирант,  
Академия труда и социальных отношений

## **Государственное регулирование сферы туризма**

*В статье рассматриваются вопросы государственного регулирования сферы туризма. Определены основные параметры государственного регулирования туризма в Российской Федерации. Выделены точки взаимодействия федеральных и региональных властей по вопросам поддержки туристской сферы.*

*Ключевые слова: туризм, регулирование, государство, развитие.*

## **State regulation of the tourist sphere**

*In article questions of state regulation of the sphere of tourism are considered. Key parameters of state regulation of tourism in the Russian Federation are determined. Points of interaction of the federal and regional authorities concerning support of the tourist sphere are allocated.*

*Keywords: tourism, regulation, state, development.*

Развитие экономики Российской Федерации в последние годы предполагает повышение эффективности отдельных ее сфер, в том числе и туристской. Туризм рассматривается в качестве механизма оздоровления региональных экономик, а также способом повышения экономических показателей в масштабах страны.

По мнению Сагидовой Н.Г., «основными причинами; сдерживающими развитие туризма в России и в регионах, является следующее:

- туризм как отрасль рыночной экономики не нашел должной законодательной поддержки со стороны государства, не выработавшего стратегических ориентиров, касающихся сферы туризма;
- не достаточно используется передовой опыт других стран в области дифференцированного налогообложения туристской отрасли, поэтому за счет накоплений российских граждан активно развивается не российский, а курортный и туристский комплекс ряда зарубежных стран;
- не разработана единая система нормативных актов и экономических механизмов, обеспечивающих эффективное функционирование индустрии туризма;

- 
- слабо развита система профессиональной подготовки кадров различных уровней для индустрии туризма и научное обеспечение, в этой сфере деятельности;
  - отсутствуют эффективные механизмы для привлечения отечественных и иностранных инвестиций в сфере российского туризма;
  - не создана целевая система обеспечения безопасности, статистики несчастных случаев в туризме и их анализа, защиты личности и собственности в сфере туристской деятельности, в том числе — за счет современных страховых механизмов;
  - многочисленные нарушения прав граждан (туристов) на свободу передвижения по территории России (противоречащие федеральному законодательству нормативные акты местных властей и должностных лиц);
  - отсутствие достоверной информации о введении каких-либо ограничений; на посещение другого региона (района) России в нужное время; о правилах оформления документов для посещения адресов и телефонах организаций, куда необходимо обращаться»<sup>1</sup>.

В этих условиях резко возрастает значимость внимания органов государственной и региональной власти к тем механизмам и технологиям влияния на экономическую сферу, которые бы позволили повысить эффективность туристской сферы на федеральном и региональном уровнях. Таким образом, в современных условиях возрастает значимость государственного регулирования туризма.

Государственная политика, направленная на развитие туризма, реализуется с целью разработки нормативно-правовых и финансово-экономических ориентиров развития туристской сферы; создания инвестиционного механизма, направленного на развитие инфраструктуры туризма, особенно там, где привлечение частных инвестиций затруднено; разработки программ кадрового обеспечения туристского бизнеса; поддержки малого и среднего предпринимательства в данной сфере; формирования привлекательности национального турпродукта и его продвижения на международных туристских рынках.

Государственное регулирование сферы туристской деятельности осуществляется посредством целого ряда мер.

---

<sup>1</sup> Сагидова Н.Г. Организационно-экономический механизм государственного регулирования развития туризма// Дисс. ... к.э.н. Махачкала, 2010. С.132.

Прежде всего, формируется нормативно-правовая база, определяющая границы функционирования туристской сферы, предпринимательства, механизмы финансирования, инвестирования и ряд других вопросов.

Основным нормативно-правовым актом, регулирующим деятельность в сфере туризма является Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 03.05.2012), который определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации.

В соответствии с данным законом, «приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодельного туризма»<sup>2</sup>, что достигается за счет:

- «определения приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации;
- нормативного правового регулирования в сфере туризма;
- разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма;
- содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности;
- содействия кадровому обеспечению в сфере туризма;
- развития научных исследований в сфере туризма;
- стандартизации и классификации объектов туристской индустрии;
- формирования и ведения единого федерального реестра туроператоров (далее также – реестр);
- информационного обеспечения туризма;
- создания благоприятных условий для развития туристской индустрии;
- оказания государственных услуг в сфере туризма;

---

<sup>2</sup> Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ, ст. 3.



- взаимодействия с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма, в том числе через представительства федерального органа исполнительной власти в сфере туризма за пределами Российской Федерации».

Федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по оказанию государственных услуг в сфере туризма является Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Федеральное агентство по туризму (ФАТ) РФ осуществляет следующие функции по управлению государственным имуществом и оказанию государственных услуг в установленной сфере деятельности<sup>3</sup>:

- определяет приоритетные направления государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации;
- информирует в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания;
- осуществляет продвижение туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- осуществляет функции государственного заказчика федеральных целевых, научно-технических и инновационных программ и проектов в установленной сфере деятельности;
- взаимодействует в установленном порядке с органами государственной власти иностранных государств и международными организациями, включая представление по поручению Правительства Российской Федерации интересов Российской Федерации в международных организациях в установленной сфере деятельности;
- создает представительства за пределами Российской Федерации в сфере туризма;
- обеспечивает мобилизационную подготовку Агентства, а также контроль и координацию деятельности подведомственных организаций по их мобилизационной подготовке;
- организует профессиональную подготовку работников Агентства, их переподготовку, повышение квалификации и стажировку;
- осуществляет иные функции по управлению государственным имуществом и оказанию государственных услуг в установленной сфере деятельности.

---

<sup>3</sup> Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о Федеральном агентстве по туризму» от 31.12.2004 г. № 901.

Деятельность органов государственного управления туризма в субъектах РФ определяется региональными нормативными документами.

Целевая установка государственного регулирования – создание оптимальных условий для реализации комплексного экономического и социального развития региона за счет управляющих и регулирующих воздействий на показатели использования туристских ресурсов, обеспечение необходимого инвестиционного климата, повышение уровня деловой активности и экономики, обоснование сбалансированности в рамках туристской специализации, полная занятость, экономическая безопасность.

В работе Д.Джонсона отмечается «необходимость формирования механизма управления развитием сферы туризма, развития организационных структур управления с учетом взаимодействия всех ветвей управления на всех его уровнях, т.е. необходимо, чтобы их цели, задачи, функции объективно определялись потребностями в создании условий для функционирования сферы туризма»<sup>4</sup>. Таким образом, направления регулирования сферы туризма на федеральном и региональном уровнях должны находиться в единой логически последовательной системе, гибко воздействующей на сферу предпринимательства, информационную поддержку, позиционирование регионального турпродукта, формирование благоприятного имиджа и устойчивых брендов на российском и международном туристических рынках.

Развитие туризма в регионах Российской Федерации на основе государственной поддержки невозможно без создания организационно-правовых и экономических условий для ускорения развития въездного и внутреннего туризма, формирования современной целостной нормативно-правовой базы, определения организационных и идеологических рамок маркетинговой политики продвижения туристского продукта на внутреннем и международном рынках, создания условий для повышения качества обслуживания в сфере туризма.

#### **Используемые источники**

1. Джонсон Д. Процессы управления стратегическими изменениями. М: МЦДО «МНК», 2006.
2. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о Федеральном агентстве по туризму» от 31.12.2004 г. № 901.
3. Сагидова Н.Г. Организационно-экономический механизм государственного регулирования развития туризма// Дисс. ... к.э.н. Махачкала, 2010.
4. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ, ст.3.

---

<sup>4</sup> Джонсон Д. Процессы управления стратегическими изменениями. М: МЦДО «МНК», 2006. С.47.

Марченко М. В.  
соискатель,  
Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации

## **Принципы управления дебиторской задолженностью в секторе корпоративной интернет-торговли**

*В статье предложены основные принципы управления дебиторской задолженностью в сфере корпоративной интернет-торговли с учетом особенностей данного сегмента рынка.*

*Ключевые слова: интернет-торговля, сектор B2B, дебиторская задолженность.*

## **The principles of accounts receivable management in B2B internet commerce**

*The main principles of accounts receivable management in B2B internet commerce based on the specific of this market segment are proposed in this article.*

*Ключевые слова: internet commerce, B2B, accounts receivable.*

Одним из способов повышения конкурентоспособности интернет-компаний является предоставление ему отсрочки платежа, но вместе с тем при управлении дебиторской задолженностью и снижении уровня рисков, связанных с неисполнением обязательств со стороны покупателя, необходимо учитывать особенности функционирования корпоративной интернет-торговли (business-to-business, B2B). К особенностям можно отнести географическую удаленность участников сделки и отсутствие на документах собственноручной подписи покупателя — одного из существенных реквизитов, подтверждающих наличие договорных отношений. Кроме перечисленных особенностей следует учитывать важность сохранения конкурентоспособной цены в условиях огромного количества интернет-магазинов, что невозможно без снижения риска потери части прибыли, связанной с безнадежными долгами. Также необходимо постоянно совершенствовать программное обеспечение для повышения удобства пользования интернет-магазином, что требует вложения денежных средств компании и оптимизации величины денежных средств, инвестируемых в дебиторскую задолженность. Таким образом, для повышения эффективности управления

дебиторской задолженностью в корпоративной интернет-торговле можно сформулировать ряд принципов:

1. Наличие стратегии управления дебиторской задолженностью, соответствующей долгосрочной цели компании. Стратегический подход к управлению дебиторской задолженностью определяет последовательность действий, которые должен выполнять финансовый менеджер для эффективного управления данным видом активов.

2. Постоянный мониторинг задолженности по обязательствам клиентов и реализация инкассации дебиторской задолженности в установленный срок. Данный принцип носит превентивный характер. Компаниям следует предусмотреть наличие в штате сотрудников, в должностные обязанности которых входило бы разрешение и контроль над кредитными рисками.

3. Оценка результатов управления дебиторской задолженностью на основании ряда показателей, к числу которых относятся:

- период оборачиваемости дебиторской задолженности, определяемый как отношение длительности анализируемого периода к величине оборачиваемости дебиторской задолженности. Как правило, текущий период оборачиваемости сравнивается с наилучшим возможным применительно к данному виду деятельности, и по величине отклонения оценивается эффективность управления дебиторской задолженностью;
- количество контактов с дебитором, которые необходимо установить с клиентом для инкассации задолженности;
- общее количество дебиторов и удельный вес клиентов, имеющих задолженность по отношению к общему числу клиентов компании. Данный показатель позволяет абстрагироваться от доли «вклада» долга каждого клиента в общую величину дебиторской задолженности и имеет целью оценить работу менеджеров по инкассации задолженности.
- число положительных результатов при решении спорных вопросов с дебиторами. В результате разногласий по какой-либо причине клиент задерживает оплату или вовсе отказывается платить за спорную партию товара. В этой связи имеет смысл четко отладить процесс урегулирования споров и решения разногласий с клиентами. Причинами дебиторской задолженности часто являются несоответствие цен в прейскуранте, предварительно предлагаемом покупателю, и в выставленном счете; несоответствие количества товара в заказе и в накладной (или счете); ошибки в номенклатуре товара; сомнение в качестве

товара, некомплектность, недостача. От того, как быстро сотрудники компании решают разногласия с клиентами, зависит скорость инкассации дебиторской задолженности и величина истребованного долга.

4. Наличие системы мотивации для покупателей, направленной на стимулирование своевременной оплаты, одним из инструментов которой является введение ежеквартальных премий или скидок за своевременную оплату. Аналогично объему продаж, дебиторская задолженность легко поддается количественному измерению, что дает возможность построить прозрачную и понятную для дебитора систему вознаграждений. На наш взгляд, оптимальная система мотивации должна состоять из двух частей: поощрительные меры для покупателей и штрафные санкции для сотрудников, не выполнивших должностные обязанности, приведшие к возникновению просроченной, сомнительной и безнадежной задолженностям.

5. Автоматизация процесса управления дебиторской задолженностью посредством специализированного программного обеспечения. Использование программных продуктов, автоматизирующих работу с дебиторской задолженностью, дает возможность повысить эффективность процесса управления, сэкономить время персонала и минимизировать количество ошибок и причин возникновения спорных ситуаций. К операциям, подлежащим автоматизации в первую очередь, можно отнести:

- своевременное обновление прейскурантов цен, предлагаемых покупателям, с целью обеспечения правильности их указания в счетах и отгрузочных документах;
- выставление счетов и формирование отгрузочных документов клиентам;
- расчет показателей для применения системы мотивации;
- расчет показателей для оценки эффективности управления дебиторской задолженности.

Принципы управления дебиторской задолженностью непосредственно связаны с ее главным предназначением – увеличением объема продаж и поступлением потока денежных средств в перспективном периоде в результате погашения покупателями своих обязательств. С этой точки зрения инкассация дебиторской задолженности является одним из важнейших технических инструментов поступления денежных средств. По мнению Дж. М. Кейнса <sup>1</sup>, к числу мотивов, по которым компании стремятся обладать деньгами, относятся:

<sup>1</sup> Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. Перевод с английского профессора Н. Н. Любимова под редакцией д.э.н., профессора Л.П. Куракова. М.: Гелиос АРВ. 1999.

- Операционный мотив (transactions motive) – деньги необходимы для выполнения возникающих в ходе хозяйственной деятельности операций: оплаты покупок, налогов, заработной платы, дивидендов.
- Предупредительный мотив (precautionary motive) – денежные средства необходимы из соображений предосторожности.
- Спекулятивный мотив (speculative motive) – нужно иметь деньги на случай возможности закупить что-либо по дешевой цене при наличии предложения.

Все эти потребности экономический субъект стремится удовлетворить за счет оборотных средств, важной составляющей которых является дебиторская задолженность. Если сосредоточиться на перечисленных мотивах, то очевидно, что основной целью является обладание достаточным денежным остатком на счету или достоверным прогнозом поступающих и исходящих средств. Дж. С. Ван Хорн и Джон М. Вахович<sup>2</sup> сформулировали следующий принцип управления денежными средствами: ускорение инкассации дебиторской задолженности и замедление выплат идет на пользу компании. С позиции управления дебиторской задолженностью это означает, что коммерческая организация стремится к тому, чтобы знать, когда и сколько денег она получит, а, в случае невозможности получения (т.е. при наличии безнадежных долгов) – быть уверенным, что собственных средств будет достаточно для погашения всех обязательств. Это позволяет сформулировать еще три принципа управления дебиторской задолженностью:

6. Величина дебиторской задолженности не должна превышать величину собственных средств компании. Данный принцип объясняется тем, что компания действует в соответствии с операционным мотивом.

7. Уверенность руководства фирмы в обеспечении мгновенной устойчивости в условиях роста дебиторской задолженности. Топ-менеджмент должен быть уверен в том, что при условии роста задолженности бизнес-субъект сможет осуществлять деятельность в соответствии с предупредительным мотивом – на его банковских счетах будут деньги на непредвиденные расходы.

8. Недопустимость неконтролируемого роста дебиторской задолженности. Так как при наличии данной ситуации невозможно корректно спрогнозировать величину «входящего» денежного потока, размер остатка денежных средств и, соответственно, платежеспособность компании.

---

<sup>2</sup> Джеймс С. Ван Хорн, Джон М. Вахович. Основы финансового менеджмента. М.: Вильямс, 2011

Следование перечисленным принципам при управлении дебиторской задолженностью позволит компаниям, работающим в сегменте В2В интернет-торговли, в достижении главной цели любой коммерческой компании – увеличении рыночной стоимости, так как эффективное управление дебиторской задолженностью даст возможность инвестировать собственные средства компании в покупку новых программных технологий вместо иммобилизации их в сомнительную дебиторскую задолженность; обладать достаточным для ведения хозяйственной деятельности количеством оборотных средств, полученных в результате своевременной инкассации дебиторской задолженности; а также минимизировать издержки, связанные с обслуживанием дебиторской задолженности, что повысит прибыль компании.

#### **Используемые источники**

1. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. Перевод с английского профессора Н. Н. Любимова под редакцией д.э.н., профессора Л.П. Куракова. М.: Гелиос АРВ. 1999.
2. Джеймс С. Ван Хорн, Джон М. Вахович. Основы финансового менеджмента. М.: Вильямс, 2011.

Михель В. С.  
кандидат экономических наук, доцент,  
Российская академия предпринимательства

## **Способы совершенствования финансовых стратегий промышленной корпорации с учетом динамики её финансового потенциала**

*Статья посвящена способам совершенствования финансовых стратегий промышленной корпорации.*

*Ключевые слова: финансовая стратегия, корпорация, финансы, менеджмент, метод.*

## **Ways of perfection of financial strategy of industrial corporation taking into account dynamics of its financial potential**

*The article devoted to ways of perfection of financial strategy of industrial corporation.*

*Keywords: financial strategy, corporation, finance, management, method.*

Финансовая стратегия промышленной корпорации, которая является функциональной по отношению к корпоративной стратегии, направлена в первую очередь на обеспечение устойчивого (опережающего) социально-экономического роста и развития указанной структуры во внешней среде. В свою очередь финансовая политика, в том числе инвестиционная, налоговая и т.п., направлена на аккумуляцию и мобилизацию финансовых ресурсов. Эффективное осуществление функций финансового управления, направленного на повышение конкурентоспособности и максимизацию доходности бизнеса, представляется возможным при наличии оптимальной финансовой стратегии и оперативной финансовой модели управления деятельностью промышленной корпорации.

Финансовая стратегия и оперативная модель должны обеспечивать управляемость финансовыми ресурсными потоками, доходами и расходами, возможность получения текущей оценки результатов деятельности указанной корпоративной структуры, а также её функциональных единиц. Очевидно, что финансовая стратегия (ее разработка и реализация) становится важнейшей функцией управления, крупные социально-экономические системы обязаны иметь и постоянно совершенствовать свои финансовые стратегии с тем, чтобы достижение поставленных корпоративных целей было оптимальным, полным и ре-



---

зультативным, т.е. вело к получению как экономических, так и неэкономических выгод.

В настоящее время существует две точки зрения на управление, получивших название старой и новой парадигмы. Старая парадигма рассматривает корпоративную структуру как закрытую систему, в которой главным фактором конкурентоспособности считается рост масштабов производства. Главной задачей управления в данной парадигме является рост производительности труда, главным источником прибавочной стоимости — производительность труда, с системой управления, построенной на контроле всех видов деятельности.

В новой парадигме управления, рассматривающей корпоративную структуру, как открытую систему, ориентированную на качество продукции и удовлетворение потребителей, на проактивный подход к управлению, обеспечивающий адаптацию к складывающимся условиям работы, на обладающих знаниями работников в качестве главного источника прибавочной стоимости. В новой парадигме система управления нацелена на повышение роли организационной культуры и нововведений, мотивацию работников и стиль руководства.

Постулаты старой парадигмы управления нацелены на качество выпускаемой продукции. Постулаты новой парадигмы управления по сути своей нацелены на качество управления корпоративной структурой.

Эволюция представлений об управлении вообще и управлении финансами в России происходила стремительно. За последние два десятилетия лет она прошла столетний путь Запада от старой парадигмы к новой парадигме. Можно сказать, что в рамках старой парадигмы задачи стратегического управления финансами в принципе отсутствуют, при этом задачи текущего управления сводятся к добротному планированию поступлений и расходования финансовых ресурсов, в основном ориентированных на внутреннюю среду. Новая парадигма требует расширения понятия стратегического управления финансами распространения его на внешнюю среду.

Изменение парадигмы стратегического управления финансами промышленных корпораций является обоснованной необходимостью. Как абсолютно верно указывает Е.Н. Кулик, «...одним из главных источников возникновения проблем на большинстве российских предприятий в сфере финансового менеджмента является отсутствие на предприятии конкретных целей развития самого предприятия, а тем более, целей функционирования финансового менеджмента...»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Кулик Е.Н. Особенности управления финансированием корпорации // Вестник КГТУ им. А. Н. Туполева. 2004. № 1. С. 66–71.

Стоит добавить, что нецелевой подход к стратегическому управлению финансами промышленных корпораций — это только часть проблематики, которую мы считаем необходимым дополнить для получения целостной картины, обосновывающей необходимость совершенствования финансовых стратегий, в том числе на основании динамических изменений финансового потенциала.

Итак, проблематика неэффективности стратегического и оперативно-тактического управления финансами промышленных корпораций заключается еще и в том, что, во-первых, во многих корпоративных структурах централизованно отграничены функции финансовой службы и службы бухгалтерского учета, при этом отсутствует какая-либо интеграция или сопоставимость учетных данных.

Это приводит к переизбытку нерелевантной информации и дефициту необходимой информации. Данная проблема актуализируется в условиях крупных интегрированных корпораций, организационная и производственная структура которых значительно объемнее и сложнее структуры рядового предприятия. Решение этой проблемы осуществляется через организацию оптимальных информационных потоков, их взаимосвязь с другими отделами организационной и производственной структуры.

Во-вторых, во многих промышленных корпорациях сохраняются тенденции к кризисному, цикличному развитию. Необходимость применения методов и инструментов стратегического и оперативного управления, в сложившейся производственной и финансовой ситуации, приводит к возникновению дополнительных, иногда трудно разрешаемых проблем. Одним из источников подобных проблем является недостаток квалифицированных кадров. Соответственно, решение данной проблемы должно основываться на стимулировании роста компетенций управленческих кадров и специалистов, занятых в стратегическом и оперативном управлении финансами промышленных корпораций.

В-третьих, сохраняется и постоянно увеличивается повышенный риск любых финансовых операций и операций с финансовыми ресурсами промышленных корпораций в условиях нестабильной и турбулентно изменяющейся внутренней среды. Решение этой проблемы носит уже комплексный, интегрированный характер, поскольку риски, а также возможные негативные последствия неэффективно принятых финансовых решений, проявляют системно-синергетический характер и отражаются на эффективности функционирования всех подсистем управления промышленными корпорациями.

Как абсолютно верно указывает Д. В. Мельнов, в настоящее время в стратегическом и оперативном финансовом управлении крупных

хозяйствующих субъектов, в том числе промышленных корпораций, сложились все необходимые предпосылки для формирования системы постоянного повышения качества управления финансами.

Функциональное назначение системы качества управления финансами, по мнению Д.В. Мельнова, заключается в обеспечении в полном объеме и требуемые сроки необходимыми и достаточными для осуществления стратегической и текущей деятельности финансовыми ресурсами<sup>2</sup>. На рисунке 1. представлена модель качества управления финансами хозяйствующих субъектов, в том числе промышленных корпораций.



**Рис. 1. Модель качества управления финансами корпоративных структур<sup>3</sup>**

<sup>2</sup> Мельнов Д.В. Теоретико-методические аспекты и направления совершенствования качества управления финансами предприятия // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 10. С. 33–41.

<sup>3</sup> Там же. С. 36.

На модели слева и справа показана внешняя (формулирующая требования к управлению финансами) и расположенная в центре рисунка внутренняя (обеспечивающая выполнение требований к управлению финансами) среда промышленной корпорации. Внешняя среда представлена собственниками промышленной корпорации, банками, поставщиками, покупателями производимой продукции, потенциальными работниками, финансовыми институтами, инвесторами, т.е. заинтересованными в качестве управления финансами сторонами.

Внутренняя среда представлена управляющей и управляемой подсистемами системы управления финансами промышленной корпорации. Управляющая подсистема выполняет следующими функциями:

- разрабатывает, принимает и несет ответственность за реализацию стратегических (привлечение инвестиций, крупных кредитов, дивидендную политику) и тактических (грамотное распоряжение финансовыми ресурсами) финансовых решений;
- создает условия успешной работы финансовой службы, осуществляя подбор и расстановку квалифицированного персонала финансовой службы промышленной корпорации и наделяя ответственных исполнителей соответствующими полномочиями;
- несет ответственность за достоверность данных финансовой отчетности, проведение финансового анализа, обеспечение финансового планирования и моделирования;
- доводит до сведения всех работников финансовой службы политику и цели руководства в области качества управления финансами.

Управляемая подсистема, осуществляя управление финансами, выполняет следующие функции:

- создает условия для осуществления деятельности промышленной корпорации и несет ответственность за регламентацию финансовой деятельности, за процесс планирования финансовой деятельности, за реализацию принятых стратегических и тактических финансовых решений, разработку и реализацию оперативных финансовых решений;
- осуществляет и несет ответственность за измерение, анализ и улучшение качества управления финансами промышленной корпорации, включая мониторинг процесса финансовой деятельности и контроль качества принимаемых финансовых решений, осуществление корректирующих и предупреждающих действий, улучшающих качество управления финансами;

- осуществляет и несет ответственность за обеспечение промышленной корпорации в установленные сроки и в полном объеме необходимыми и достаточными финансовыми ресурсами.

На входе модели качества управления финансами промышленной корпорации собираются информационные потоки ожиданий «Заинтересованных сторон», обсуждаются, вырабатываются и формулируются, в соответствии с корпоративной стратегией деятельности и ее детализацией на ближайший период, согласованные требования «Заинтересованных сторон» к управлению финансами. Это требования направлены на обеспечение промышленной корпорации в установленные сроки необходимыми и достаточными финансовыми ресурсами, которыми должна руководствоваться финансовая служба в своей деятельности в планируемый период.

На выходе «Заинтересованные стороны» оценивают качество управления финансами на соответствие установленным на входе требованиям и принимают решение об удовлетворенности или не удовлетворенности достигнутым уровнем качества управления финансами.

Модель качества управления финансами промышленной корпорации нацелена на грамотное управление финансами, обеспечивающее наращивание финансового потенциала, осуществляющего в ходе управления финансами «Деятельность, добавляющую ценность», за счет роста деловой репутации (гудвилл) и увеличения стоимости самой промышленной корпорации. Принятие управленческих решений осуществляется для конкретной корпоративной структуры, в конкретный период деятельности по результатам финансового анализа и диагностики состояния и динамики изменения финансового потенциала.

Эффективность решений по стратегическому и оперативному управлению финансами промышленной корпорации во многом зависит от наличия финансового потенциала, динамики его изменения или способности к его формированию.

В частности, С.В. Чубинская и Ю.А. Алушкин отмечают, что задачи формирования финансового потенциала решаются через воздействие на отдельные элементы и/или объекты финансового управления (рычаги) к коим стоит отнести <sup>4</sup>:

- активы (оборотные и внеоборотные);
- эмиссионные ресурсы, формирующие капитал;

<sup>4</sup> Чубинская С.В., Алушкин Ю.А. Проблемы управления финансами предприятий корпоративного типа // Научно-практический журнал Северо-западной академии государственной службы. 2005. № 2. С. 154–161.

- затраты и доходы по всем видам деятельности, в том числе налоговые и прочие обязательные отчисления;
- непосредственно прибыль (от продаж, операционную, после-налоговую).

Очевидно, что представленный выше перечень рычагов в целом соответствует рассмотренным нами выше основным элементам, формирующий финансовый потенциал корпоративных структур. Это в свою очередь означает, что управление финансами промышленной корпорации во многом тождественно управлению финансовым потенциалом, а значит, каждая следующая разрабатываемая финансовая стратегия должна основываться на предвидении изменения финансового потенциала. Таким образом, на первый план при совершенствовании финансовых стратегий промышленных корпораций выходит задача рационализации управления отдельными элементами (компонентами), образующими финансовый потенциал.

Рациональное управление финансовым потенциалом в рамках реализуемых финансовых стратегий предполагает представление о нем как системной категории взаимосвязей между отдельными составляющими хозяйственной деятельности, при этом основное внимание должно быть уделено непосредственно финансовым ресурсам и инвестициям (т.е. их распределению и переопределению).

Все это обусловлено непрерывным движением средств в ходе ведения промышленной корпорацией производственно-хозяйственной деятельности. Таким образом, общая концепция управления финансовым потенциалом и разрабатываемых на основе его изменения финансовых стратегий, представляется в виде отработанных блоков управления финансами, исследования взаимосвязей между ними, разработку и обоснование механизма их взаимодействия. В исследовании проблем формирования финансового потенциала промышленной корпорации важно учитывать принципы и особенности организации корпоративного управления, поэтому мы уже неоднократно упоминали выше о том, что разрабатываемая финансовая стратегия должна не только учитывать наличие и возможное изменение финансового потенциала, но и также согласовывать использование финансового потенциала с задачами корпоративного стратегического управления.

Наличие и динамика финансового потенциала имеет большое значение как в разработке финансовых стратегий, так и собственно в деятельности промышленных корпораций, но при этом не существует универсальных методов формирования и накопления финансового потенциала, наилучшим образом подходящих всем сферам бизнеса.

Совершенствование финансовых стратегий промышленных корпораций с учетом наличия или динамики накопленного финансового потенциала, прежде всего, зависит от выбранного метода финансирования деятельности корпорации. Данные методы очень разнообразны и тем самым предоставляют возможность промышленной корпорации выбрать тот из них, который наилучшим образом соответствует по своим характеристикам сложившейся в корпоративной структуре финансовой ситуации. Методы финансирования деятельности промышленных корпораций можно сгруппировать по источнику поступления, срокам и видам деятельности.

Группировка методов финансирования по срокам включает краткосрочное и долгосрочное финансирование. В составе методов краткосрочного финансирования деятельности промышленной корпорации обычно выделяют банковский и коммерческий кредиты.

Краткосрочный банковский кредит предоставляется банками на условиях кредитного договора с заемщиком под реальное обеспечение его имущества (обеспеченный кредит) или без реального обеспечения (необеспеченный кредит) за определенную плату, называемую стоимостью кредита, или банковской процентной ставкой.

Коммерческий кредит отпускается предприятию его поставщикам и возникает в тот момент, когда предприятие получает товары или услуги от поставщиков без требования о немедленной оплате. В состав методов краткосрочного финансирования входит и вексельное финансирование.

В условиях деятельности промышленных корпораций большое значение имеют такие преимущества краткосрочного финансирования, как стоимость кредита (краткосрочная процентная ставка ниже долгосрочной) и гибкость. Однако для ряда промышленных корпораций краткосрочный кредит может увеличить степень риска и снизить уровень накопления финансового потенциала. Высокая краткосрочная задолженность может привести к финансовым затруднениям после ее выплаты, к тому же существуют так называемые риски процентных ставок. Особенно возрастает эта неопределенность в условиях нестабильной экономической ситуации в стране.

К методам долгосрочного финансирования деятельности промышленных корпораций относятся долгосрочный банковский кредит, облигационный заем и финансовая аренда, которые направляются на обновление основных фондов и приобретение нематериальных активов. Условия предоставления кредита могут различаться в зависимости от требований кредитора и возможностей корпорации.

Эффективность финансирования, и соответственно формирования финансового потенциала за счет внешних источников при привлечении банковского кредита можно оценить, исходя из эффективности условий привлечения кредита и использования кредита. Срок предоставления кредита является одним из определяющих условий его привлечения. Оптимальным считается срок предоставления кредита, в течение которого полностью реализуется цель его привлечения.

Внутренние источники формирования финансового потенциала для совершенствования реализации финансовой стратегии также представляют особый интерес. Прибыль и амортизационные отчисления составляют важнейшие собственные финансовые ресурсы корпорации. После налогов и других платежей в бюджете корпорации остается чистая прибыль как главная форма чистого дохода предприятия. Часть чистой прибыли, как основы формирования финансового потенциала за счет внутренних источников, можно направлять на капитальные вложения производственного и социального характера или использовать на инвестиции в составе резервного или иного фонда. Фактически формирование финансового потенциала промышленных корпораций за счет внутренних источников позволяет совершенствовать стратегическое управление финансами в аспекте перехода от финансовой зависимости к финансовой независимости.

По своему экономическому содержанию чистая прибыль промышленных корпораций является одной из форм резерва собственных финансовых ресурсов, используемых для развития. Эффективность внутренних источников накопления финансового потенциала для целей реализации финансовой стратегии или ее совершенствования оценивается при помощи сравнительного анализа стоимости этих источников финансирования и любого другого источника. Основным критерием эффективности данного источника образования финансового потенциала является не стоимость, а повышение результативности организации внутренней среды за счет сокращения излишних расходов. Нераспределенная прибыль чаще всего является основным источником накопления финансового потенциала промышленной корпорации, формируемого для целей реализации или совершенствования реализации финансовой стратегии:

- эти ресурсы мобилизуются максимально быстро и не требуют какого-либо специального механизма, как в случае с эмиссией акций или облигаций;
- стоимость этого метода ниже других, поскольку не возникает эмиссионных или процентных расходов;



- данный метод безопасен, так как отсутствует эффект негативного влияния информации о новой эмиссии (этот аргумент весьма существенен, так как многие крупные промышленные корпорации, объявив о дополнительной эмиссии акций или облигаций, оказывались перед фактом значительного снижения рыночной стоимости акций, находящихся в обращении на рынке ценных бумаг).

Отложенная к выплате прибыль нередко может занимать большой удельный вес в общей сумме источников собственных финансовых ресурсов, формирующих финансовый потенциал промышленных корпораций. Стоимость этого источника накопления финансового потенциала также может рассчитываться различными методами, а ее величина достаточно легко интерпретируется следующим образом. Полученная промышленной корпорацией прибыль после соответствующих отчислений подлежит распределению среди владельцев капитала. Для того чтобы последние не возражали против реинвестирования прибыли, необходимо, чтобы ожидаемая отдача от такого реинвестирования была не меньше, чем отдача от альтернативных инвестиций той же степени риска. В противном случае владельцы капитала промышленной корпорации предпочтут получить дивиденды и используют эти средства на рынке капитала. Таким образом, совершенствование финансовой стратегии за счет использования динамики финансового потенциала корпорации в обязательном порядке должна включать и направления оптимизации дивидендной политики. Стоимость источника финансирования «нераспределенная прибыль» численно примерно равна стоимости источника финансирования «обыкновенные акции» и даже несколько ниже стоимости эмиссии обыкновенных акций, поскольку эмиссия ценных бумаг всегда сопровождается дополнительными расходами.

Вторым внутренним крупным источником финансирования промышленных корпораций, и также источником формирования финансового потенциала, являются амортизационные отчисления. Накопление амортизации происходит систематически, в то время как основные производственные фонды не требуют возмещения в натуральной форме после каждого цикла производства.

В результате формируются временно свободные финансовые ресурсы амортизационного фонда. Амортизационный фонд является средством реинвестирования действующего основного капитала. Закупка на эти средства новых видов оборудования приводит к внедрению в производство новых типов более совершенной техники. Стоимость амортизационных отчислений зависит от того, какие основные

фонды и по какой стоимости имеет в своем распоряжении промышленная корпорации, а также от того, каким способом производились ранее расчет и списание амортизационных отчислений. На практике промышленная корпорация может совмещать несколько способов начисления амортизации. Величина списываемой суммы амортизации определяется двумя этими величинами. Соответственно, они же и составляют стоимость амортизационных отчислений в качестве источника финансирования, а также источника формирования финансового потенциала, используемого для реализации финансовой стратегии промышленных корпораций. Эффективность данного источника достаточно высока и, кроме того, легко возрастает при правильном проведении амортизационной политики на предприятии. Также высока эффективность использования промышленной корпорацией средств резервного фонда, специально создаваемого с целью финансирования деятельности. Стоимость такого использования складывается из величины, периодически выделяемой в данный фонд суммы из средств нераспределенной прибыли.

Использование внутренних источников финансирования, и соответственно формирования финансового потенциала промышленных корпораций, характеризуется наибольшей эффективностью среди других возможных источников. Это связано с относительно низкой стоимостью такого использования, а также с низким уровнем корпоративного риска, присущим этому методу финансирования деятельности корпорации, то есть его использование, как правило, не влечет за собой перспективы несостоятельности.

Итак, обобщая вышесказанное, можно резюмировать, что совершенствование финансовой стратегии промышленных корпораций на основе динамики изменений финансового потенциала, определяется двумя основными аспектами:

1. наличием условий для повышения качества стратегического и оперативно-тактического управления финансами с формированием необходимых организационных и экономических основ наращивания качественных аспектов в финансовом управлении;

2. наличием условий диверсификации источников финансирования деятельности, а значит источников образования финансового потенциала, а также экономической целесообразностью формирования финансового потенциала за счет привлечения финансовых ресурсов из различных источников.

В общем смысле совершенствование финансовой стратегии промышленных корпораций есть и способ повышения уровня финансового потенциала, и результативности его использования для полного достижения заявленных стратегических корпоративных и функциональных финансовых целей и решения намеченных задач.

Павлушкина М. В.  
аспирант,  
Академия труда и социальных отношений

## **Некоторые аспекты развития детского туризма в Российской Федерации**

*В статье рассмотрены некоторые аспекты развития детского туризма в Российской Федерации. Дано определение данного понятия, предложена классификация детского туризма по различным признакам. Проанализирована инфраструктура детского отдыха и выделены проблемы развития данной сферы туризма.*

*Ключевые слова: туризм, дети, отдых, инфраструктура, перспективы.*

## **Some aspects of development of children's tourism in the Russian Federation**

*In article some aspects of development of children's tourism in the Russian Federation are considered. Definition of this concept is given, classification of children's tourism by various signs is offered. The infrastructure of children's rest is analysed and problems of development of this sphere of tourism are allocated.*

*Keywords: tourism, children, rest, infrastructure, prospects.*

В современном экономическом пространстве туризм, как сфера услуг, имеет важное значение не только для экономических показателей отдельных государств (не секрет, что многие страны формируют ВВП за счет развитого и конкурентоспособного въездного туризма), но и для повышения качества жизни отдельных категорий граждан. В наибольшей степени это касается детей, для которых туризм — это и познавательная составляющая их образования, оздоровление, культурное и духовное развитие.

Детский туризм является одним из массовых видов туризма и, как отмечает Чумичева О.Н.: «...используется как средство активного отдыха, способствующее гармоничному развитию личности, укреплению здоровья, повышения культурного уровня ребенка, разумного использования им свободного времени. Дети, вовлеченные в систему детского отдыха, быстрее обретают социальную зрелость, получают духовную и физическую закалку, активно готовятся к трудовой деятельности. В детском туризме познавательная, трудовая, общественно-политическая деятельность детей формируется в органическом единстве, оказы-

---

вая большое влияние на развитие личности ребенка и на ее связи с окружающей средой»<sup>1</sup>.

В соответствии с Законом РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ туризм определяется как «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянно-го места жительства в оздоровительных, познавательных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания»<sup>2</sup>.

В модельном законе «О детском и юношеском туризме», принятом постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств участников Содружества Независимых Государств, дано следующее определение данного понятия: «Средство гармоничного развития детей (лиц, не достигших возраста 14 лет), девушек и юношей (лиц, не достигших возраста 18 лет), реализуемое в форме отдыха и общественно-полезной деятельности, характерными структурными компонентами которого являются поход, путешествие, экскурсия»<sup>3</sup>. Детский туризм является одним из видов активного отдыха учащихся, сочетая образовательно-воспитательные цели, закаливание организма ребенка и участие в трудовой и творческой деятельности. Как отмечает Романова Н.В.: «Специфика услуг детско-юношеского туризма обусловлена выполняемыми ею различными социально-экономическими функциями: воспитательной, лечебно-оздоровительной, рекреационной, развивающей, образовательной, информационно-развлекательной, патриотической, социализации личности. Эти функции реализуются в развитии различных направлений детско-юношеского туризма: эколого-туристское воспитание детей и подростков в системе дошкольного, школьного дополнительного образования; оздоровление и реабилитация подрастающего поколения в системе спортивного и санаторно-курортного обслуживания; туризм как вид активного отдыха и организации досуга детей и подростков; детско-юношеский туризм как форма физического и духовного развития личности; туризм как форма повышения образовательного уровня детей и подростков; реклама и пропаганда здорового образа жизни».

---

<sup>1</sup> Чумичева О.Н. Управление конкурентоспособностью детского туризма в Росс// Дисс. ... к.э.н. М., 2006. С. 4.

<sup>2</sup> Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ.

<sup>3</sup> Ст. 2 Модельного закона «О детском и юношеском туризме» № 24–12 от 4 декабря 2004. Информационный бюллетень Межпарламентской Ассамблеи СНГ, 2005 г., № 35.

ни, отвлечение детей и подростков с улиц, от бесцельного времяпрепровождения; участие в туристских, спортивно-туристских секциях, клубах, объединениях как средство социализации личности»<sup>4</sup>.

Детский туризм может быть классифицирован по следующим видам:

1. По территориальному признаку: внутренний и международный (который, в свою очередь, делится на въездной и выездной).
2. По целям поездки: лечебно-оздоровительный, рекреационный, образовательный, спортивный, приключенческий, экологический и пр.
3. По формам организации поездки: организованный, плановый, самостоятельный. При этом необходимо отметить, что «самостоятельность» организации поездки подразумевает, что путешествие (турпродукт) было сформировано и реализовано без помощи соответствующих туристических организаций.
4. По продолжительности поездки: краткосрочный (от одного до трех дней) и долгосрочный (многодневные).
5. По сезонности: сезонный, межсезонный, всесезонный.
6. По массовости поездки: групповой, индивидуальный.
7. По виду транспорта, используемого в поездке: автобусный, железнодорожные, комбинированный и пр.
8. По источникам финансирования: частный, государственный, социальный и пр.

Инфраструктура детского туризма в Российской Федерации представлена разнообразными организациями отдыха и оздоровления детей: детские оздоровительные лагеря (загородные оздоровительные лагеря, лагеря дневного пребывания и другие), специализированные (профильные) лагеря (спортивно-оздоровительные лагеря, оборонно-спортивные лагеря, туристические лагеря, лагеря труда и отдыха, эколого-биологические лагеря, технические лагеря, краеведческие и другие лагеря), оздоровительные центры, базы и комплексы, иные организации независимо от организационно-правовых форм и форм собственности, основная деятельность которых направлена на реализацию услуг по обеспечению отдыха детей и их оздоровления.

В таблицах 1 и 2 представлены статистические данные о количественном составе основных видов организаций детского отдыха и численности обслуженных ими детей<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Романова Н.В. Социально-экономические условия развития детско-юношеского туризма в России// Дисс. ... к.э.н. М., 2005. С. 16.

<sup>5</sup> По данным Росстат: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

**Детские оздоровительные учреждения в Российской Федерации**

	2000	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Число детских оздоровительных учреждений – всего, тыс.</b>	42,9	52,1	52,8	52,0	51,7	52,2
<b>В том числе:</b>						
- загородные	3,3	3,1	2,9	2,7	2,5	2,4
- санаторного типа	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5
- для школьников с дневным пребыванием	32,9	35,8	37,1	36,6	36,9	37,4
- профильные оборонно-спортивные оздоровительно-спортивные и другие	4,5	5,3	5,5	5,9	5,7	5,7
- труда и отдыха	8,0	7,3	6,8	6,2	6,1	6,2
<b>Численность детей, отдохнувших в них за лето всего, тыс.чел.</b>	6170,6	5596,4	5666,8	5285,5	5135,9	5040,4
<b>В том числе:</b>						
- загородных	2185,0	1755,3	1708,9	1554,6	1476,1	1386,6
- санаторного типа	183,9	275,8	253,6	251,8	277,4	299,9
- для школьников с дневным пребыванием	2772,0	2727,4	2900,6	2755,1	2721,1	2707,1
- профильные оборонно-спортивных оздоровительно-спортивных и других	446,3	378,1	401,9	401,0	369,0	347,8
- труда и отдыха	583,4	459,8	401,8	323,0	292,3	299,0

При этом, следует отметить, что из-под статистического наблюдения выпадают дети, участвовавшие в туристических поездках за рубеж. Таким образом, оценить какие-то количественные и качественные показатели этой части сферы детского туризма не представляется возможным.

**Детские оздоровительные учреждения в 2010 г.**

	<b>2010</b>
<b>Число детских оздоровительных учреждений – всего, тыс.</b>	<b>50,2</b>
<b>В том числе:</b>	
- загородные стационарные лагеря	2,2
- оздоровительные лагеря с дневным пребыванием детей в период каникул	37,8
- детские санатории	0,1
- санаторно-оздоровительные лагеря круглогодичного действия	0,3
- лагеря труда и отдыха	4,7
- палаточные лагеря	1,4
- профильные	3,5
- прочие	0,3
<b>Численность детей, отдохнувших в них за лето – всего, тыс.чел.</b>	<b>4893,9</b>
<b>В том числе:</b>	
- загородные стационарные лагеря	1253,4
- оздоровительные лагеря с дневным пребыванием детей в период каникул	2783,5
- детские санатории	44,7
- санаторно-оздоровительные лагеря круглогодичного действия	296,2
- лагеря труда и отдыха	201,2
- палаточные лагеря	77,9
- профильные	185,5
- прочие	51,5

В своей работе Романова Н.В. отмечает: «Анализ становления и развития детского туризма в России позволил выявить, что в 90-е годы XX века детский туризм понес серьезные потери: значительно уменьшилось количество детских оздоровительных учреждений; произошло снижение безопасности детского отдыха в результате пересмотра нормативной базы детского туризма и снятия различных ограничений на организацию детских поездок; сократилось финансирование из бюджета; изменилась структура детского отдыха (большое количество детей стали отдыхать в международных детских лагерях за рубежом); сократилось количество детей, отдыхающих в детских оздоровительных лагерях из-за снижения жизненного уровня основной массы населе-



ния. Лишь только к 2000 г. распад детского туризма прекратился, и положение стабилизировалось»<sup>6</sup>.

Развитие детского туризма в России связано с рядом проблем, среди которых: низкая дифференциация предоставляемых услуг, отсутствие государственных, или отраслевых стандартов качества и безопасности туруслуг для данной категории граждан, неразвитость инфраструктуры детского туризма, а также высокая стоимость услуг и неготовность государства участвовать в софинансировании детского туризма (хотя бы лечебно-оздоровительного), что делает затруднительной покупку турпродуктов для многих родителей. Тем не менее, детский туризм в Российской Федерации имеет перспективы дальнейшего развития.

#### **Используемые источники**

1. Модельный закон «О детском и юношеском туризме» № 24–12 от 4 декабря 2004. Информационный бюллетень Межпарламентской Ассамблеи СНГ, 2005г., № 35.
2. Романова Н.В. Социально-экономические условия развития детско-юношеского туризма в России// Дисс. ... к.э.н. М., 2005.
3. Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ.
4. Чумичева О.Н. Управление конкурентоспособностью детского туризма в Росс// Дисс. ... к.э.н. М., 2006.
5. [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

---

<sup>6</sup> Романова Н.В. Социально-экономические условия развития детско-юношеского туризма в России// Дисс. ... к.э.н. М., 2005. С. 124.

Пронина А. М.  
доктор экономических наук, профессор,  
зав. кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Залевская М. А.  
кандидат экономических наук,  
доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

ГБОУ ВПО «Сургутский государственный университет ХМАО — Югры»

## **Учетные информационные модели в системе управления предприятиями ЖКХ**

*В статье рассматриваются теоретические подходы к формированию информации в системе бухгалтерского учета, связанные с предлагаемыми изменениями организационно-правовой формы предприятий жилищно-коммунального хозяйства в условиях его реформирования.*

*Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, учет, управление.*

## **Accounting information models in the management of utilities**

*The paper examines the theoretical approaches to the production of information in the accounting system related to the proposed changes of the legal form of housing and communal services in its reform.*

*Keywords: housing and communal services, accounting, management.*

Жилищно-коммунальное хозяйство является многопрофильной отраслью России. Производители и поставщики жилищно-коммунальных услуг работают на потенциально высоко конкурентных рынках (в первую очередь эксплуатация жилья) и в сферах, которые можно отнести к естественным монополиям (значительная часть коммунальных услуг).

Вместе с реформами в экономике страны происходили изменения и в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Осуществлен переход к полной оплате населением жилищно-коммунальных услуг и демонополизация отрасли. В настоящее время жилищно-коммунальное хозяйство состоит из предприятий-подрядчиков, управляющих компаний и учреждений-заказчиков, представляющих интересы населения. Реформа ЖКХ в стране проходит одновременно с реформированием бухгалтерского учета. Проблемы законодательного регулирования деятельности предприятий ЖКХ и организации бухгалтерского учета на

---

них все еще решены не в полной мере. Учет, как одна из важнейших функций управления отраслью, практически перестал выполнять свою главную информационную роль непосредственно для целей управления. Информация, которая традиционно включалась в бухгалтерские отчеты, в современных условиях функционирования предприятий ЖКХ не может полностью удовлетворить потребность разных групп пользователей. Необходима качественно новая финансовая информация о деятельности предприятий ЖКХ, на основе которой можно было бы не только принимать решения по управлению этими предприятиями, но и использовать ее через информационные банки данных для анализа сложившейся ситуации в отраслевом комплексе.

Концепция развития бухгалтерского учета в рыночной экономике России предполагает формирование достоверной, сопоставимой информации для внешних и внутренних пользователей. Конкретизация целей бухгалтерского учета в отношении информации для внешних пользователей и для внутренних пользователей создает предпосылки для создания новых учетных информационных моделей. Особая роль принадлежит финансовому учету, на основе которого формируется финансовая отчетность предприятий ЖКХ. Информация финансового учета, которая пользуется спросом у внешних пользователей — реальных и потенциальных инвесторов, работников, поставщиков и подрядчиков, покупателей и заказчиков, органов власти и управления, а также общественности в целом, способствует созданию новых элементов рыночной инфраструктуры, обеспечивающих благоприятный климат для инвестиций и управления ими.

Предлагаемые учетные информационные модели создаются для информационного обеспечения новой организационной структуры управления ЖКХ. На наш взгляд, необходима Управляющая организация, действующая более эффективно, чем собственник — Администрация региона и ее муниципальная структура, которая способна обеспечить достижение следующих целей:

- повышение эффективности функционирования ЖКХ в условиях ограниченного бюджетного финансирования;
- реальную рыночную оценку стоимости объектов недвижимости;
- снижение себестоимости услуг и, следовательно, тарифов;
- вовлечение в хозяйственный оборот ранее законсервированных объектов незавершенного строительства;
- привлечение инвестиций для реконструкции, ремонта и обновления жилищного фонда и объектов инженерной инфраструктуры;

- привлечение инвесторов, заинтересованных в развитии ЖКХ и готовых взять на себя обязательства по реализации социально значимых проектов.

Анализируя возможности использования различных организационно-правовых форм и результаты проведения реформы ЖКХ, авторы пришли к выводу о том, что для управляющей организации наиболее целесообразна форма открытого акционерного общества. Данная организация выступает в этом случае в роли стратегического инвестора. Все основные средства и объекты инженерной инфраструктуры передаются собственником данной организации. В этом случае администрация города сохраняет за собой право контролировать деятельность управляющих компаний, в том числе ее тарифно-ценовую политику. При реализации данной системы управления возникают предпосылки для создания регионального холдинга предприятий ЖКХ, объединяющего управляющие компании и предприятия – производители услуг. Тип холдинга, форма его деятельности определяются особенностями отраслевой приватизации и территориальной спецификой.

Самым важным преимуществом предлагаемых изменений является возможность составления и передачи всем заинтересованным лицам достоверной информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятий ЖКХ, которая формируется в системе бухгалтерского учета.

Формирование учетной информации должно быть подчинено целям и задачам управления ЖКХ-холдинга, а для построения учетных информационных моделей может быть использован инструментарий статического моделирования, которое служит для описания поведения объекта в фиксированный момент времени, и динамического – для исследования объекта во времени.

Динамическая модель может быть разделена на виды:

- дискретные (прерывные);
- непрерывные;
- дискретно-непрерывные.

Данные модели используются для описания процессов, имеющих значение во времени.

Первая учетная информационная модель предполагает модель статического бухгалтерского учета, которую можно представить как модель учетных операций по движению имущества и источников его образования на определенный момент времени (как правило, отчетную дату). Данная модель бухгалтерского учета позволяет определить ликвидность предприятия на конкретную дату, т.е. установить способно ли предприятие в определенный период при продаже своих активов погасить кре-

диторскую задолженность. Для целей анализа информация может быть использована в виде фиксированной величины чистых активов, которая получается путем уменьшения «фиктивно» реализованных активов на величину имеющейся кредиторской задолженности. Полученная сумма может сравниваться с подобной моделью для определения тенденций развития предприятия и для принятия управленческого решения.

Информационная система бухгалтерского учета всех предприятий ЖКХ, входящих в объединение, должна быть построена таким образом, чтобы в любой момент времени можно было измерить соотношение имущества (в рыночной оценке) и кредиторской задолженности, т.е. рассчитать ликвидность предприятия. При этом необходимо отметить, что в расчет чистых активов в теории должно включаться имущество, находящееся на праве собственности. Однако предприятия ЖКХ учитывают основные средства на праве хозяйственного ведения, оперативного управления или на праве доверительного управления. Поэтому, учетная модель должна быть построена таким образом, чтобы из расчета исключить основные средства, приобретаемые самостоятельно предприятием (т.е. находящиеся на праве собственности) и основные средства, переданные государственным органом управления на иных основаниях.

Поскольку в основе учетной статической модели лежит принцип фиктивной ликвидации предприятия, ее результаты могут использоваться, в основном, в управленческом учете и управленческом анализе для определения ликвидности активов предприятия. Преимуществом статической модели бухгалтерского учета была и остается возможность предсказания банкротства. Поскольку жилищно-коммунальное хозяйство относится к отрасли еще достаточно нерентабельной, построение статического баланса каждым производителем услуг службы подрядчика услуг ЖКХ будет служить определенным индикатором превышения допустимого уровня ликвидности активов.

Вторая учетная информационная модель предполагает создание модели динамического бухгалтерского учета. Она предполагает создание системы наблюдения за фактами хозяйственной жизни для измерения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. При создании динамической модели важно определить измерители основных показателей: финансового результата, доходов, расходов, капитала. Под капиталом понимается совокупность источников образования имущества, независимо является ли он заемным или собственным. Кроме этого, он рассматривается ни с точки зрения суммовой, денежной величины, а с точки зрения эффективности его

использования, т.е. что он дает предприятию?, какую прибыль? Финансовый результат – это разность между доходами и расходами, исчисленная за определенный промежуток времени. В отличие от отечественного понимания этой разницы, в зарубежной терминологии данный результат равен изменению собственного капитала, вложенного в предприятие его собственниками. Доходы, согласно динамической концепции, должны включать не только выручку отчетного периода, но и стоимость потенциальных продаж. Под расходами в динамической модели понимаются расходы вложенного капитала. Таким образом, динамическая модель дает информацию внутреннему пользователю, в частности головному предприятию – службе заказчика – о финансовых результатах, т.е. соотношении расходов и доходов каждого из предприятий службы подрядчика. Безусловно, что построение той и другой модели, описанное выше не столь тривиально. В литературе до сих пор много споров о методах оценки статей балансов, возможности включения или не включения статей в расчеты балансов, методологии составления динамических и статических балансов. Авторами сделана лишь попытка описать основные подходы к построению моделей и применить методологию формирования данных моделей для целей управления предприятиями ЖКХ в новых условиях их функционирования.

#### **Используемые источники**

1. Бычковский И.В. Экономические и правовые проблемы ЖКХ. № 6, 2000 г.
2. Вещунова Н.Л., Фомина Л.Ф. Бухгалтерский учет на предприятиях различных форм собственности. М.: Магис, 1999.

## **Особенности биржевой торговли внутри дня (Day Trading)**

*В статье представлен один из главных процессов биржевой торговли, совершаемых как трейдерами, так и торговыми алгоритмами — Day Trading. Приведены основные преимущества и недостатки внутридневной торговли. Также, рассмотрены основные участники и используемые ими стратегии на биржевом рынке с примерами из собственного опыта.*

*Ключевые слова: внутридневная торговля, интрадей-трейдинг, скальпинг, торговля на новостях, бивалютная корзина.*

### **The main features of stock trading intraday (Day Trading)**

*The article considers the main of computer-managed trading on stock exchange markets is Day Trading. There are the main advantages and disadvantages of Day Trading. Besides, the main participants of exchange trade and trades operational programs of Day Trading are considered in this article with some examples from own expertise.*

*Keywords: Day Trading, intraday trade, scalping, trading news, dual currency basket.*

Внутридневная торговля предполагает, что трейдер открывает и закрывает позицию в течении одной и той же торговой сессии, то есть не переносит позицию на следующий день. Иногда, о внутридневной торговле говорят, когда время заключения сделок не выходит за пределы одного дня. Основная причина ограничения сделок по времени — это умение снизить риски от ценового скачка, при открытии новой сессии. В прошлом Day Trading был доступен в основном для финансовых компаний и профессиональных инвесторов. Большой процент дейтрейдеров до сих пор работает на инвестиционные компании или являются специалистами в области управления фондами. С развитием интернет-технологий, Day Trading стал доступен практически всем, даже начинающим трейдерам, которые также имеют возможность торговать удаленно, например, из своего дома.

До недавнего времени, если нужно было купить акции или фьючерсы, необходимо было прибегать к услугам профессионального брокера, звонить ему и просить провести эту операцию на бирже — то есть разместить как заказ через специалиста биржи. Роль специалиста — свести заявки покупателя с предложением продавца. При этом взималась комиссия в размере 1% от общего объема торговли. То есть покупая \$ 10000

акций, необходимо было дополнительно оплачивать \$ 100 в виде фиксированной комиссии. В 1975 году SEC (Комиссия по ценным бумагам и биржам) признала фиксированную ставку комиссионных незаконной, тем самым открыв на биржу путь первым дискаунт-брокерам, конкурирующим между собой за клиентов, что привело к значительному снижению размера комиссионных для интрадей-трейдеров<sup>1</sup>.

Среди тех, кого можно отнести к внутридневым трейдерам можно выделить минимум две категории: участников и скальперов, совершающих множество сделок внутри дня и, собственно, внутридневных трейдеров, которые за день проводят от одной до нескольких сделок. Часть дэйтрейдеров торгуют на основе методов технического анализа, то есть используют закономерности массового поведения участников торговли. Другие, на основе оценки новостного фонда или из интуитивных соображений. Определенная категория также проводит арбитражные сделки, то есть использует для получения прибыли расхождения в стоимости одного и того же актива или базового актива и его производной на различных площадках. Также есть те, кто использует наличие значительного спреда по низколиквидным бумагам или другие специфические приемы торговли.

Что касается коммерческих банков, то чаще всего трейдер использует именно интрадей-трейдинг, когда приходят клиенты и их закрывают на рынке, но также есть собственные позиции банка, которые могут быть как интрадей, так и периодически осуществляться на долгосрочную перспективу. Продуктовая линейка может быть абсолютно разнообразная: это может быть и FX, Spot FX, Bonds, Outrights, но так как большая часть продуктов коммерческих банков все-таки FX, то на первый план ставятся сделки FX.

Приоритет для внутридневной торговли методов технического анализа можно объяснить тем, что на коротких интервалах фундаментальные экономические причины изменения цен акций проявляются слабо. Тогда как на первый план выходит оценка инвесторов, новых рисков и потенциалов, которые несут для того и иного инструмента постоянно появляющиеся новые факторы, то есть новостной фонд. Такая оценка, если число участников торговли велико и среди них нет таких, которые имеют возможность, явно превышающие возможности остальных участников торговли, имеют определенные повторяющиеся закономерности, изучением которых и занят технический анализ.

---

<sup>1</sup> Блог компаний Школа трейдинга А-Лаб // Обзор приводов для трейдинга. Алекс Лихацкий: URL: <http://smart-lab.ru/company/a-lab/blog/94473.php> (дата обращения 21.12.2012).



Виктор Романовский, директор НОУ «Учебный центр БКС» считает, что всем начинающим инвесторам следует попробовать себя именно в области внутридневной торговли. Это даст неоценимые навыки и опыт, независимо от планируемых временных горизонтов инвестирования<sup>2</sup>. Торговля внутри дня имеет свои преимущества и недостатки, внутридневной трейдинг отлично подойдет как для новичка на рынке FOREX, так и для опытного профессионала. Торговать в течении одного дня намного проще, чем просчитывать долгосрочные сделки, поэтому большинство FOREX-стратегий как раз и рассчитаны на такой вид совершения валютных операций. Очень часто многие инвесторы, которые собирались формировать портфель на долгосрочную перспективу, поторговав внутри дня так и остаются дейтрейдерами<sup>3</sup>.

Преимущество дейтрейдинга по сравнению с долгосрочным торговым инвестированием заключается в том, что во-первых, дейтрейдер избавлен от необходимости делать прогноз на долгосрочную перспективу, что само по себе занятие, требующее достаточно высокой квалификации. Во-вторых, внутридневной трейдер не является «заложником» новостей, поскольку для большинства внутридневных стратегий информационный фон не является определяющим. Более того, неоспоримым преимуществом является минимальный депозит, что позволяет начать торговать буквально с нескольких долларов, но за счет совершения большого количества операций набрать приличный объем сделок и получить хорошую прибыль. Полный контроль за рынком также можно отнести к одному из главных преимуществ дейтрейдинга, так как трейдер может контролировать малейшее изменение движения цены, что дает трейдеру быстро реагировать на ситуацию на рынке. Отсутствие комиссии за перенос позиции на следующий день значительно повышает прибыльность сделок, а разнообразный выбор стратегий для внутридневного трейдинга — скальпинг, на новостях, на развороте, на пробое и т.д. — помогает трейдеру найти для себя оптимальный вариант ведения торговли. И наконец, огромную роль играет такой фактор, как нервные затраты — дейтрейдеры лучше спят, чем долгосрочные инвесторы, поскольку их, как правило, не интересует, как завтра откроется рынок и куда пойдет цена. Единственным недостатком такого вида работы является трудоемкость самого процесса, если при долгосрочных сделках достаточно

<sup>2</sup> РБК-ТВ «Азбука Инвестора» // Выпуск от 09.08.2012, 09:30 МСК.

<sup>3</sup> Вебинар, Андреев Антон // «Дейтрейдинг, скальпинг, стратегии и применение» от 23.01.2013, 20:00 МСК.

один раз провести глубокий анализ и открыть сделку, то дейтрейдинг требует постоянного внимания.

Для многих начинающих участников рынка внутрисудневной трейдинг — это попытка вырваться из повседневной рутины и повысить собственные доходы, но практика показывает, что 90% участников теряет деньги или остается при своих и, в конечном счете, уходит с рынка разочарованными. Для того, чтобы войти в число тех, кто торгует с хорошей прибылью необходимо, прежде всего, со всей серьезностью относиться к обучению торговле. Следует относиться к торговле на рынке, как к основной работе и не допускать ослабленного и игрового отношения к делу. Одни известные игроки, например Элден, сравнивают развитие самодисциплины на рынке с участием в каком-либо обществе, другие, как Вантарк, сравнивают торговлю с управлением самолета. Для каждого участника торговля воспринимается в соответствии со своими интересами, целями и желаниями. Но необходимо помнить, что каждый день на рынок выходят десятки тысяч участников, более профессиональных и дисциплинированных, главной задачей которых является переиграть в тактике менее подготовленных. И все же, пройдя все эти испытания и войдя в число профессионалов игрок получает главный «приз» — финансовую независимость и возможность заниматься любимым делом, когда угодно. И этот результат значительно превосходит все неудобства, которые приходится испытывать на начальной стадии работы на рынке.

Существует несколько простых и, в тоже время, достаточно эффективных стратегий для внутрисудневной торговли:

1) скальпинг — один из самых известных и популярных вариантов торговли на валютном рынке, отличается высокой прибыльностью сделок, но требует довольно крупной суммы средств или использования большого кредитного плеча. В течение дня открывается несколько десятков сделок с минимальной прибылью в 2–3 пункта, но за счет количества операций достигается хороший финансовый результат. Торговля по такой схеме позволяет за день увеличить свой депозит более, чем на 50%;

2) торговля на новостях позволяет получить до 50 пунктов прибыли с одной сделки, для ее осуществления достаточно просто скачать новостной индикатор и после установить его в терминал Metatrader. После установки необходимо произвести выбор валюты, по которой следует показывать новости, если торговля происходит по паре EUR/USD, значит, в настройках индикатора необходимо выбрать именно эти две валюты. Например, вышла новость неблагоприятная для евро,

---

курс евро пошел вниз, значит, начала дешеветь и валютная пара EUR/USD – происходит открытие сделки на продажу. Как только цена начала движение в обратном направлении, необходимо закрыть ордер;

3) каналы – торговля с использованием линий поддержки и сопротивления, для ее осуществления сначала следует построить сами эти линии, это можно сделать в ручную, но проще скачать один из канальных индикаторов. Торговать можно на пробое или развороте, в первом случае сделки открываются, если цена пересекает одну из линий и продолжает двигаться дальше, во втором случае – если цена совершает разворот рядом с линией и начинает двигаться в обратную сторону;

4) торговля на Basket, так называемая бивалютная корзина. То есть когда идет одновременная покупка пары валют EUR/RUB и USD/RUB. Таким образом, в корзине должно быть 45% EUR и 55% USD. Например, если необходимо купить 10 MIO of Baskets, то трейдер приобретает 10 mio USD/RUB и одновременно 4 mio EUR/USD и получает корзину. Особенность данной стратегии состоит в том, что когда EUR/USD плавает, то это оказывает сильное влияние на потенциальные риски. EUR дорожает, а USD дешевеет, следовательно, USD/RUB дешевеет. Basket не подвержен подобным влияниям, изменения в нем могут произойти только лишь, если RUB сам подешевеет или подорожает относительно осальных валют <sup>4</sup>.

Внутридневной трейдинг является лучшим выбором для начинающего трейдера, он позволяет за короткое время понять основы работы на рынке FOREX. Но, многие считают, что внутридневная торговля не дает значительной прибыли при серьезных затратах на комиссию из за большого количества сделок. Действительно, внутридневные движения часто хаотичны, кроме того постоянное нервное напряжение истончает психологическую устойчивость трейдера и ведет к многочисленным ошибкам. Поэтому сегодня, большая часть игроков внутри дня доверяет принятие решений механическим торговым системам или торговым роботам, ведь, машина, как известно, эмоциям не поддается.

---

<sup>4</sup> «Дейтрейдинг» (Блог профессионального трейдера). URL: <http://s30112090489.whotrades.com/blog/43180081248> (дата обращения 22.02.2013).

Таскинбаева А. М.  
аспирант,  
Российский университет дружбы народов

## **Источники и направления поддержки механизма ресурсосбережения в казахстанских нефтяных компаниях**

*В статье рассматриваются источники и направления поддержки технологий сбережения ресурсов нефтяных компаний Республики Казахстан. На основе авторского исследования предложены мероприятия социально-экономического характера в сфере управления ресурсосбережением в нефтяных компаниях.*

*Ключевые слова: добыча нефти, ресурсы, сбережение, эффективность.*

## **Sources and the directions of support of the mechanism of resource-saving in the Kazakhstan oil companies**

*In article sources and the directions of support of technologies of savings of resources of the oil companies of the Republic of Kazakhstan are considered. On the basis of author's research actions of social and economic character in the sphere of management by resource-saving in the oil companies are offered.*

*Keywords: oil production, resources, savings, efficiency.*

Механизм управления ресурсосбережением представляет собой комплекс мер, направленных на достижение в нефтяных компаниях экономически оправданной эффективности использования сырьевых, топливно-энергетических и других материальных ресурсов. Этапы управления ресурсосбережением в нефтяных компаниях показаны на рисунке 1.

В настоящее время казахстанские нефтяные компании, отчитываясь о достигнутых успехах, не публикуют данные, позволяющие дать оценку уровня их ресурсосбережения и ресурсоемкости отдельных технологических процессов и оборудования, что затрудняет поиск резервов экономии и повышения эффективности использования топливно-энергетических ресурсов.

При этом значительное большинство казахстанских нефтяных компаний наращивают добычу углеводородного сырья преимущественно за счет восстановления производственно-технических мощностей действующих месторождений в давно освоенных районах. Именно такой подход позволяет казахстанским нефтегазодобывающим предприятиям добиваться относительно низких текущих издержек в добы-



**Рис. 1. Модель процесса управления ресурсосбережением в нефтегазодобывающих предприятиях (составлено автором)**

че нефти и обеспечивать тем самым экономическую основу получения ими высокой прибыли.

Наращивание добычи углеводородов происходит в условиях «продания» ресурсной базы НГК поскольку приросты запасов нефти не компенсируют ее текущую добычу.

Отсутствие в производственных программах развития нефтяных компаний вопросов ресурсосбережения зачастую объясняется нехваткой средств на разработку соответствующих программ, а также отсутствием квалифицированных специалистов в данной области.

В связи с вышесказанным, считаем нужным заметить, что нефтегазодобывающий сектор Казахстана отнюдь не страдает от недостатка инвесторов и прибылей. В 2011 г. по привлечению прямых иностранных инвестиций (ПИИ) страна заняла семнадцатую позицию в мировой экономике, пятую – в Азии, вторую – в СНГ после России и длительное время лидирует в Центральной Азии. В разрезе отраслей

казахстанской экономики наибольший удельный вес инвестиций в основной капитал приходится на добычу углеводородов и предоставление услуг в этой области – 60% от общего притока ПИИ за 2000–2010 годы (рисунок 2).



**Рис. 2. Структура ПИИ Республики Казахстан в отраслевом разрезе (в процентах) по состоянию на начало 2010 года<sup>1</sup>**

Из 74,6 млрд долл., инвестиций на недропользование в 2000–2007 годах в Казахстане 80% было направлено на поиск и разработку нефтегазовых месторождений. В тоже время, из-за отсутствия средств и слабого притока внешних инвестиций во внедрение в НГК ресурсосберегающих технологий почти не осуществляется. Между тем, экономический эффект инвестиций в ресурсосбережение может состоять в создании и получении чистой прибыли в будущем, намного превышающей общий начальный капитал, вложенный в разработку и внедрение ресурсосберегающих мероприятий.

В целях поддержки и стимулирования расходов нефтяных компаний на освоение механизма ресурсосбережения, на наш взгляд, необходимо:

- формирование целевых источников (специальных фондов) финансирования ресурсосберегающих мероприятий;
- предоставление кредитов, ссуд, лизинга на льготных условиях;
- государственные субсидии на осуществление крупных и особо значимых и ресурсосберегающих мероприятий;
- налоговые льготы на определенный срок при внедрении новых ресурсосберегающих технологий.

<sup>1</sup> Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 октября 2010 года № 1145 «Об утверждении Программы по привлечению инвестиций, развитию специальных экономических зон и стимулированию экспорта в Республике Казахстан на 2010–2014 годы».



**Рис. 3. Мероприятия социально-экономического характера в сфере управления ресурсосбережением в нефтяных компаниях (составлено автором)**

По нашему мнению, политика ресурсосбережения на уровне предприятий НГК должна четко определять целесообразность того или иного направления расхода ресурсов и ориентировать трудовой коллектив на повышение числа внедряемых ресурсосберегающих технологий.

Реализация функций управления ресурсосбережением на уровне нефтегазодобывающих предприятий предполагает принятие мер, направленных на повышение материальной заинтересованности работников в росте эффективности и производительности труда, стимулировании сокращения потерь всех видов производственных и экономических ресурсов.

Руководство нефтяных компаний должно быть максимально нацелено на развитие методов анализа, прогнозирования и стимулирования рационального использования ресурсов, что позволит более эф-

эффективно задействовать все имеющиеся резервы нефтегазодобывающего предприятия.

В рамках общей системы механизма ресурсосбережения в структурных подразделениях нефтяных корпорациях возможно создание специальных служб управления ресурсосбережением, в функции которых может входить:

- разработка методической базы расчета норм расхода основных видов топливно-энергетических ресурсов;
- освоение программного расчета норм расхода ресурсов;
- информационно-аналитическое обеспечение оперативной оценки эффективности использования ТЭР и прогнозирование уровня затрат;
- содействие организации и внедрению пооперационного приборного технического учета фактического расхода топлива, тепловой и электрической энергии <sup>2</sup>;
- контроль за эффективным и целевым использованием финансовых средств, выделяемых нефтяной компанией на реализацию ресурсосберегающих мероприятий в нефтегазодобыче.

Как отмечает казахстанский исследователь А. Айткулова: «нацеленность на рациональное использование нефтепродуктов оказывает воздействие на все стороны производственной и хозяйственной деятельности нефтегазодобывающих предприятий, стимулирует внедрение новой техники и технологий, улучшает использование производственных мощностей, способствует снижению себестоимости продукции и, в конечном счете, повышению эффективности производства» <sup>3</sup>.

Таким образом, достижение экономически оправданной эффективности использования ресурсов нефтяной корпорации при существующем уровне развития техники и технологий и соблюдения требований к охране окружающей среды позволит обеспечить структурную перестройку нефтегазодобывающей отрасли.

---

<sup>2</sup> Андропова А.А. Стратегическое управление ресурсосбережением в нефтяной корпорации // Тюменский государственный нефтегазовый университет. [Электронный ресурс].

<sup>3</sup> Айткулова А. Повышение эффективности разработки месторождений за счет комплексного использования сырья // Автореф. дис. ... к.э.н. Алматы, 2010.



Федорова И. Ю.  
кандидат экономических наук, доцент, соискатель,  
Российская академия предпринимательства

## **Механизм управления финансами некоммерческих образовательных организаций**

*В статье рассматривается новый финансовый механизм управления финансами некоммерческих образовательных организаций. Оцениваются возможности создаваемого механизма бюджетного финансового обеспечения выполнения государственного задания образовательными организациями в сочетании с наращиванием внебюджетной деятельности по оказанию платных услуг с учетом использования их конкурентных преимуществ. Рассматриваются новые финансовые инструменты повышения эффективности использования финансовых ресурсов образовательными организациями.*

*Ключевые слова: некоммерческая организация, типы государственных учреждений, образовательная некоммерческая организация, финансовое обеспечение, управление финансами, финансовый механизм некоммерческой образовательной организации, эффективность использования финансовых ресурсов, новые финансовые инструменты.*

## **Mechanism of management of finance of the non-profit educational organizations**

*In article the new financial mechanism of management is considered by finance of the non-profit educational organizations. Possibilities of the created mechanism of the budgetary financial security of performance of the state task by the educational organizations in combination with strengthening of off-budget activity on rendering paid services taking into account use of their competitive advantages are estimated. New financial instruments of increase of efficiency of use of financial resources are considered by the educational organizations.*

*Keywords: non-profit organization, types of public institutions, educational non-profit organization, financial security, management of finance, financial mechanism of the non-profit educational organization, efficiency of use of the financial resources, new financial instruments.*

Согласно ст. 120 Гражданского Кодекса Российской Федерации учреждением признается некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера.

Учреждение может быть создано гражданином или юридическим лицом (частное учреждение) либо соответственно Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации, муниципальным образованием (государственное или муниципальное учреждение).

Государственными, муниципальными учреждениями согласно ст. 9.1 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 28.07.2012, с изм. от 16.10.2012) «О некоммерческих организациях» признаются учреждения, созданные Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации и муниципальным образованием.

Функции и полномочия учредителя в отношении государственного учреждения, созданного Российской Федерацией или субъектом Российской Федерации, и муниципального учреждения, созданного муниципальным образованием, осуществляются соответственно уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, органом местного самоуправления.

В соответствии с Федеральным законом от 8 мая 2010 года № 83-ФЗ (ред. от 27 июля 2010 года № 240 – ФЗ) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» появились новые типы образовательных учреждений – казенные, бюджетные и автономные учреждения.

Согласно ст. 9.2. Федерального закона от 8 мая 2010 года № 83-ФЗ бюджетным учреждением признается некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ, оказания услуг в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий соответствующих органов государственной власти (государственных органов) или органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах.

Бюджетное учреждение осуществляет свою деятельность в соответствии с предметом и целями деятельности, определенными в соответствии с федеральными законами, иными нормативными правовыми актами, муниципальными правовыми актами и уставом.

Финансовое обеспечение выполнения государственного или муниципального задания бюджетным учреждением осуществляется в виде субсидий на ведение деятельности из соответствующего бюджета бюджетной системы Российской Федерации, а так же с целью покрытия расходов бюджетного учреждения на содержание недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, в том случае, если оно закреплено за бюджетным учреждением учредителем или приобретено бюджетным учреждением за счет средств, выделенных ему учредителем на приоб-

ретенение этого имущества, а так же с учетом покрытия расходов на уплату налогов, в качестве объекта налогообложения по которым признается соответствующее имущество, и в том числе земельные участки.

В случае сдачи в аренду с согласия учредителя недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, закрепленного за бюджетным учреждением учредителем или приобретенного бюджетным учреждением за счет средств, выделенных ему учредителем на приобретение такого имущества, финансовое обеспечение содержания такого имущества учредителем не осуществляется.

Финансовое обеспечение осуществления бюджетными учреждениями полномочий по исполнению публичных обязательств, осуществляется в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, высшим исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации или местной администрацией муниципального образования.

Особое место финансов некоммерческих учреждений в финансовой системе определяется тем положением, которое занимают некоммерческие учреждения в обеспечении функций государства.

Автономным учреждением признается некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ, оказания услуг в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов государственной власти, полномочий органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта.

Финансовое обеспечение осуществляется в виде субвенций и субсидий из соответствующего бюджета бюджетной системы РФ и иных не запрещенных федеральными законами источников.

Таким образом, в отличие от иных видов некоммерческих организаций, учреждение: может быть создано как публично-правовыми образованиями, так и любыми юридическими лицами и гражданами; не обладает правом собственности на принадлежащее ему имущество. Закрепление переданного учреждению его собственником имущества осуществляется в соответствии со статьей 306 ГК РФ.

Юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. С учетом специальной правоспособности некоммерческих организаций (статьи 49 и 52 ГК РФ) в уставе учреждения должны определяться порядок управления деятельностью юридического лица, а также предмет деятельности юридического лица.

Правоспособность учреждения, как любой другой некоммерческой организации, ограничена целью реализации функций некоммерческого характера, среди которых могут быть не только управленческие, социально-культурные, но и образовательные, спортивные и иные. Не случайно учреждения широко распространены в сфере образования: в их числе школы, высшие учебные заведения и т.д. В соответствии с новым Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», вступающим в силу с 01.09.2013г. все образовательные учреждения приобретут статус некоммерческих организаций. Эти изменения не влекут за собой использования какого либо иного механизма финансирования, т.к. в соответствии с ГК РФ и Законом №7-ФЗ учреждения – это один из видов некоммерческих организаций.

Создавая учреждения, собственник имущества преследует, как правило, цель обслуживания собственных потребностей. Так, выполняя свои функции в сфере образования, государство учреждает и финансирует школы, вузы; в сфере исполнения наказаний – колонии, изоляторы; в сфере обороны – воинские части и т.д.

Особое место финансов некоммерческих учреждений в финансовой системе определяется тем положением, которое занимают некоммерческие учреждения в обеспечении функций государства. Бюджетные учреждения классифицируются по ряду признаков в зависимости от выполняемых ими функций, т.е. по ряду деятельности они могут подразделяться в соответствии с функциональной классификацией расходов бюджета и включают:

1. Государственное управление и местное самоуправление, к которому, в частности, относится Комитет РФ по финансовому мониторингу, Комитет РФ по военно-техническому сотрудничеству с иностранными государствами, Счетная палата РФ, Министерство финансов РФ и т.п.

2. Судебная власть, в том числе Конституционный суд, Верховный суд, суды общей юрисдикции, Высший Арбитражный суд.

3. Международная деятельность, посольства и представительства за рубежом и т.д.

В зависимости от источника финансирования бюджетные организации могут быть разделены на следующие группы <sup>1</sup>:

- финансируемые за счет средств федерального бюджета;

---

<sup>1</sup> Государственные и муниципальные финансы: Учебное пособие / Н.Б.Ермасова, М.Г. Миронов, Е.А. Ерманова и др.: Под ред. ак. Г.Б. Поляка. М.: Юнити-ДАНА, 2009.

- финансируемые за счет средств бюджетов субъектов РФ;
- финансируемые за счет средств местных бюджетов.

По источникам финансирования средств бюджетные организации могут быть разделены на две группы:

- бюджетные организации, оказывающие платные услуги физическим и юридическим лицам и, соответственно, имеющие собственные источники средств;
- бюджетные организации, не оказывающие платные услуги физическим и юридическим лицам и, соответственно, не имеющие собственные источники средств.

Основные принципы организации финансов бюджетных учреждений включают:

- получение максимального эффекта при минимуме затрат;
- целевое использование выделенных и самостоятельно заработанных средств;
- разграничение в учете бюджетного финансирования и самостоятельно заработанных средств;
- бюджетный иммунитет. Согласно ст.239 БК РФ иммунитет бюджетов представляет собой правовой режим, при котором обращение взыскания на бюджетные средства осуществляется только на основании судебного акта, если: возмещение недофинансирования, если взыскиваемые средства были утверждены в законодательном порядке в составе расходов бюджета; если возмещения убытков, причиненных физическому лицу или юридическому лицу в результате незаконных действий государственных органов или их должностных лиц.

К особенностям финансового обеспечения бюджетных организаций относятся: — наличие тесной взаимосвязи с бюджетом, из которого и финансируется основная часть их расходов, что говорит о их более тесной взаимозависимости с общественными (централизованными) финансами, чем всех других звеньев финансовой системы;

- бюджетные организации могут предоставлять платные услуги в соответствии с направлением их уставной деятельности и в этом случае формируют часть своих финансовых ресурсов за счет самостоятельно заработанных доходов, что позволяет отнести их к хозяйствующим субъектам.
- отсутствие самостоятельности в расходовании средств, т.к. осуществляется жесткий контроль со стороны государственного распорядителя бюджетных средств за экономным и рациональным расходованием бюджетных средств.

Собственные средства некоммерческих организаций включают источники:

- средства, получаемые от сдачи в аренду помещений, сооружений и оборудования;
- средства от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности;
- целевые средства юридических и физических лиц;
- другие поступления.

Наибольшая степень самостоятельности и возможности привлечения разнообразных источников внебюджетного финансирования принадлежит некоммерческим организациям автономного типа. Практически это полукommerческие организации, которые осуществляют свою хозяйственную деятельность строго в соответствии с уставными целями, но с возможностью привлечения использования внебюджетных источников, в том числе таких, например, как заемные средства, доходы по ценным бумагам, доходы от использования имущества и др.

Эти особенности финансового обеспечения позволяют определить место финансов бюджетных организаций как промежуточное: между общественными финансами и финансами коммерческих организаций и, следовательно, можно констатировать возникновение иных экономических отношений.

Возникает необходимость в определении этого нового вида экономических отношений в системе управления финансами некоммерческих организаций, выступающего как совокупность способов управления финансовыми отношениями.

По мнению автора, финансовый механизм некоммерческих организаций это совокупность форм и методов обеспечения финансовыми ресурсами организации, с помощью которых достигается необходимый уровень для реализации уставных задач и обеспечивается достаточный уровень стабильности и ликвидности организации с целью повышения качества и расширения предоставляемого населению спектра услуг социально значимого характера.

Образование относится к сфере продуктивных вложений государства. Во многих странах мира основным источником финансирования расходов на образование, как и в России, являются средства бюджета.

В соответствии со ст.2 Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273 — ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» дается следующее определение. Образовательная организация это некоммерческая организация, осуществляющая на основании лицензии образовательную

деятельность в качестве основного вида деятельности в соответствии с целями, ради достижения которых такая организация создана <sup>2</sup>.

С 1 июля 2012 г. финансовое обеспечение образовательных организаций осуществляется в виде субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания, предоставляемой на основании плана финансово-хозяйственной деятельности.

Государственное задание (муниципальное задание) — документ, устанавливающий требования к объему, качеству, составу, условиям, порядку и результатам оказания государственных (муниципальных) услуг, выполнения работ, финансовое обеспечение выполнения которых осуществляется за счет средств соответствующего бюджета бюджетной системы Российской Федерации. Задание формируется для бюджетных и автономных учреждений учредителем.

Государственные задания в сфере образования формируются на основе федеральных стандартов и базисного учебного плана общего образования, в которых устанавливается как количество обязательных предметов, так и количество обязательных часов на каждый предмет. Соответственно, на проведение указанного объема учебных часов и будут предоставляться субсидии из бюджета <sup>3</sup>.

Занятия сверх государственного задания (базисного учебного плана), являются платными. Таким образом, государство гарантирует полное финансирование образовательных учреждений и бесплатное образование в рамках государственного стандарта. Государственные и муниципальные организации, как и раньше, получают бюджетное финансирование на реализацию государственного стандарта в полном объеме.

План финансово-хозяйственной деятельности является важнейшим документом для бюджетных и автономных учреждений. В отличие от бюджетной сметы в нем отражаются операции не только с субсидиями, планируемыми к получению из бюджета, но и со средствами от иной приносящей доходы деятельности. Это позволяет учредителю детально контролировать и регулировать финансовую деятельность подведомственных ему учреждений.

---

<sup>2</sup> Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [электронный ресурс] — СПС КонсультантПлюс ежим доступа: <http://www.consultant.ru>

<sup>3</sup> Кузьмин А.В., Иванова М.А. Социально-экономическая результативность интеграционных процессов в образовании //Материалы Российской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы инновационного развития региональной экономики». Курган: КГУ, 2009. С. 89–95.

Руководитель и работники экономической и (или) бухгалтерской служб образовательного учреждения совместно с учредителем осуществляют расчеты, необходимые для формирования государственного (муниципального) задания и определения размера финансового обеспечения деятельности образовательного учреждения.

Расчеты должны опираться на комплекс принятых (утвержденных) нормативно-правовых актов, к которым относятся:

- порядок формирования и финансового обеспечения выполнения государственных заданий в субъекте РФ (муниципальном образовании);
- положение о формировании задания учредителя автономному учреждению и финансовом обеспечении выполнения этого задания;
- типовое соглашение между учредителем и автономным учреждением о порядке и условиях предоставления субсидий на возмещение нормативных затрат на оказание образовательных услуг физическим и (или) юридическим лицам;
- нормативно-методические материалы по формированию государственного (муниципального) задания учредителя образовательного учреждения субъекта РФ (муниципального образования) и расчету размера финансового обеспечения выполнения этого задания.

Нормативно-правовые документы должны формироваться на уровне субъекта РФ или органа местного самоуправления с учетом приказа Минфина России и Минэкономразвития России от 29.10.2010 № 136н/526 «Об утверждении методических рекомендаций по формированию государственных заданий федеральным государственным учреждениям и контролю за их выполнением» и приказа Минфина России и Минэкономразвития России от 29.10.2010 № 137н/ № 527 «О методических рекомендациях по расчету нормативных затрат на оказание федеральными государственными учреждениями государственных услуг и нормативных затрат на содержание имущества федеральных государственных учреждений»). Кроме того, для формирования государственного задания администрация образовательного учреждения представляет учредителю информацию <sup>4</sup>:

---

<sup>4</sup> Приказ Минфина РФ № 137н, Минэкономразвития РФ № 527 от 29.10.2010 (ред. от 07.11.2011) «О методических рекомендациях по расчету нормативных затрат на оказание федеральными государственными учреждениями государственных услуг и нормативных затрат на содержание имущества федеральных государственных учреждений» [электронный ресурс] – СПС КонсультантПлюс ежим доступа: <http://www.consultant.ru>



1. О физических и (или) юридических лицах, являющихся потребителям соответствующих государственных (муниципальных) услуг, в том числе:

- перечень категорий потребителей государственных (муниципальных) услуг с указанием возможностей предоставления им государственных (муниципальных) услуг на безвозмездной или платной основах;
- общее количество потенциальных потребителей государственных (муниципальных) услуг бюджетного учреждения;
- количественную характеристику возможностей образовательного учреждения по предоставлению государственных (муниципальных) услуг.

2. Показатели, характеризующие качество и объем (состав) оказываемых физическим и (или) юридическим лицам соответствующих государственных (муниципальных) услуг согласно требованиям, предъявляемым к качеству государственных (муниципальных) услуг, в том числе: — наименование и реквизиты акта, которым утверждены требования к качеству предоставления государственной (муниципальной) услуги (в случае его утверждения):

- информацию о планируемых значениях показателей оценки качества государственной (муниципальной) услуги, в т. ч. установленных в требованиях к качеству предоставления государственной (муниципальной) услуги;
- наименование источников информации о фактических значениях показателей, характеризующих качество и объем государственной услуги (статистическая или ведомственная отчетность, данные опросов и т. д.)

Для финансового обеспечения выполнения государственного (муниципального) задания учредитель осуществляет расчет расходов на содержание недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, закрепленных за бюджетным учреждением учредителем или приобретенных бюджетным учреждением за счет средств, выделенных ему учредителем на приобретение такого имущества, а также расходов на уплату налогов, в качестве объекта налогообложения по которым признается соответствующее имущество, в т. ч. земельные участки.

Нормативные затраты на содержание недвижимого имущества детализируются по следующим группам<sup>5</sup>:

<sup>5</sup> Приказ Минфина РФ № 137н, Минэкономразвития РФ № 527 от 29.10.2010 (ред. от 07.11.2011) «О методических рекомендациях по расчету нормативных затрат на оказание

- на эксплуатацию системы охранной сигнализации и противопожарной безопасности;
- на аренду недвижимого имущества;
- на содержание прилегающих территорий в соответствии с утвержденными санитарными правилами и нормами;
- прочие нормативные затраты на содержание недвижимого имущества.

Нормативные затраты на содержание особо ценного движимого имущества детализируются по следующим группам:

- на техническое обслуживание и текущий ремонт объектов особо ценного движимого имущества;
- на материальные запасы, потребляемые в рамках содержания особо ценного движимого имущества, не отнесенные к нормативным затратам, непосредственно связанным с оказанием государственной услуги;
- на обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств;
- прочие нормативные затраты на содержание особо ценного движимого имущества.

После формирования и утверждения учредителем государственного (муниципального) заказа на предоставление учреждением образовательных услуг заключается соглашение о порядке и условиях предоставления субсидии на финансовое обеспечение выполнения государственного задания между бюджетным или автономным учреждением и исполнительным органом государственной власти субъекта РФ (органа местного самоуправления), осуществляющим функции и полномочия учредителя.

Соглашение определяет права, обязанности и ответственность сторон, в том числе объем и периодичность перечисления субсидии образовательному учреждению в течение финансового года.

Размер субсидии рассчитывается на основании нормативных затрат на оказание государственных (муниципальных) услуг в рамках государственного (муниципального) задания и нормативных затрат на содержание недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, закрепленного за бюджетным учреждением или автономным учреждением или приобретенного учреждением за счет средств, выде-

---

федеральными государственными учреждениями государственных услуг и нормативных затрат на содержание имущества федеральных государственных учреждений» [электронный ресурс] – СПС КонсультантПлюс ежим доступа: <http://www.consultant.ru>

ленных ему учредителем на приобретение такого имущества (за исключением имущества, сданного в аренду), а также на уплату налогов, в качестве объекта налогообложения по которым признается указанное имущество, в т. ч. земельные участки.

Государственные и муниципальные образовательные учреждения вправе оказывать населению, предприятиям, учреждениям и организациям платные дополнительные образовательные услуги. Они включают обучение по дополнительным образовательным программам, преподавание специальных курсов и циклов дисциплин, репетиторство, занятия с обучающимися углубленным изучением предметов и другие услуги, не предусмотренные соответствующими образовательными программами и государственными образовательными стандартами.

Доход от указанной деятельности государственного или муниципального образовательного учреждения реинвестируется в данное образовательное учреждение, в том числе на увеличение расходов на заработную плату, по его усмотрению.

Учитывая низкие доходы населения, особенно в сельской местности, не все родители могут позволить себе оплатить обучение своих детей, отвечающее современным требованиям, а это уже нарушение ст. 43 Конституции РФ, согласно которой «Каждый имеет право на образование. Гарантируются общедоступность и бесплатность дошкольного, основного общего и среднего профессионального образования в государственных или муниципальных образовательных учреждениях и на предприятиях».

Таким образом, с введением Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» государство не в полной мере будет исполнять экономическую функцию в части финансирования образовательных учреждений, т.к. заложенный в нем финансовый механизм ведет к замене части бесплатных услуг для населения платными и их наращиванию в образовательной сфере.

Государственное (муниципальное) задание должно включать в себя<sup>6</sup>:

- показатели, характеризующие качество и (или) объем (содержание) оказываемых государственных (муниципальных) услуг (выполняемых работ);
- порядок контроля исполнения государственного (муниципального) задания, в т.ч. условия и порядок его досрочного прекращения;
- требования к отчетности об исполнении государственного (муниципального) задания.

<sup>6</sup> Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.12.2012) [электронный ресурс] ст.69.2 , 78.1 – СПС КонсультантПлюс режим доступа: <http://www.consultant.ru>

Средства, полученные на финансовое обеспечение выполнения задания, не могут быть направлены на иные нужды. Финансовое обеспечение деятельности бюджетного и автономного учреждения, не связанной с выполнением задания, должно осуществляться за счет доходов от этой деятельности и иных не запрещенных федеральными законами источников.

Субсидия доводится до учреждения на основании соглашения, в котором, в частности, указываются ее размеры и периодичность (график) доведения.

Для бюджетного и автономного учреждения принципиально важным является вопрос, о том какие субсидии будут им предоставляться, т.к. для различных субсидий бюджетным законодательством установлены различные правила расходования средств.

В бюджетах бюджетной системы РФ предусматриваются субсидии бюджетным и автономным учреждениям на возмещение нормативных затрат, связанных с оказанием ими в соответствии с государственным (муниципальным) заданием государственных (муниципальных) услуг (выполнением работ), а также на иные цели.

Под иными целями понимаются в первую очередь бюджетные инвестиции в объекты капитального строительства в форме капитальных вложений в основные средства.

Расходовать субсидию на возмещение нормативных затрат бюджетные учреждения могут без представления в казначейство документов, подтверждающих возникновение денежных обязательств. Кроме того, не использованные учреждениями в текущем финансовом году остатки средств могут быть использованы ими на те же цели в очередном финансовом году. Иными словами, счета учреждений, не обнуляются, и у них появился стимул для экономии средств.

Не использованные в текущем финансовом году остатки средств в этом случае подлежат перечислению в соответствующий бюджет. Теоретически они могут быть в очередном финансовом году направлены на те же цели, но для этого главный распорядитель бюджетных средств должен принять соответствующее решение.

Расходовать средства субсидий на иные цели бюджетные учреждения могут только после проверки документов, подтверждающих возникновение денежных обязательств<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Федеральный закон от 8 мая 2010 года № 83-ФЗ (ред. от 27 июля 2010 года № 240-ФЗ) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» [электронный ресурс] — режим доступа: <http://www.educom.ru>

Аналогичные правила расходования предусматриваются для субсидий, предоставляемых автономным учреждениям.

Операции со средствами, поступающими автономным учреждениям в виде субсидий второго вида, т.е. на иные цели, учитываются на счетах после проверки документов, подтверждающих произведенный кассовый расход, или на отдельных лицевых счетах автономных учреждений, открытых в территориальных органах Федерального казначейства, финансовых, органах субъектов РФ, муниципальных образований.

Расходы автономных некоммерческих организаций за счет субсидий первого вида осуществляются без представления ими в территориальный орган Федерального казначейства, в финансовый орган субъекта РФ (муниципального образования) документов, подтверждающих возникновение денежных обязательств.

Операции со средствами субсидий второго вида (на иные цели), размещенными на лицевых счетах автономных некоммерческих организаций, осуществляется после проверки документов, подтверждающих возникновение денежных обязательств, и соответствия содержания операции кодам классификации операций сектора государственного управления и целям предоставления субсидии и бюджетных инвестиций. Порядок санкционирования указанных расходов устанавливается соответствующим финансовым органом.

Не использованные автономным учреждением в текущем финансовом году остатки средств субсидий второго вида подлежат перечислению в соответствующий бюджет, но могут быть возвращены автономному учреждению в очередном финансовом году при наличии потребности в направлении их на те же цели по решению главного распорядителя бюджетных средств.

Размеры субсидий в соответствии с реформой бюджетного сектора должны определяться исходя из нормативных затрат учреждения на оказание услуги.

Таким образом, с 2011 г. денежные средства (субсидии) выделяются бюджетным и автономным учреждениям на выполнение государственного (муниципального) задания. Таким образом, обеспечивается переход на финансовое обеспечение под государственный заказ, который в полной мере воплощает идеологию бюджетной реформы – государство оплачивает определенный вид услуг, работ, а любой желающий может оказать данные услуги или выполнить работы. Т.е. любой может принять участие в конкурсе и получить заказ.

Размещение заказа для нужд образовательной организации осуществляется преимущественно через уполномоченный орган, или са-

мостоятельно государственным или муниципальным образовательным учреждением. Во втором случае уполномоченный орган предоставляет полномочия образовательной организации самостоятельно выступать в качестве заказчика путем издания соответствующего нормативного акта. Полномочия по размещению заказа могут быть переданы частично. Например, органы исполнительной власти или муниципального самоуправления часто передают полномочия по проведению закупок только в форме запроса котировок как наиболее простой формы размещения заказа.

Рынок образовательных услуг призван удовлетворять не только государственный заказ, обеспечиваемый бюджетным финансированием, но и социальный заказ для различных групп населения и предприятий. Желание потребителей получить необходимую им образовательную услугу требует реформирования системы образования с учетом рыночных интересов. Приводит к открытию альтернативных негосударственных учебных заведений и расширению спектра платных образовательных услуг. В свою очередь государственные учреждения могут самостоятельно осуществлять выбор образовательных программ и предлагать широкий спектр образовательных услуг населению на платной основе, но не за счет государственного задания, а дополнительно.

Возникают конкурентные условия ведения деятельности в образовательном секторе. В этих условиях задачи государства с одной стороны заключаются в финансовой поддержке государственных и негосударственных некоммерческих образовательных организаций, а с другой – необходимости принятия нормативных законодательных актов, способствующих активизации и наращиванию дополнительных источников финансового обеспечения таких организаций.

Привлечение дополнительных источников на цели образования осуществляется путем: предпринимательской деятельности самой образовательной организации; взаимодействия с юридическими и физическими лицами, способными осуществлять благотворительную деятельность в пользу образовательной организации, либо выступать спонсорами, эффективного использования имущества, расширения спектра услуг высокого качества.

В соответствии с Федеральным законом РФ «Об образовании» платными могут быть только те образовательные услуги, которые не предусмотрены основными для данного учреждения программами, финансируемыми из бюджета, кроме дополнительных платных образовательных услуг, более свойственных учреждениям дошкольного, школьного и дополнительного образования.

Все поступающие средства имеют одну общую цель – обеспечить профильную и хозяйственно-эксплуатационную деятельность некоммерческой образовательной организации при условии их наиболее эффективного использования.

#### Используемые источники

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) [электронный ресурс] – СПС КонсультантПлюс режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.12.2012) [электронный ресурс] – СПС КонсультантПлюс режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.12.2012) [электронный ресурс] – СПС КонсультантПлюс режим доступа: <http://www.consultant.ru>
4. Закон РФ от 10.07.1992 № 3266-1 (ред. от 28.09.2010) «Об образовании» (ред. от 12.11.2012) [электронный ресурс] – СПС КонсультантПлюс режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 28.07.2012, с изм. от 16.10.2012) «О некоммерческих организациях» [электронный ресурс] – СПС КонсультантПлюс режим доступа: <http://www.consultant.ru>
6. Федеральный закон от 8 мая 2010 года № 83-ФЗ (ред. от 27 июля 2010 года № 240 – ФЗ) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» [электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.educom.ru>
7. Государственные и муниципальные финансы: Учебное пособие / Н.Б. Ермасова, М.Г. Миронов, Е.А. Ерманова и др.: Под ред. ак. Г.Б. Поляка. М.: Юнити-ДАНА, 2009.
8. Иванова М.А., Кузьмин А.В. Разработка целевых установок оптимизации финансирования образовательных учреждений //Материалы Российской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы инновационного развития региональной экономики». Курган: КГУ, 2009.
9. Кузьмин А.В., Иванова М.А. Социально-экономическая результативность интеграционных процессов в образовании //Материалы Российской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы инновационного развития региональной экономики». Курган: КГУ, 2009.

Шанина А. Н.  
ст. преподаватель, соискатель,  
НИУ «Белгородский государственный университет»

Орлова Е. Н.  
аспирант,  
Российская академия предпринимательства

## **Альтернативная составляющая инструментов финансирования в интегрированных корпоративных структурах**

*В статье рассматриваются инструменты внутреннего и внешнего содержания финансирования основных и оборотных активов интегрированных корпоративных структур с акцентированием внимания на факторинге.*

*Ключевые слова: интегрированные структуры, финансовые потоки, внутренние и внешние источники финансирования, факторинг.*

## **Alternative component of instruments of financing in the integrated corporate structures**

*In the article are considered instruments of the internal and external content of the financing of fixed and current assets of the integrated corporate structures with particular focus on the factoring business.*

*Keywords: integrated structures, financial flows, both internal and external sources of financing, factoring.*

Активное становление интегрированных корпоративных структур (промышленно-торговых, финансово-промышленных, финансово-кредитных и т.д.), цель слияния которых ориентирована на поддержание конкурентоспособности и ликвидности одновременно порождает как дефицит финансовых ресурсов, так и их избыток.

И в одном и в другом случае управление финансовыми потоками принимает стратегический характер, требующий определенных решений и действий. Основные цели, для достижения которых необходимо рациональное управление финансовыми потоками сводятся, как правило, к элементарному выживанию компании в условиях конкуренции, избежанию банкротства и крупных финансовых потерь, увеличению рыночной стоимости, росту экономического потенциала, объемам производства и реализации, максимизация прибыли и минимизация расходов, а также к обеспечению рентабельной деятельности и ряда других.



---

Несмотря на то, что приоритетность той или иной цели выбирается исходя из отраслевых особенностей компании и положения на данном сегменте рынка, удачное продвижение к ней во многом зависит от совершенства управления финансовыми потоками и выбора эффективных инструментов финансирования.

Перераспределение избытка финансовых ресурсов в интегрированных структурах и с практической и с теоретической точек зрения может выходить за пределы компании, когда ее временно свободные денежные средства (остатки по счетам в кредитных организациях, вложения в банковские депозиты, в ценные бумаги третьих лиц и т. д.), а также предоставление коммерческого кредита (отсрочка платежа по поставленным товарам, работам, услугам) предоставляются другим субъектам. В тоже время возможен вариант замкнутого финансирования в пределах холдинга, причем без понижения достигнутой доходности и эффективности производства. Тем не менее, по мнению специалистов, современные холдинговые структуры пока еще не готовы к такому замкнутому кругообороту финансовых ресурсов, и не столько в силу перехода к рынку, где наличие подобной «модели» кругооборота не свойственно, сколько в силу отсутствия самого механизма регулирования притока и оттока финансовых ресурсов на границах контура предприятия.

Исходя из того, что классификация инструментов финансирования делится по источникам на собственные и заемные (внутренние, внешние), долгосрочные и краткосрочные, структура интегрированных формирований и движение финансовых потоков выстроены таким образом, когда источники финансирования могут выступать одновременно в качестве внутренних и внешних как собственных, так и заемных. Кроме того, по нашему мнению, инструменты финансирования интегрированных структур целесообразно подразделять на инвестиционные и коммерческие (торговые). Соответственно, модели финансирования и механизм управления финансовыми потоками в одном и в другом случае будут принципиально отличаться друг от друга.

Например, к внутренним инвестиционным ресурсам финансирования интегрированных структур традиционно принято относить средства владельцев и совладельцев корпорации, формируемые и аккумулируемые в ходе эмиссии и размещения долевых ценных бумаг. Приобретая акции корпорации, частные лица, работники корпорации, внешние предпринимательские структуры, общественные организации, государственные учреждения включаются в систему корпорации как ее своеобразные элементы со своими функциями и взаимосвязями

[1]. Целевое предназначение данного вида источников холдинга, как правило, диверсифицировано. В тоже время функциональность компаний без этих средств невозможна, исходя из того, что они выступают основным источником формирования основных и оборотных средств. Кроме того, внутренние источники способствуют финансированию не только основных направлений деятельности компании, но и значительно расширяют её развитие посредством распределения и перераспределения прибыли.

Эмиссия акций интегрированных структур в мировой практике в отличие от российских предприятий долгое время была представлена в качестве одного из наиболее апробированных внутренних финансовых ресурсов с широким спектром реализации [1]. Однако, в настоящее время, данные говорят о том, что часто это не только апробированный, но и один из наиболее объемных финансовых ресурсов холдингов.

Тем не менее, российская действительность становления и развития большинства интегрированных структур свидетельствует об обратном, когда в финансировании компаний, преимущественно на начальном этапе их становления и развития, доминируют внешние источники. Активную интеграцию в период с 1999 года по настоящее время мы наблюдаем в агропромышленном комплексе, не менее активные процессы слияний и поглощений проходили в металлургии. В свою очередь становлению и развитию, например, агропромышленных интегрированных структур, способствовал банковский капитал и средства государственного и региональных бюджетов, металлургическая отрасль развивалась также посредством вливаний частных инвестиций. По данным Министерства сельского хозяйства объем субсидированных кредитов (займов) в 2009 году составил 10778,6 млн. руб. темпы роста которого ежегодно (до 2013 года) увеличивались от 10,5 до 25,6%, причем на долю инвестиционных кредитов приходилось порядка 70%, краткосрочных займов 30% соответственно [2], в то время как объем частного капитала и долгосрочных кредитов коммерческих банков за тот же период составил порядка 700 000 млн. руб.

Металлургический комплекс за аналогичный период (2009–2012 гг.) освоил частных инвестиций в черную металлургию в объеме более чем 115000 млн. руб., и в цветную порядка 65000 млн. руб. [3].

Инвестиционный капитал осваивался отраслями преимущественно на пополнение основных средств движимого и недвижимого характера, причем представители крупного сельского бизнеса финансируются в рамках Национального проекта «Развитие АПК» начиная с 2006 года.

Начиная с 2008 года у интегрированных компаний возникли проблемы с ликвидностью и финансовой устойчивостью краткосрочного характера. Управление оборотными активами подразумевает качественно выстроенную политику в отношении оборотных средств, в том числе источников их финансирования. Альтернативные модели финансирования оборотных активов определяются источниками финансирования их постоянной и переменной частей. К постоянной части оборотных активов относятся те оборотные средства по объему и структуре, которые имеются в наличии даже в период спада деятельности фирмы (минимальный, постоянно сохраняющийся уровень). Переменная же часть оборотных средств пополняется за счет прироста оборотных средств, потребность в которых возникает исключительно в периоды сезонных или циклических колебаний деловой активности [4]. Именно в этой части финансирования проявляется коммерческая (торговая) модель, когда финансируется постоянная часть оборотных средств, а иногда основных, за счет краткосрочных кредитов.

Установкой политики управления денежными потоками является определение объема и структуры оборотных активов, источников их покрытия и соотношения между ними, достаточного для обеспечения долгосрочной производственной и эффективной финансовой деятельности холдинга [4].

Практика показала, что основным внутренним источником финансирования послужило внедрение модели трансфертного кредитования, которое привело к оптимальному перераспределению ресурсов внутри холдинга. Интегрированные структуры во избежание налоговых потерь и отвлечения оборотных средств стремились максимально производить взаимозачеты между участниками по внутреннему клирингу, максимальному использованию денежных суррогатов (векселей и др.) для экономии оборотных средств.

Среди внешних источников покрытия кассовых разрывов, особенно в торговой её части наиболее популярным инструментом является факторинг.

С нашей позиции, когда о факторинге известно почти все, можно утверждать, что факторинг представляет собой интегрированную финансовую услугу, оказываемую в обмен на уступку дебиторской задолженности. Отметим, что в набор факторинговых услуг необходимо включать обеспечение финансовыми ресурсами поставщика, изучение его кредитной истории и способности отвечать по своим обязательствам, мониторинг задолженности покупателей, организацию и ведение учета дебиторской задолженности, инкассацию и принятие на себя риска.

Следовательно, факторинг — это финансовая услуга, объединяющая в себе комплекс мероприятий со стороны фактора, проведение которых направлено на сокращение риска при заключении сделки в виде коммерческого (товарного) кредита и связанная с управлением и финансированием дебиторской задолженности.

Обобщая существующий понятийный аппарат, например, Докукина Е.В. в своей статье [5] выделила ключевые признаки факторинга как финансовой услуги, отличающие его от множества других услуг и операций финансового рынка. В частности автором указывается на то, что факторингу свойственны:

- *рефинансирование товарного кредита*: факторинг представляет собой операцию по кредитованию клиента под переуступку непоплаченных долговых требований — дебиторской задолженности, возникшей в результате коммерческого кредитования;
- *краткосрочный характер кредитования*: при максимально возможной отсрочке платежа 180 дней при факторинге срок финансирования клиента, как правило, не превышает 90 дней;
- *управленческий характер услуг*: факторинг — активная финансовая операция, предполагающая управление дебиторской задолженностью клиента;
- *двойное инфраструктурное назначение*: представляя собой финансовую разновидность торгово-комиссионной операции, факторинг является элементом инфраструктуры товарного и финансового рынков одновременно;
- *ориентация на юридических лиц*: факторинг предполагает финансовое обслуживание хозяйствующих субъектов, осуществляемое кредитными организациями или специализированными финансовыми институтами (факторами);
- *комплексность*: факторинг представляет собой совокупность услуг, включая рефинансирование товарного кредита, учет (дисконтирование) счетов-фактур (invoice discounting), инкассирование долгового обязательства, страхование поставщика от кредитного риска.

Особенность факторинга заключается еще и в том, что в него включены такие услуги, каждая из которых в отдельности имеет продукт-заменитель. Например, финансирование можно получить, обратившись в банк за кредитными продуктами (кредиты, кредитные линии, овердрафт и т.д.) [6]. Страхование кредитных рисков может осуществляться страховой компанией, взыскание просроченной задолженности с поставщика финансово-кредитные институты перекладывают на

коллекторские компании. Однако преимущества факторинга в том, что все перечисленные компании могут в комплексе получить все и сразу в одном месте.

Факторинг можно сравнивать с кредитом, тем не менее, факторинг и банковский кредит имеют различную природу и направлены на удовлетворение разных потребностей поставщиков. Кредит характеризуется срочностью, что предполагает его погашение через определенный срок, и неприемлемых для финансирования поставок с отсрочкой платежа [7].

Кроме того, досрочные платежи, как отмечает С.Е. Пушторский [3] в рамках факторингового обслуживания, компании, как правило, используют для финансирования текущей деятельности, а кредитные ресурсы – в качестве инвестиционных или инновационных средств.

Из практических альтернатив, мы наблюдаем ситуацию, когда менеджмент холдингов не стоит на месте, в частности, на смену трансфертному кредитованию финансирования оборотных активов с теоретической точки зрения может прийти все тот же факторинг, который из категории внешних источников финансирования может перейти в разряд внутренних. Несмотря на то, что внутренним факторингом называют операции по заключению факторинговой сделки между резидентами одной страны, вполне реальным может быть финансирование дебиторской задолженности посредством торгового посредника (например, Торговый дом), деятельность которого направлена на обеспечение сбыта готовой продукции и контроль за поступлением выручки всей интегрированной структуры.

Механизм факторинга, в случае внедрения модели внутри холдинга, получит ряд неоспоримых преимуществ, среди которых необходимо выделить следующие:

- финансирование осуществляется организацией – фактором, созданной внутри интегрированной структуры, компаниям которой свойственно проводить межхозяйственные и торговые расчеты;
- в отличие от краткосрочного кредита поставщику не требуется накапливать ресурсы с целью погашения долга, сумма финансирования при факторинге, как правило, погашается в результате поступления средств от покупателей;
- рост объемов сделок увеличивается автоматически по мере роста объемов продаж.

Следовательно, при финансировании в рамках внутреннего факторинга полностью решается проблема формирования оборотных

средств всех участников группы компаний, нет необходимости в поиске обеспечения с целью получения кредита в коммерческом банке и, соответственно, это положительно отражается на инвестиционной привлекательности холдинга, поскольку не происходит роста кредиторской задолженности. Кроме того, внутрифирменное факторинговое финансирование получит как целевую, направленность, так и возможность снижения стоимости сделки, поскольку компании находятся в единой системе производства, переработки и сбыта продукции.

Таким образом, бесперебойное и эффективное функционирование организаций интегрированной структуры во многом напрямую связано с возможностями сохранять/расширять рынки сбыта, обеспечивая при этом достаточность оборотного капитала. Конкуренентоспособность определяется сохранением или расширением рынка продукции, а так же условиями проводимой маркетинговой политики и возможностью эффективной работы с потребителями продукции, в том числе – на условиях отсрочки платежа. В свою очередь использование такого инструмента как факторинг наделено рядом преимуществ и не уступает по своим функциональным позициям перед другими формами, которые также применяются в финансировании оборотного капитала.

#### **Используемые источники**

1. Мазуров О.Г. Управление финансовыми потоками транснациональных корпораций: Дис-ия на соис. уч. степ. к.э.н., М. 2001.
2. Данные Министерства Сельского Хозяйства. Режим доступа <http://www.mcx.ru/navigation/docfeeder/show/145.htm>
3. Данные федеральной службы государственной статистики. Режим доступа <http://www.gks.ru/>
4. Куприянова Т.Б. Управление оборотным капиталом в условиях цикличности спроса на продукцию: (на примере угольной промышленности): Дис-ия на соис. уч. степ. к.э.н., Томск. 2011.
5. Докукина Е.В. Эволюция факторинговых услуг // Журнал «Вестник МГУС», № 2 2008.
6. Евсейкина Е.Ю. Бухгалтерский учет факторинговых операций в организациях: Дис-ия на соис. уч. степ. к.э.н., Нсб. 2008.
7. Сравнительный анализ факторинга и других инструментов финансирования // Официальный сайт интернет-портала ФАКТОРинг ПРО. Режим доступа [http://www.factoringpro.ru/index.php/menu\\_history/96-factoringandfinance](http://www.factoringpro.ru/index.php/menu_history/96-factoringandfinance)
8. Пушторский С. Е. Факторинг – стабильный источник оборотных средств для развития бизнеса// Электронный ресурс. Режим доступа <http://www.subcontract.ru/Conf2003/Disk/sb1/pushtorsky.html>

Юртаев А. Н.  
доктор экономических наук, профессор,  
председатель комитета по аудиту  
Совета директоров ОАО «Сетевая компания»

Останина С. Ш.  
доктор экономических наук,  
профессор кафедры экономики,  
ФГБОУ ВПО «КНИТУ»

## **Информационные технологии как движущий фактор развития экономики труда в сфере государственного управления**

*В настоящее время большинство экономически развитых стран занимается созданием «электронного правительства» – инновационной системы государственного управления на основе качественной перестройки всех управленческих процессов и широкого использования новейших инфокоммуникационных технологий.*

*Ключевые слова: информационные технологии, экономика труда, государственное управление, факторы развития экономики.*

## **Information technologies as a driving factor of development of labor economy in the sphere of public administration**

*Now the majority of economically developed countries is engaged in creation of «the electronic government» – innovative system of public administration on the basis of high-quality reorganization of all administrative processes and wide use of the latest infocommunication technologies.*

*Keywords: information technology, economy of labor, government management, factors of economy investigation.*

Концепция управленческих инноваций носит ярко выраженный междисциплинарный характер и основывается на таких дисциплинах, как теория управления, теория государственного управления, теория менеджмента, теория информационного общества, теория системного анализа и целом ряде других.

Инновации в системе технологий управления привлекают все большее внимание со стороны современных учёных и практиков. Как показывают исследования, эти инвестиции не только вносят значительный вклад в экономический рост, но и в свою очередь оказывают позитивное

влияние на развитие технологических инноваций. Вместе с тем следует отметить, что разделение инноваций на два типа — технологические и организационно-управленческие — является относительно недавним.

Поэтому, прежде чем дать определение инновациям в системе технологий управления и, в частности, в системе технологий государственного управления, следует проанализировать само содержание понятия «технологии». На наш взгляд, для целей исследования наиболее полезным в этом смысле является подход Центра транснациональных корпораций при ООН, в котором обращается внимание на то, что технологии могут быть материальными, т. е. воплощенными в форме основного капитала (машины, станки, производственное оборудование, здания и т.п.), а также нематериальными, т.е. реализованными в форме прав собственности, ноу-хау, менеджмента, а также организаций, дизайна и различных руководств по управлению производственными системами. Исходя из сказанного, инновации в системе технологий управления целесообразнее всего определить как нематериальные нововведения, воплощенные в нормах, рутинах, организационных структурах и управленческих процессах. В организациях касательно экономики труда инновации в сфере информационных технологий носят следующие негативные аспекты. Бюрократический аппарат нужно будет сокращать на 25% госслужащих, увеличив за счет этого жалование управленцам. Старт «кадровой оптимизации» запланирован на будущий год, сокращение коснется в первую очередь секретарей, архивариусов, делопроизводителей — «обеспечивающих специалистов» в федеральных, региональных и муниципальных органах власти.

Оставшиеся сотрудники среднего и низшего звена, как ожидается, будут переведены на срочные трудовые контракты. Управленцам на госслужбе при этом можно обещать рост окладов до конкурентного уровня на рынке. Таким образом, зарплаты федеральных чиновников вырастут к 2018 году в 2,6 раза. По планам Минфина, это нововведение позволит решить проблему дублирующих функций и повысить конкурентоспособность госслужбы на рынке труда (1).

По мере развития электронного документооборота часть секретарей и архивариусов, действительно, не понадобится. Но можно предположить, что введение срочного контракта только ухудшит ситуацию.

Официальные данные свидетельствуют, что за последнее десятилетие численность работников государственных органов и органов местного самоуправления выросла почти в полтора раза, а со времен СССР — в 6 раз. В качестве примера избыточной численности государственных служащих в России рабочая группа «Стратегии—2020» привела международ-



ные сопоставления по отдельным ведомствам и организациям. Так, например, численность сотрудников налоговой службы в России составляет 1,2 на 1000 человек населения, в то время как в США – 0,3, т. е. в 4 раза меньше. Численность таможенной службы в России – около 68 тысяч человек, это 0,5 на 1000 человек населения, по сравнению с 0,2 на 1000 человек в США, причем последний показатель включает, помимо таможни, также пограничные войска, которые в России учитываются отдельно.

В некоторых странах Европы из-за кризиса практика сокращения госаппарата применяется уже не первый год. Власти Греции, например, пообещали кредиторам сократить 150 тыс. работников госсектора к 2015 году. Испания планирует дальнейшее сокращение бюджетов министерств, уменьшение числа госструктур, а также отказ от ежегодных бонусов для некоторых категорий госслужащих. Правительство Франции готовит новый бюджетный план на 2013-15 гг., который предусматривает сокращение количества рабочих мест в госсекторе еще на 2,5%. Стратегия Италии по сокращению расходов бюджета предусматривает, в частности, «замораживание» зарплат бюджетникам, а также снижение оклада чиновников (2).

С другой стороны, имея в виду перспективу широкомасштабного использования ИКТ в Республике Татарстан, следует отметить пока ограниченную покупательную способность населения, организаций бюджетной сферы и не сырьевых предприятий в отношении инфокоммуникационных технологий. Ее рост, в частности, сдерживается довольно высокой долей продуктов питания в структуре конечного потребления домохозяйств, составившей в 2011 г. 40,4% (47-е место в России). Это обстоятельство ограничивает возможности домашней информатизации и сказывается на перспективах широкомасштабного использования инфокоммуникационных технологий. Сравнительно невысоки и бюджетные доходы Республики Татарстан на душу населения (23,5 тыс. рублей – 26-е место среди регионов России). В этой связи важно отметить и весьма существенную долю предприятий региона (60%), которые, согласно обследованию Росстата 2006 года, считали отсутствие денежных средств значительным, основным или решающим фактором, сдерживавшим использование инфокоммуникационных технологий.

Относительно благоприятно для использования ИКТ в Республике Татарстан состояние человеческого капитала, под которым понимается совокупность знаний и навыков населения, используемых в трудовой деятельности и способствующих электронному развитию. По интегральной оценке человеческого капитала как фактора электронного развития, содержащейся в Индексе готовности регионов России

к информационному обществу 2010-2011, подготовленном по заказу Министерства информационных технологий и связи Российской Федерации, Татарстан находится на 15-м месте. В первую очередь это касается уровня образования населения. В республике довольно высок уровень охвата обучением молодежи, что проявляется в высоком значении индекса образования Программы развития ООН (0,92), по которому Республика Татарстан занимает 7-е место в России. По числу студентов на 1000 человек населения (60,6 студента в 2010/2011 учебном году) Татарстан также находился на 7-м месте, соответствуя уровню наиболее развитых стран, в частности Швеции.

В республике ведется активная работа по наращиванию человеческого потенциала использования ИКТ, в частности, через подготовку и повышение квалификации государственных служащих в сфере использования ИКТ в профессиональной деятельности. Совместно с ведущими мировыми компаниями (Microsoft, Intel и др.) реализуются мероприятия, направленные на повышение информационной компетентности учителей и специалистов сферы образования. Отличается чрезвычайно динамичным ростом число пользователей Интернета в республике.

Вместе с тем необходимо отметить целый ряд проблем развития человеческого капитала как фактора электронного развития Татарстана. Уровень информационной грамотности населения требует дальнейшего повышения, в этой связи следует отметить, что 34,4% руководителей обследованных Росстатом в 2011г. организаций республики оценили недостаточность знаний и навыков у работников организации для использования ИКТ как значительный, основной или решающий фактор, сдерживающий использование электронно-вычислительной техники (в России в целом – 29,5%). Для решения этих проблем должна быть развернута система обучения населения базовым навыкам использования инфокоммуникационных технологий. Состояние кадрового потенциала сферы ИКТ также нуждается в улучшении. По числу выпускаемых специалистов по профилю ИКТ на 10000 человек (6,1) республика занимает 16-е место в РФ. А по доле специалистов среди занятых (1,83%) она находится лишь на 23-м месте. О наличии проблем в этой сфере свидетельствуют результаты обследования Росстата 2011 г.: 30,8% организаций республики (в РФ в целом – 26,1%) сталкивались со значительными трудностями при заполнении вакантных рабочих мест специалистов по ИКТ вследствие недостаточного числа претендентов.

Состояние ИКТ-инфраструктуры Республики Татарстан требует целенаправленных усилий органов государственной власти по ее дальнейшему развитию. Среди сильных сторон этого фактора электронного развития можно отметить высокий уровень цифровизации местной сети, по этому показателю Татарстан занимал 6–7-е места в РФ. Также относительно лучше других показателей ИКТ-инфраструктуры Татарстана значение показателя «доля домохозяйств, имеющих доступ к Интернету» (18,5% семей, уровень Болгарии), по которому регион в 2010 г. занимал 19-е место в России. Среди важных положительных характеристик ИКТ-инфраструктуры Республики Татарстан следует отметить также открытие 160 центров коллективного доступа к Интернету в рамках решения социально значимых задач обеспечения доступа населения республики к информации и преодоления информационного неравенства.

По другим характеристикам ИКТ-инфраструктуры позиции региона требуют интенсификации работы. В 2011 г. по проникновению сотовой связи (110,3 абонента на 100 человек) Республика Татарстан занимала 22-е место в России; телефонная плотность составляла 30,3 телефонных аппарата на 100 человек (32-е место); по доле домохозяйств, проживающих в домах, оборудованных стационарным телефоном (68,3%), Республика Татарстан занимала 42-е место. В 2011 г. на 100 человек приходилось 21,1 персонального компьютера (41-е место среди российских регионов), примерно столько же, сколько и в менее продвинутых в электронном отношении странах с переходной экономикой. По доле домохозяйств, имеющих персональный компьютер (27,3%, уровень Румынии), регион находился на 44-м месте в России. О недостаточном уровне развития ИКТ-инфраструктуры как фактора электронного развития свидетельствуют результаты обследования Росстата 2011 г.: отсутствие технической возможности подключения к сетям телекоммуникаций является значительным, основным или решающим фактором, сдерживающим использование Интернета в 21,3% организаций республики (18,4% в России в целом). Кроме того, следует подчеркнуть необходимость повышения уровня развития ИКТ-инфраструктуры в сельской местности, где, в частности, в 2 с лишним раза более низкий уровень телефонной плотности в сельских районах по сравнению с городскими.

Среди основных направлений электронного развития Республики Татарстан наибольшие успехи достигнуты в сфере использования ИКТ в медицине. В 2011 г., по данным Росстата, по доле лечебно-профилактических учреждений, имеющих сайты (32%), регион занимал 4-е место в

России, по доле таких учреждений, имеющих доступ в Интернет (92%), – 7-е место, по доле организаций, имеющих каналы передачи данных со скоростью 256 и выше Кбит/сек (34%), – 12-е место, по доле лечебно-профилактических учреждений, имеющих локальные вычислительные сети (84,8%), – 14-е место. Республика также имела относительно высокие показатели оснащения медработников вычислительной техникой, в особенности с выходом в Интернет. По числу персональных компьютеров, подключенных к Интернету, на 100 занятых (2) республика занимала 10-е место, по общему числу персональных компьютеров на 100 занятых (11) и числу персональных компьютеров, объединенных в локально-вычислительную сеть (5,7), – 16-е место (3).

Существенный прогресс достигнут в республике в последние годы в области использования ИКТ в сфере государственного и муниципального управления. В рамках деятельности по организации эффективного взаимодействия органов государственной власти на территории Республики Татарстан созданы государственная интегрированная система теле-коммуникаций; межведомственная система электронного документооборота; Республиканский центр управления государственными информационными системами и ресурсами, обеспечивающий распределенный центр сбора, хранения и обработки данных; Портал Правительства Республики Татарстан и сайты органов государственной власти республики; информационная система мониторинга, анализа и планирования эффективности деятельности Кабинета Министров Республики Татарстан и органов государственной власти республики; система видеоконференцсвязи органов государственной власти республики. Созданы также межведомственная система информационной безопасности, система электронной цифровой подписи, информационная система управления Министерства транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан; информационная система управления Министерства земельных и имущественных отношений Республики Татарстан; информационная система учета плательщиков имущественных налогов Республики Татарстан и другие информационные системы.

В целом можно сказать, что в последние 3–4 года Республике Татарстан удалось преодолеть разрыв между относительно неплохими условиями, имеющимися в республике для электронного развития, и низким уровнем использования ИКТ в ключевых сферах деятельности, характерным для предыдущего периода: в Индексе готовности регионов России к информационному обществу, построенном на дан-

ных за 2010 год, Республика Татарстан занимала 25-е место по факторам развития информационного общества, а по использованию ИКТ только лишь 42-е место. В последнем рейтинге готовности регионов России к информационному обществу 2011 г. Республика Татарстан занимает уже 13-е место. По индексу состояния факторов электронного развития республика находится также на 13-й позиции, а по индексу использования ИКТ для развития – на 14-й.

Эта позитивная динамика дает серьезные основания прогнозировать быстрый выход Республики Татарстан на ведущие позиции в решении задач создания информационного общества и эффективного использования «электронного правительства».

#### **Используемые источники**

1. Туровец В.В. Преобразование информационной системы государственного управления на основе концепции «электронного правительства» (Социологический анализ): Дис. ... канд. социол. наук. Москва, 2011.
2. Шестакова С. В. Совершенствование процессов предоставления государственных услуг на основе информационно-коммуникационных технологий : Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Москва, 2011.
3. Тенденции на российском ИТ-рынке. Trends in the Russian IT Market. М.: Центр компетенции по электронному правительству при Американской Торговой Палате в России, 2012. – [www.e-govcompetence.ru](http://www.e-govcompetence.ru).

## Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Балабанова О. Д.  
кандидат экономических наук, доцент,  
Российский государственный  
торгово-экономический университет

### **Развитие механизмов взаимодействия между крупным и малым предпринимательством**

*В статье показано, что интеграция конкурентных преимуществ крупного и мелкого капитала — важнейшая закономерность современной экономики, которая служит серьезным фактором повышения ее эффективности.*

*Ключевые слова: конкурентные преимущества крупного и мелкого предпринимательства, эффект масштаба, механизмы взаимодействия между крупным и мелким предпринимательством.*

### **Development of mechanisms of interaction between large and small business**

*In article it is shown that integration of competitive advantages of the large and small capital — the most important regularity of modern economy which serves as a serious factor of increase of its efficiency.*

*Keywords: competitive advantages of large and small business, scale effect, interaction mechanisms between large and small business.*

Важная особенность и преимущество рыночной экономики состоит в том, что ей органически присуще многообразие форм собственности, размеров предприятий и их организационно-правовых форм, обусловленного неравномерностью в развитии производительных сил, финансово-экономических условий различных отраслей, сфер экономики, стран и регионов. Поэтому в экономике практически любой страны существуют крупные, средние и мелкие предприятия, соотношение между которыми определяет ее производственную структуру.

Производственная структура, являясь производной от уровня развития производительных сил и рыночных отношений, находится в постоянном развитии и совершенствовании. Как известно, исторически исходной формой зарождения капитализма является мелкое товарное

---

производство в виде индивидуальных хозяйств, кооперации и мануфактуры.

Появление и развитие машинных орудий, сопровождающееся значительным повышением производительности труда и нормы прибыли, стимулировало рост концентрации и централизации капитала, что в свою очередь привело к качественному изменению производственной структуры экономики, в которой доминирующую роль стали играть средние предприятия, производственные условия которых определяли среднюю (нормальную) норму прибыли, позволяющую оставаться им в данном виде бизнеса. В то время как мелкие предприятия, получающие прибыль меньше средней, разорялись и уходили с рынка. Крупные предприятия, напротив, имея более высокую норму прибыли, укрепляли свои рыночные позиции.

В начале XX в. масштабы централизации (объединения мелких и средних предприятий) и концентрации путем капитализации прибыли достигли такого высокого уровня, в результате чего в базовых отраслях экономики, главной движущей силой их развития стали крупные предприятия. С тех пор масштабы централизации и концентрации многократно возросли, в результате чего немало крупных национальных корпораций превратились в транснациональные вертикально — и горизонтально диверсифицированные корпорации холдингового типа, производящие значительную долю ВВП, экспорта и государственных доходов.

Их важное конкурентное преимущество состоит в высоком эффекте масштаба, суть которого состоит в том, что увеличение объема производства ведет к росту средней производительности труда, снижению средних общих издержек, а в конечном счете к росту прибыли, что, в свою очередь, служит важным источником финансирования научно-технологического прогресса и повышения конкурентоспособности.

Но, как показывает практика, экономические преимущества крупного производства не носят абсолютного характера, то есть не являются вечными и неизменными. Они действуют только до тех пор, пока расширение производства сопровождается снижением затрат. Но как только наступает момент, когда рост объема производства вызывает снижение производительности труда и повышение средних издержек, положительный эффект масштаба сменяется на отрицательный.

Рост общих издержек и снижение прибыли возникают, главным образом, потому, что неизбежно наступает момент, когда увеличение размеров предприятия ведет к существенному усложнению системы управления. Отношения между иерархическими уровнями корпоративно-

го управления в силу интенсивного вертикального и горизонтального разделения труда становятся все более многогранными и многоступенчатыми. Высшее руководство обособляется от реального процесса производства и управленческих структур среднего и низшего уровня, что сильно затрудняет принятие эффективного управленческого решения.

В экономике, для которой характерна высокая степень развития внутрикорпоративных финансово-экономических и управленческих отношений, противоречие между ростом масштабов производства и усложнением управления приобрело чрезвычайно острый и актуальный характер. Мировая практика изобилует примерами, когда растущие компании оказывались банкротами из-за неправильного учета, потери контроля за затратами, недостоверной информации, ошибок в управлении ликвидностью и так далее.

Другим не менее важным противоречием, снижающим конкурентные преимущества крупного бизнеса, служит противоречие между интересами собственников, менеджеров и акционеров, особенно миноритарных. Нередко обострение этого противоречия приводит к банкротству очень крупных и успешно развивающихся корпораций.

Значение этих противоречий состоит не только в том, что они показывают объективные границы роста централизации и концентрации капитала, масштабов производства, но и в том, что они служат движущей силой развития современной экономики, так как они стимулируют поиск путей и форм своего разрешения.

Одним из приоритетных направлений нейтрализации отрицательных последствий усложнения системы управления и организации крупного и крупнейшего бизнеса является использование конкурентных преимуществ малых форм предпринимательства.

Значительная роль малого бизнеса в современной экономике состоит в том, что он позволяет многим инициативным, творческим личностям выразить себя, реализовать свои идеи в области науки, техники, экономики, управления. Не секрет, что немало современных крупных и крупнейших корпораций выросли из мелких мастерских, семейных фирм, различного рода партнерских товариществ.

Небольшие коммерческие фирмы являются более гибкими и восприимчивыми к инновациям. Находясь под сильным воздействием механизма конкуренции, они сильнее и быстрее реагирует на требования рынка, что ускоряет внедрение научно-технических разработок в жизнь. Поэтому крупные промышленные корпорации широко привлекают малый инновационный бизнес для проведения НИОКР и коммерциализации их результатов.



Признание определяющей роли крупных корпораций в современной экономике ни в коей мере не отрицает огромной важности и значимости малых форм бизнеса. Одно другому не противоречит, так как крупное и мелкое производство в рыночной экономике не антиподы, а партнеры. Основное преимущество мелкого инновационного бизнеса — это наличие новых оригинальных идей, осуществление рискованных проектов, поиск нетрадиционных решений научно-технических проблем. Именно в силу этих преимуществ ряд таких новейших направлений НТП, как: биотехнология, программное обеспечение, телекоммуникации развиваются в основном за счет малых фирм.

В России, к большому сожалению, малый бизнес не получил заметного развития. Сегодня малых предприятий с численностью работающих от 30 до 100 человек в зависимости от отрасли и не принадлежащих крупному владельцу более чем на 25% насчитается чуть более миллиона, число занятых 1,4 млн. человек. Их вклад в ВВП не более 10%. Для сравнения в США — 50%. Наибольшая часть малых предприятий работает в сфере торговли и общественного питания, в промышленности — 14,9%, в строительстве — 14,5%, науке и научном обслуживании — 3,4%<sup>1</sup>.

Тем не менее несмотря на все сложности и трудности и у нас имеется немало примеров довольно успешной работы мелких фирм. Хорошо известно у нас и за рубежом семейная фирма Касперского. Примеров достаточно много. По расчетам специалистов, в малом инновационном российском бизнесе сосредоточено около двадцати процентов российского научного потенциала. Это, безусловно, примечательный факт. Но оценивая в целом состояние и динамику инновационного малого бизнеса следует признать, что он все еще слабо развит. Причин тому много, но наиболее важная состоит в том, что довести научную идею и разработку до коммерческого продукта в наших условиях чрезвычайно сложно и трудно. Требуется немало времени и значительный капитал. Большая же часть российского капитала продолжает оставаться краткосрочным, конъюнктурным.

Во всем мире широкое распространение экономическое сотрудничество малого и крупного бизнеса получило в автомобильной промышленности. Так, с «Дженерал Моторз» работают более 200 средних и мелких фирм. И у нас многие изделия для нужд крупных автомобильных компаний производят мелкие фирмы.

---

<sup>1</sup> Российский статистический ежегодник. Госкомстат России, М., 2011 г., С. 355.

Интенсивно развивается интеграция мелкого и крупного капитала в здравоохранении. По оценке Фонда содействия развитию малых форм бизнеса в научно-технической сфере, малые фирмы поставляют до тридцати процентов отечественных материалов и оборудования для стоматологии.

Опросы показывают, что большинство крупных компаний хорошо осознают и активно используют в практической деятельности конкурентные преимущества малого предпринимательства. Так, значительная доля опрошенных предпринимателей заявили, что они сотрудничают с малыми предприятиями. При этом чуть менее половины заявили, что ключевым фактором их взаимодействия служит снижение издержек производства путем использования аутсорсинга. Еще треть участников опроса основные преимущества в сотрудничестве видят в повышении эффективности в сфере снабжения и сбыта. Примерно столько же считают, что интеграция позволяет привлечь малые фирмы в качестве консультантов.

Среди конкретных областей взаимодействия крупного и мелкого бизнеса наиболее значимыми являются такие сферы, как консалтинговые, аудиторские и юридические услуги, сбыт и дистрибуция, передача в аренду малым предприятиям незагруженных мощностей и площадей, предоставление транспортных услуг, поставки сырья и комплектующих, информационно-компьютерное обеспечение и поддержка, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки.

По мнению многих аналитиков, сложившееся разделение труда и кооперация между крупными и средними компаниями, с одной стороны, и малыми предприятиями — с другой, являются проявлением типичной для российской экономики последних лет тенденции реструктуризации бизнеса и оптимизации производственной структуры. Но для развития малых предприятий и их наиболее полной интеграции в производственную структуру крупных корпораций, по мнению многих участников опроса, необходима активная и действенная государственная политика поддержки малого предпринимательства.

Интеграция конкурентных преимуществ крупного и мелкого капитала — важный и сильный источник роста конкурентоспособности экономики. Но в отличие от развитых стран, где этот процесс всячески поддерживается и стимулируется государством и большим бизнесом, в России он развивается стихийно, за счет энтузиазма отдельных предпринимателей. Естественно, что в этих условиях эффективность, отдача процесса интеграции конкурентных преимуществ крупного и мелкого капитала довольно низкая, что тормозит повышение конкурентоспособности российской экономики.

Чтобы активизировать этот процесс и сделать его более эффективным, представляется, что наряду с решением наиболее острых макроэкономических проблем, более последовательно и результативно использовать такие наиболее прогрессивные формы интеграции малого и крупного бизнеса, как: франчайзинг, аутсорсинг, лизинг, венчурный капитал.

Итак, интеграция конкурентных преимуществ крупного и малого предпринимательства – важная закономерность современной экономики, обусловленная глубоким противоречием между достижением высокого эффекта масштаба и сложностью управления в интегрированных корпоративных структурах. Важнейшими направлениями разрешения этого противоречия являются повышение качества менеджмента и маркетинга путем использования новейших технологий и интеграции крупных, средних и мелких предприятий.

Дудин М. Н.  
кандидат экономических наук, доцент,  
профессор кафедры « Менеджмент организации»,  
Российская академия предпринимательства

Талубоев М. О.  
аспирант,  
Российская академия предпринимательства

## **Внедрение инновационного форсайта в систему управления предпринимательских структур**

*Стратегическое управление инновационным развитием становится методологией развития социума в XXI в. Одним из наиболее эффективных форматов исследований является форсайтное исследование. Использование исследования форсайт позволит предпринимательской организации повысить свой уровень конкурентоспособности за счет формирования « опережающей » стратегии, адаптации к новым технологиям и ограниченности ресурсов, предугадывание спроса и, как следствие, снижение рисков. В статье рассматриваются основы стратегического управления инновационным развитием предпринимательских структур России на основе использования Форсайта.*

*Ключевые слова: стратегическая устойчивость, конкурентоспособность, инновационное развитие, форсайт, инновационная система, модернизация предпринимательских структур.*

## **The introduction of innovative Foresight to the control system business structures**

*Strategic management is the development of an innovative methodology for the development of society in the XXI century. One of the most effective format is foresite research study. The use of foresight studies will allow business organizations to improve their competitiveness through the formation of « advanced » strategies to adapt to new technology and limited resources, prediction of demand and, consequently, reduce the risks. The article covers the basics of strategic management of innovation development of Russian business structures through the use of foresight.*

*Keywords: strategic stability, competitiveness, innovation development, foresight, innovation system, modernization of business structures.*

О форсайте, как научной категории и практико-ориентированном способе исследования будущего объектов и/или систем, известно с последней четверти XX века. Но до настоящего времени научно-исследовательская среда не определилась с содержанием данной дефиниции, а также с сущностью и спецификой её использования в управлении большими и малыми социально-экономическими системами.

---

Определенно понятно, что взгляд в будущее (собственно перевод термина «foresight») он необходим, но не как пассивное футуристическое представление картин и прогнозов будущего (многие из которых имеют свойство не сбываться), напротив — как активное конструирование будущего из настоящего.

Для предпринимательских структур активное конструирование будущего необходимо с целью обеспечения стратегической конкурентоспособности и устойчивого развития. Несомненно, что конкурентоспособность предпринимательских структур в современных условиях уже не может обеспечиваться простым обладанием факторами производств (труд, капитал, земля) и даже предпринимательский талант не является источником получения устойчивых или отличительных конкурентных преимуществ.

Для получения устойчивых или отличительных конкурентных преимуществ, которые образуют стратегическую конкурентоспособность, предпринимательской структуре необходимо обладать знаниевой компонентой развития, в том числе способностью продуцировать и внедрять инновации, а также готовностью к изменениям.

Знаниевая компонента развития предпринимательских структур — это интеллектуальный капитал, который активно используется посредством ключевых компетенций менеджмента в совокупности с объективной и релевантной информацией, служащей обеспечением любых управленческих решений.

Оптимальным и в то же время эффективным инструментом активного конструирования будущего предпринимательских структур для формирования стратегической конкурентоспособности в долгосрочной перспективе является инновационный форсайт.

Данный инструмент позволяет не только активно конструировать будущее предпринимательских структур уже на настоящем этапе развития, но и также трансформировать вектор развития с учетом возможного изменения долгосрочных средовых трендов.

Мы считаем, что реализацию инновационного форсайта необходимо рассматривать в прикладном аспекте теории длинных (больших) волн Н.Д. Кондратьева (четырёхфазного цикла: оживление, подъем, спад, депрессия) и волн инноваций. Волновая природа экономического роста и появления инноваций является обоснованным научным фактом. Наложение длинных (больших) кондратьевских волн на волны инноваций позволяет говорить о том, что каждое приближение национальной или мировой экономической системы к депрессии и, соответственно к дну цикла, означает предстоящий технологический сдвиг и появление базисных инноваций.

Если рассматривать интегрированную теорию длинных волн Н.Д. Кондратьева и волн инноваций применительно к отдельно взятой предпринимательской структуре, то длинная волна — есть жизненный цикл предприятия, в свою очередь улучшающие и микро-инновации, являющиеся логическим продолжением базисных, рассматриваются как движущие силы и факторы интенсивного устойчивого и конкурентоспособного развития в долгосрочной перспективе. Это развитие обеспечивается использованием в качестве стимулов роста и конкурентоспособности эволюционных и революционных инноваций.

Эволюционность или революционность инноваций, используемых для активного конструирования будущего предпринимательских структур, в данном аспекте зависит от предшествующего развития предприятия. В частности, мы считаем, что эволюционные инновации, используемые для активного конструирования будущего предпринимательских структур с целью обеспечения стратегической конкурентоспособности, свойственны таким предприятиям, которые в предшествующие уже показывали инновационную активность.

Эволюционные инновации, направленные на обеспечение стратегической конкурентоспособности предпринимательских структур являются логическим продолжением ранее достигнутых научно-технических и технологических успехов. Для тех предпринимательских структур, развитие которых в предшествующие периоды характеризовалось экстенсивностью, любые инновации, которые используются для активного конструирования будущего, будут революционными, фактически изменяющими специфику развития данной структуры, переводя ее в развитии с традиционного (экстенсивного) пути на инновационно ориентированный.

В теории форсайта принято, что данный инструмент представляет собой проектную сценарную технологию, которая направлена на выявление долгосрочных трендов и формирование долгосрочных планов развития, которые в большей степени описываются качественными параметрами, нежели количественными значениями. И если на макроэкономическом уровне в форсайты (инновационные, научные, технологические) включаются мировые проблемы, такие как:

- глобализация, смена мировых центров притяжения, выравнивание региональных различий;
- формирование общества знаний (информационного или носферного общества);
- обеспечение физического здоровья населения Земли и доступность всех видов социальной помощи;

- защита окружающей среды и способы повышения энергоэффективности мирового социума и др.

То на микроэкономическом уровне для инновационного форсайта имеется определенный континуум проблем, который в общем случае сводится к поиску таких решений, которые позволят аккумулировать организационные знания, преобразование их посредством ключевых компетенций менеджмента в относительно или абсолютно уникальные конкурентные преимущества. И поскольку инновационный форсайт, как инструмент активного конструирования будущего, наиболее приемлемо использовать в проективных методиках, мы считаем, что этапы построения проекта укладываются в следующую схему (см. Рис.1).

Мы считаем, что построение инновационного форсайт-проекта включает шесть последовательных этапов и начинается с определения перечня макроэкономических трендов и тенденций, которые наиболее вероятно будут определять облик будущего национальной и мировой социально-экономической системы. На данном этапе происходит качественная оценка всех трендов, определяющих развитие общества, как правило, в четырех основных направлениях: политика, экономика, технологии и собственно сам социум. Итогом первого этапа является структурированный перечень тех эволюционных и революционных инноваций, которые вероятнее всего будут аутентично развиваться и изменяться в соответствии с базисным трендом. Способность инноваций к изменению в перспективе, а также к возможным трансформациям является основным условием их отбора в инновационный форсайт-проект.

На втором этапе формирования инновационного форсайт-проекта определяются стратегические ориентиры развития предпринимательской структуры. Здесь учитывается текущее состояние подсистем управления, а также стабильность бизнес-процессов в совокупности с формируемой (сформированной) корпоративной стратегией и когерентности ей функциональных стратегий. В идеальном представлении формирования форсайт-проектов корпоративная стратегия, а также согласованные с ней функциональные стратегии должны формулироваться параллельно проекту инновационного форсайта. Поэтому наиболее правильно второй этап построения форсайт-проекта совместить с разработкой корпоративной и функциональных стратегий, а также с формулированием соответствующих планов.

Итогом второго этапа построения инновационного форсайт-проекта является разработанный стратегический план, а также комплекс функциональных планов, которые согласованы между собой и направлены на обес-



**Рис. 1. Схема построения инновационного форсайт-проекта <sup>1</sup>**

печение устойчивости развития, а также повышение конкурентоспособности предпринимательской структуры в долгосрочной перспективе.

Кроме этого, в рамках второго этапа необходимо выработать способы достижения стратегических ориентиров на среднесрочную и долгосрочную перспективу с учетом достигнутого уровня развития предпринимательской структуры.

<sup>1</sup> Разработано автором.



На третьем этапе построения инновационного форсайт-проекта формируются проектные сценарии или проектные альтернативы, которые основываются на оценке текущего состояния внешней и внутренней среды предпринимательской структуры, выявленных трендах макро- и микроэкономического развития.

Мы считаем, что разработка проектных сценариев должна включать как минимум один базовый (контурный) сценарий, а также три сценария при возможной смене трендов: социально-политического, экономического, технологического.

Итогом третьего этапа построения инновационного форсайт-проекта являются четыре сценария, которые включают конструкцию будущего состояния предпринимательской структуры, описанную в качественной терминологии, и нацелены на обеспечение стратегической конкурентоспособности данной структуры.

На четвертом этапе построения инновационного форсайт-проекта проводится непосредственная оценка готовности и способности предпринимательской структуры к реализации каждого из представленных проектных сценариев или альтернатив. Для данного этапа рекомендуется разработать методику оценивания текущего уровня развития и наличия стратегической конкурентоспособности у предпринимательской структуры, а также вероятностную модель изменения определенных параметров развития и способности к конкуренции в будущем. При этом стоит помнить, что простая экстраполяция (от достигнутого) в данном случае будет ошибочной и может создавать искажения в оценке перспектив развития и сохранения стратегической конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Итогом четвертого этапа построения инновационного форсайт-проекта является соотнесение разработанных проектных сценариев или проектных альтернатив с готовностью и способностью предпринимательской структуры к реализации каждого из разработанных сценариев.

На пятом этапе происходит окончательное формулирование в инвариантных терминах инновационного форсайт-проекта, направленного на обеспечение стратегической конкурентоспособности предпринимательской структуры с учетом всех ранее полученных данных, необходимых для разработки проекта и его альтернатив.

Созданный инновационный форсайт-проект включает в обязательном порядке процедуры контроля и мониторинга, а также должен предусматривать возможность внесения изменений в проект при появлении тех или иных условий (перечень данных условий внутреннего или внешнего характера является неотъемлемой частью форсайт-про-

екта). Процедуры контроля и мониторинга формулируются на шестом этапе построения инновационного форсайт-проекта. При этом особенностью форсайт-проекта является возможность внесения изменений за счет возврата к любому из этапов построения проекта или его сценариев (альтернатив).

Поскольку любой инновационный форсайт-проект предусматривает возможность внесения изменений на любом этапе реализации возникают определенные трудности с технико-экономической оценкой разработанного проекта. Мы считаем, что в данном случае наиболее правильным будет проводить оценку эффективности и результативности реализации инновационного форсайт-проекта на основании достижения ключевых целевых показателей.

В частности, инновационные форсайты, направленные на формирование стратегической конкурентоспособности предпринимательских структур, в качестве ключевых показателей должны рассматривать основные внешние и внутренние конкурентные параметры.

При этом важно рассмотреть соответствие указанным параметрам достигнутых конкурентных позиций предприятия, а также наличие и уровень использования инновационного потенциала.

Резюмируя вышесказанное, считаем необходимым отметить, что инновационный форсайт, направленный на повышение стратегической конкурентоспособности предпринимательских структур, будет, пожалуй, наиболее востребованным инструментом исследования и активного конструирования будущего современных предприятий и организаций.

Данный инструмент интегрирует отдельные методические подходы к формулированию ориентиров и направлений интенсификации развития предпринимательских структур за счет инноватики, а также учитывает долгосрочные тренды социального, политического, технологического и экономического характера, определяющие общую и частную специфику развития бизнес-среды.

#### **Используемые источники**

1. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. М.: Экономика, 2010.
2. Дудин М.Н., Лясников Н.В. Форсайт как инструмент обеспечения стратегической устойчивости предпринимательских структур производственной сферы // European Researcher. Международный мультидисциплинарный научный журнал «Европейский исследователь». 2012, (26), № 8–1.

3. Кузьминов Я.И. Перспективы форсайта в России безграничны// Форсайт. 2007. Т. 1. № 1. С. 26–29.
4. Пугачева Е.Г., Соловьев К.Н. Самоорганизация социально-экономических систем. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003.
5. Серегина С.Ф., Барышев И.А. Закономерно ли появление форсайта?//Форсайт. 2008. Т. 2. № 2. С. 4–12.
6. Семенова Н.Н. Форсайт в условиях глобализации // Альманах «Наука. Инновации. Образование». Выпуск 5: «Форсайт: основы и практика применения». М.: Знак, 2008. С. 25–43.
7. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. М.: Изд-во «Экономика», 2005.

Забиров Н. Х.  
кандидат экономических наук,  
председатель Союза предпринимателей  
и экспортеров Таджикистана

## **Роль микрофинансовых организаций в развитии малого предпринимательства в Республике Таджикистан**

*В статье рассматривается место и роль микрофинансовых организаций в развитии малого предпринимательства, проблемы создания и функционирования МФО, а также микрокредитование субъектов малого предпринимательства.*

*Ключевые слова: микрокредитные организация, малое предпринимательства, микрокредит, процентная ставка.*

## **Role of microfinance institutions in the development of small entrepreneurship in the Republic of Tajikistan**

*The article discusses the place and role of microfinance institutions in the development of small entrepreneurship, problems of creation and functioning of microfinance institutions, as well as micro-credit subjects of small entrepreneurship.*

*Keywords: micro-credit organization, small entrepreneurship, micro-credit, interest rate.*

Согласно распространенному определению, микрофинансирование представляет собой предоставление широкого спектра финансовых услуг, включая займы, депозиты, расчетно-кассовое обслуживание, страхование, услуги микролизинга и других видов услуг, связанных с финансированием субъектов малого предпринимательства.

Микрофинансирование имеет следующие особенности:

- целевая аудитория — мелкие и малые предприниматели, а также необеспеченные слои населения;
- малые размеры займов (в разных странах под микрокредитами понимают займы в размере от \$500 до \$10 тыс.);
- короткие сроки кредитования;
- гибкие подходы к обеспечению возвратности займов;
- сравнительно высокие процентные ставки по кредитам.

Функции микрофинансирования следует рассматривать с двух точек зрения: экономической и социальной, поскольку микрофинансирование, по своей сути, — это бизнес, функционирующий на стыке социального развития и коммерческой деятельности и призванный решать социальные задачи.

---

Социальные функции:

- инструмент сокращения бедности;
- стимулирование предпринимательской инициативы;
- механизм, способствующий декриминализации бизнеса, сокращению неформального финансового сектора и, как следствие, повышению прозрачности деятельности заемщиков.

Экономические функции:

- повышение финансовой устойчивости мелкого бизнеса, расширение сектора малого предпринимательства;
- повышение ассортимента и качество финансовых услуг, общее улучшение деятельности финансовой системы в стране;
- формирование кредитной истории у мелких заемщиков — повышение вероятности получения кредитов в банках;
- микрофинансирование — самостоятельный вид экономической деятельности, который может приносить доход и поможет формировать рабочие места.

Отличительной чертой микрокредитов являются относительно короткие сроки кредитования и высокие процентные ставки по кредитам. Анализ микрокредитования показывает, что сравнительно высокие процентные ставки по микрокредитам компенсируются одним немаловажным фактором, который в определяющей мере делает микрозаймы привлекательными для малого предпринимательства — упрощенные процедуры получения займов. Во-первых, это проявляется в сравнительно небольших издержках, связанных со сбором необходимых для получения кредита документов. Во-вторых, микрофинансовые организации значительно более гибко подходят к вопросу обеспечения кредитов в сравнении с банками.

Недоступность банковских кредитов для предприятий малого бизнеса в Республике Таджикистан, особенно на начальной стадии развития делает микрофинансирование фактически одним из единственно возможных источников кредитных ресурсов.

Становлению системы микрокредитования и вообще микрофинансированию Правительство республики Таджикистан отводит особую роль. Микрокредиты призваны стимулировать развитие малого бизнеса — одного из факторов диверсификации экономики — и к тому же решить социальные задачи нашего общества. Для увеличения числа микрокредитных организаций (МКО) законодательство значительно сократило процедуры их создания и регистрации, а также упрощена отчетность и надзор со стороны Национального Банка Республики Таджикистан.

Постановлением Правления Национального банка Таджикистана за №168 от 2 августа 2012 г. была утверждена Инструкция №196 «О порядке регулирования деятельности микрокредитных депозитных организаций» согласно, которой для микрокредитных депозитных организаций устанавливаются следующие обязательные пруденциальные нормативы:

- минимальный размер уставного капитала;
- норматив достаточности капитала;
- норматив текущей ликвидности;
- максимальный размер риска на одного заемщика или группу взаимосвязанных заемщиков;
- норматив использования собственных средств для приобретения акций (долей) юридических лиц;
- норматив предельного размера привлекаемых сбережений и депозитов.
- Размер одного микрокредита выданный микрокредитной депозитной организацией физическим лицам не должен превышать сумму эквивалентную 250 000 (двести пятьдесят тысяч) сомони и выданный юридическим лицам не должен превышать сумму эквивалентную 500 000 (пятьсот тысяч) сомони.
- Размер одного микрокредита выданный другим микрофинансовым организациям не должен превышать сумму эквивалентную 1 500 000 (один миллион пятьсот тысяч) сомони.

Для вновь создаваемых микрокредитных депозитных организаций минимальный размер уставного капитала устанавливается в сумме 4 000 000 (четыре миллиона) сомони <sup>1</sup>.

Согласно Нового Закона Республики Таджикистан «О Микрофинансовых организациях», который был принят 16 апреля 2012 года № 816, определяет правовые и организационные основы деятельности микрофинансовых организаций и направлен на формирование и развитие рынка микрофинансовых услуг и поддержку малого и среднего предпринимательства в Республике Таджикистан.

В настоящем Законе регулируются следующие основные виды микрофинансовых организаций: (микрокредитная депозитная организация, микрокредитная организация и микрокредитный фонд) кредитные организации, занимающиеся микрофинансовой деятельностью на основании лицензии Национального банка Таджикистана:

---

<sup>1</sup> Постановления Правления Национального Банка Таджикистана, №168 от 2 августа 2012 г. Инструкция №196 «О порядке регулирования деятельности микрокредитных депозитных организаций».

- микрокредитная депозитная организация юридическое лицо, созданное в целях привлечения депозитов, сбережений и предоставления микрокредитов в порядке, установленном настоящим Законом;
- микрокредитная организация – юридическое лицо, созданное в целях предоставления микрокредитов в порядке, установленном настоящим Законом;
- микрокредитный фонд – некоммерческое юридическое лицо, созданное в порядке, установленном настоящим Законом, в целях предоставления микрокредитов;
- микрокредит – кредит, предоставляемый заёмщику кредитной организацией на условиях выплаты процента и возвратности на определённый срок, объем которого не превышает установленный Национальным банком Таджикистана размер<sup>2</sup>.

По данным Национального Банка Таджикистана на 01 января 2013 года в стране функционирует 125 микрофинансовых организаций, из них: 35 – микрокредитная депозитная организация, 44 – микрокредитная организация и 46 – микрокредитный фонд<sup>3</sup>. Создание хороших стартовых условий для роста МФО немного повлияло на качественное развитие института микрофинансирования: по разным оценкам специалистов, из общего числа зарегистрированных МФО на сегодня всего лишь от 15 до 20% бездействует или находится во временном простое. И если доля микрофинансирования в странах с переходной экономикой колеблется от 20 до 40%, то в Республике Таджикистан сегмент микрокредитования в совокупном кредитном портфеле государства составляет около 27%, а по количеству активных клиентов до 32%.

Главной спецификой рынка микрокредитования можно назвать особый контингент его заемщиков. Основные клиенты МФО – тот слой населения, который в силу разных причин не имеет свободного и постоянного доступа к кредитным ресурсам банков, особенно если нуждается в относительно небольших суммах. Очень часто это жители сельской местности, горных районов страны, планирующие увеличить поголовье домашнего скота или расширить свое подсобное хозяйство. Но они не могут получить банковский кредит, так как ни недвижимость в сельской местности, ни сельхозинвентарь не представляют для банков залоговой ценности. Это и горожане, пытающиеся обеспечить свои семьи посред-

---

<sup>2</sup> Закон Республики Таджикистан «О микрофинансовых организаций» от 16.04.2012 года № 816.

<sup>3</sup> Официальный сайт Национального Банка Таджикистана.

ством торговли, которая является наиболее быстрым способом заработать средства на существование.

Деятельность микрокредитных фондов в соответствии со статьей 23 Закона Республики Таджикистан «О микрофинансовых организациях», устанавливает порядок их регулирования согласно Инструкцией № 198 «О порядке регулирования деятельности микрокредитных фондов» утвержденной Постановлением Правления Национального Банка Таджикистана от 30 августа 2012 года, № 195.

Большинство из МФО были зарегистрированы в форме некоммерческой организации. Поэтому основной круг сегодняшних игроков является собой организации, слабо капитализированные, со штатом в 2–3 человека, которые испытывают трудности с подготовкой и повышением профессионального уровня своих работников, оргтехникой, методикой работы с заемщиком, так как при микрофинансировании существует особая специфика, связанная с ограниченной возможностью заемщика.

На сегодняшний день основной проблемой для большинства МФО является отсутствие стабильного доступа к источникам кредитования. Большинство МФО, во-первых, не могут финансировать свою деятельность за счет привлечения депозитов населения. Во-вторых, являются причиной того, что многие международные инвестиционные компании настороженно относятся к таким субъектам финансового рынка. «Основная проблема, с которой сталкиваются иностранные инвесторы, — это недостаток информации о деятельности микрофинансовых организаций и финансовая непрозрачность этих организаций. Под финансовой прозрачностью понимается не только наличие финансовой отчетности, но и ее подтверждение внешним аудитом, а также оценка деятельности организации, выполненная независимым, специализированным рейтинговым агентством. На сегодняшний день нам неизвестна в Республике Таджикистан нет не одной организации, прошедшая международный рейтинг.

Достаточно заинтересованы в сотрудничестве с микрофинансовыми организациями коммерческие банки, но при этом они рассматривают МФО как стандартного заемщика и требуют твердые залоги, в то время как основным активом большинства микрофинансовых организаций является их кредитный портфель.

Поэтому ожидания большинства участников рынка, являющихся небольшими организациями, связаны, прежде всего, с государственной поддержкой микрофинансирования, а также помощи международных финансовых институтов и доноров.



Чтобы МФО смогла встать на ноги и самостоятельно развиваться, требуется не менее 3–5 лет. В течение этого периода она должна быть обеспечена технической помощью и постоянным притоком финансовых средств. Этот момент на наш взгляд и должно учитываться и при разработке проекта Государственной программы поддержки малого предпринимательства в Республики Таджикистан на 2012–2020 годы разрабатываемой Государственным комитетом по инвестициям и управлению государственным имуществом Республики Таджикистан, при технической поддержке МФК и непосредственном участии бизнес-сообщества страны, и в рамках данной программы разработки механизма реализации программ по микрофинансированию. Большие надежды в решении многих задач по развитию микрофинансирования и государственной поддержки малого предпринимательства в целом возлагаются на предполагаемый Фонд поддержки малого предпринимательства (ФПП), создания которого намечена в рамках принятия вышеуказанной государственной программы. В настоящий момент, насколько можно судить по имеющейся информации, аналогичные фонды других развивающихся стран сосредоточили свою основную деятельность на проведении микрофинансирования малого предпринимательства напрямую и через МФО. Хотелось бы надеяться, что такая-же деятельность фонда будет практиковаться и у нас в республике.

Развитие микрокредитование является одним из важных направлений экономической политики Республики Таджикистан для поддержки малого и среднего бизнеса в республике, содействующего повышению уровня жизни население страны. В 2012 году объем предоставленных микрокредитов составил 3,1 млрд сомони, увеличившись относительно предыдущего года на 30,6 процентов. В отдаленные горные регионы страны было выдано микрокредитов на сумму 634,9 млн. сомони, что по сравнению с предыдущим годом увеличилось на 22,7 процентов <sup>4</sup>. По данным Государственного комитета по инвестициям и управлению государственным имуществом Республики Таджикистан в 2012 году количество субъектов предпринимательства составил 236 441, что по сравнению с 2011 году на 21 363 субъекта больше или на 9,9% больше чем за предыдущий год. Из них индивидуальных предпринимателей работающих по патенту или свидетельству, т.е. без права юридического лица составляет 114 949 или 48,2% а количество дехканских (фермерских) хозяйств составляет 96 764, или 40,9%, когда субъектов предпринимательства с правом юридического лица в

<sup>4</sup> Официальный сайт Национального Банка Таджикистана.

стране составляет 25 728 единиц, что составляет 10,9% всей численности субъектов предпринимательства<sup>5</sup>.

Большинство игроков рынка сами должны решать, в каком направлении им двигаться: по пути мелких рантье или же стремиться попасть в категорию средних финансовых организаций

Подобный разброс мнений участников рынка объясняется различием их взглядов на экономическую сущность микрокредитования и, как следствие, собственную стратегию развития. Большинство мелких МФО предпочитает заниматься потребительским кредитованием. Экономически им это выгодно. Несмотря на то, что МФО выдают небольшие займы, сектор приносит высокую доходность за счет того, что деньги выдаются на очень короткий срок и более рискованной категории заемщиков. Привлекая первичное финансирование от других инвесторов под 10–15% годовых, на местах МФО зачастую кредитуют клиентов уже под 30–35% годовых. Понятно, что такую кредитную ставку может потянуть лишь торговля и посреднические отношения. В то время как задачей МКО является не только борьба с бедностью, но и стимулирование микропроизводственной деятельности.

Сектор микрокредитных организаций коммерциализируется быстрыми темпами: на рынок выходят компании, для которых микрокредитование — хороший нишевой бизнес. Поэтому большинство игроков рынка должны сами решать, в каком направлении им двигаться: по пути мелких рантье или же стремиться попасть в категорию средних финансовых организаций.

Кстати, часть крупных участников рынка уже понимает необходимость совершенствования своих бизнес-процессов и сегментирования спроса. Для них важным становится построение отношений с клиентами в долгосрочном плане, чтобы приучить заемщика работать с определенной МФО. Для чего ставится цель постоянно присутствовать на рынке за счет наработки собственного капитала, привлечения, как заемных ресурсов, так и передовых технологий работы. Некоторые успешные МФО выбрали стратегию максимальной приближенности к заемщикам, для чего открывают в городах, районах и сельских местах страны свои филиалы. Минимизируя ставку кредита, МФО получают возможность финансировать небольшие производства.

Однако увеличения объемов рынка микрокредитования в ближайшем будущем не прогнозируется. Дефицит кредитных ресурсов не позволит действующим МФО значительно нарастить объемы кредитования.

---

<sup>5</sup> Официальный сайт Государственного комитета по инвестициям и управлению государственным имуществом Республики Таджикистан.

Увеличение возможно лишь за счет образования новых микрофинансовых организаций, а также за счет расширения географии уже существующих. Но это достаточно непростой и недешевый способ для многих МФО.

Исходя из вышеизложенного для повышения роли МФО в развитии малого и среднего бизнеса в Республике Таджикистан необходимо:

- уменьшить процентные ставки для микрокредитования субъектов малого предпринимательства, используя для начало успешной реализации данного механизма, государственную политику субсидирования части процентных ставок кредитов для субъектов малого предпринимательства;
- предусмотреть в Бюжете страны ежегодно выделение денежных средства для кредитование субъектов малого предпринимательства через создания Фонда поддержки малого предпринимательства совместно с МФО;
- Упростить процесс кредитование МФО субъектам малого предпринимательства;
- Внести изменение в Закон Республики Таджикистан «О микрофинансовых организаций» в частности упрощение процесса регистрации и уменьшение размера уставного фонда для вновь созданных МФО;
- Необходимо государство стимулировать и всячески поддерживать МФО, которые будут открывать в горных и трудно доступных районах страны свои филиалы и представительства.

#### **Используемые источники**

1. Гражданский Кодекс Республики Таджикистан;
2. Закон Республики Таджикистан «О Национальном Банке Таджикистана» от 28.06.2011 года, №722.
3. Закон Республики Таджикистан «О микрокредитных организациях» от 16.04. 2012, № 816.
4. Закон Республики Таджикистан «О валютном регулировании и валютном контроле» от 30.07.2007, № 314.
5. Закон Республики Таджикистан «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 29.12.2010 года, № 669.
6. Инструкция №196 «О порядке регулирования деятельности микрокредитных депозитных организаций» Постановлением Правления Национального банка Таджикистана за № 168 от 2 августа 2012 г.
7. Инструкцией № 198 «О порядке регулирования деятельности микрокредитных фондов» утвержденной Постановлением Правления Национального Банка Таджикистана от 30 августа 2012 года, № 195.

Кузин А. В.  
аспирант,  
Российская академия предпринимательства

## **Эффективный механизм регулирования малого бизнеса на муниципальном уровне**

*В научной статье рассматривается эффективность управления малым бизнесом на местном уровне через налоговое регулирование. Описывается международный опыт налогового регулирования малого бизнеса в развитых странах. Приводится пример сотрудничества государств в вопросе развития малого бизнеса в международных организациях. Раскрывается информация о субсидировании регионов для развития предприятий малого бизнеса. Описываются меры по совершенствованию налогового управления малым бизнесом на муниципальном уровне.*

*Ключевые слова: малый бизнес, управление, развитие, налоговое регулирование, местное самоуправление, административный барьер, налоговая система, конкуренция.*

## **The effective mechanism of regulation by small business at municipal level**

*In the scientific article effective management of small business at local level through tax regulation is considered. The international experience of tax regulation of small business in the developed countries is described. The example of cooperation of the states in a question of development of small business in the international organizations is given. Information on subsidizing of regions for development of small business enterprises reveals. Measures for improvement of internal revenue service by small business at municipal level are described.*

*Keywords: small business, management, progress, tax regulation, local government, administrative barrier, tax system, competition.*

Создание и развитие малого бизнеса, в эпоху глобализации, когда миром управляют транснациональные корпорации, которым зачастую сложно противостоять даже правительствам некоторых стран, волнует большинство государств, нацеленных на международную конкуренцию национальных экономик, создания стабильно-развивающейся экономики. Промышленно-развитые страны уделяют особое внимание на данный сегмент национального хозяйства, т. к. доля предприятий малого бизнеса в ВВП развитых стран составляет значительную часть. Как отмечает в своей статье И.А. Митрофанова «Налогообложение малого предпринимательства в России и за рубежом: реалии и прогнозы» доля субъектов малого бизнеса, например в США составляет порядка 50%, а в ЕС данный показатель приближается к 70%. При этом доля занятости в данных предприятиях равна 50% и 70% в США и ЕС соответ-

---

ственно. Таким образом, власти данных государств эффективно не только развивают национальную экономику, но и пополняют бюджет страны, и результативно борются с безработицей. Предприятия малого бизнеса, являясь особым субъектом государственного управления и экономического развития, в большинстве экономически развитых стран, регулируются особым административным, налоговым законодательством. Такой подход государственного управления позволяет учесть все необходимые аспекты создания, существования и благоприятного развития, такого необходимого сегмента национальной экономики, как малый бизнес. Преимущества данного подхода очевидны, для сравнения обратим внимание на процентную ставку по налогу на прибыль для субъектов малого бизнеса и остальных предприятий, например в США, налог на прибыль для крупных предприятий, так называемый корпоративный налог, находится на уровне 34%, в свою очередь налог на прибыль для субъектов малого бизнеса равен 15%, в Англии данные ставки находятся на уровне 30% и 20% соответственно для крупных и малых предприятий. Для сравнения, в Российской Федерации налог на прибыль, для разных категорий предприятий, находится на уровне 20%, что, безусловно, не добавляет оптимизма в вопросе развития малого бизнеса.

Страны с развитой рыночной экономикой вплотную занимаются развитием малого бизнеса, эффективно модернизируя налоговое законодательство, устраняя административные барьеры, препятствующие нормальному развитию. Безусловно, основополагающими проблемами, оказывающие сдерживающий фактор развития как экономики в целом, так и малого бизнеса в частности являются проблемы несовершенствования налогового законодательства, именно для субъектов малого бизнеса, а также чрезвычайно серьезные административные препятствия. Страны, которые рационально борются с данными проблемами, несомненно, находятся на правильном пути развития своей национальной экономики.

В мировой практике различают два подхода эффективного налогообложения субъектов малого бизнеса, а именно:

1. Предприятия малого бизнеса имеет ряд разнообразных льгот по определенным налогам, чаще всего по таким налогам как налог на прибыль и налог на добавленную стоимость, а также имеет некоторые привилегии.

2. Для субъектов малого бизнеса создаются специальные режимы налогообложения, благодаря которым упрощается ведение бухгалтерского учета, исчисление налогооблагаемой базы и непосредственно уплаты налога.

Экономически развитые страны, в вопросе развития, такого важнейшего элемента государственной экономики, как малый бизнес, используют так называемый смешанный подход налогообложения. Данный подход основывается на создании специальных режимов налогообложения и предоставлении необходимых налоговых льгот для предприятий, в зависимости от экономического состояния, сферы их деятельности и т.д. Используя такие важнейшие инструменты налогового воздействия на бизнес можно эффективно управлять как малым бизнесом на муниципальном уровне, так и государственной экономикой в национальном масштабе. Такие экономические инструменты позволяют регулировать количество игроков на рынке, количество выпускаемого товара, а соответственно и рыночных цен, а впоследствии и все важнейшие экономические показатели, такие как инфляция, процентная ставка по банковским кредитам и т.д. Но важным условием, в данном случае, является разграничение полномочий. При условии больших размеров страны, полномочия по налоговому стимулированию необходимо распределить между представителями органов региональной власти и органов местного самоуправления. Это благоприятно отразится на каждом субъекте предпринимательства, в силу того, что власти «на местах» более информированы об экономическом состоянии предпринимательства на подшефной им территории, чем органы региональной и федеральной власти. Органы местного самоуправления смогут учесть специфику развития своей территории, что, безусловно, трудно реализовать на региональном, а тем более на федеральном уровне. При таких обстоятельствах развитие малого бизнеса приобретет наивысшую степень эффективности.

Проблема развития малого бизнеса волнует не только отдельные государства, не только страны, в которых данный сегмент экономической жизни отсутствует, но и страны с хорошо развитым малым бизнесом, а также дискуссии по данному вопросу идут и в международных организациях. В эпоху экономической международной интеграции субъекты малого бизнеса расширяя зоны своего влияния, выходят на зарубежные рынки. Для обеспечения безопасности ведения бизнеса в другой стране, выработки экономического механизма трехстороннего взаимодействия, между государствами и субъектом бизнеса, для взаимовыгодного межгосударственного сотрудничества в области международного развития малого бизнеса и является работа в таких международных организациях как ОЭСР, АТЕС и др.

По данным Организации Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества на долю субъектов малого и среднего бизнеса в реги-

оне приходится всего лишь 30% экспортной продукции, в то время как количество таких предприятий находится на уровне 90%, и 60% персонала трудоспособного возраста. Данные показатели свидетельствуют о низкой эффективности, как трудовых ресурсов, так и предприятий.

Многие международные экономические сообщества имеют отдельные комитеты, департаменты по изучению проблем и перспектив развития малого бизнеса. В структуре АТЭС, еще в 1995 году была создана Группа по развитию малых и средних предприятий. В далеком 1996 году Группой были выдвинуты основные направления работы по заданной тематике, а именно:

1. Развитие людских ресурсов.
2. Доступ к информации.
3. Обмен технологиями.
4. Доступ к рынкам.
5. Финансирование.

Несмотря на то, что данные приоритетные направления были сформулированы 17 лет назад, они и сейчас являются актуальными, кроме того данный список можно пополнить еще некоторыми важными направлениями, например, усовершенствование системы двойного налогообложения, устранение административных барьеров. В 2011 году, в рамках АТЭС, представители стран участниц придали особое внимание торговым барьерам, которые препятствуют развитию малого и среднего бизнеса между странами организации. Так был представлен список определенных барьеров, оказывающий наиболее негативное влияние на международное сотрудничество в сфере развития торговых отношений посредством международной интеграции малого бизнеса. Среди серьезных проблем по развитию малого бизнеса в регионе, по мнению рабочей группы, являются: отсутствие источников финансирования; отсутствие возможности для интернационализации деятельности и трудности в выявлении экспортных возможностей; недостаточная открытость и прозрачность в деловой среде; чрезмерные транспортные расходы; задержки в процедуре таможенного оформления, в том числе жесткие таможенные требования и высокие требования к таможенной документации; сложности с различными правовыми, нормативными и техническими требованиями; отсутствует возможность защиты интеллектуальной собственности; несовершенство политики и нормативно-правовой базы как фактор, препятствующий эффективному осуществлению трансграничной электронной торговли; сложность в использовании льготных тарифов и других условий торговых соглашений. С вышеперечисленными административно-торговыми барьерами страны участницы АТЭС дали согласие бороться

ся и совершенствовать механизм интеграции малого бизнеса внутри организации. Российская Федерация, в этом вопросе, не исключение, рассмотрев данные предложения, поддержала инициативу, но предложила решить более важные и первоначальные проблемы, такие как, отсутствие финансирования, проблема выявления экспортных возможностей, открытость и прозрачность бизнес-среды, высокие транспортные издержки. Безусловно, все перечисленные административные, и не только, барьеры необходимо преодолевать для качественно-нового рывка в вопросе развития малого бизнеса и выхода его на международные рынки, хотя бы в рамках таких международных экономических организациях. С одной стороны, взаимовыгодное сотрудничество по международной интеграции малого бизнеса оказывает положительное воздействие на все заинтересованные государства, вовлеченные в данный процесс, но с другой – не стоит питать иллюзий по поводу беспрепятственного доступа предприятий малого бизнеса на зарубежные рынки. Международная торговля, является своего рода, «полем боя» на котором ведутся торговые войны не столько между предприятиями, сколько между национальными правительствами. Таким образом, для уверенной твердой позиции предприятий малого бизнеса и интересов страны на международной арене государственная власть должна быть уверена в стабильности не только национальной экономики, но и субъектов малого бизнеса. В 2012 году Россия вступила во Всемирную торговую организацию (ВТО), что, безусловно дает определенные дивиденды некоторым компаниям, но целые отрасли, в случае, если модернизация, автоматизация производства, сокращение издержек не найдет своего применения, могут столкнуться с высокой конкуренцией. В таком положении окажется и малый бизнес. В результате, данный сценарий угрожает национальной безопасности страны, что конечно необходимо предотвратить. Правила ВТО таковы, что Правительство страны не в силах противостоять иностранному участнику торговых отношений, путем открытой поддержки отечественного производителя, либо предоставления налоговых льгот, или созданием каких-либо административных барьеров для иностранного участника в виде повышения таможенных пошлин, так как в результате таких действий, со стороны государственной власти, к стране могут быть применены штрафные санкции, что, безусловно, подрывает авторитет страны и инвестиционную привлекательность. Таким образом, России необходимо развивать малый бизнес и национальную экономику путем модернизации, автоматизации производства, устранение разного рода барьеров, созданием удобных условий для ведения бизнеса.



Важным элементом создания благоприятных условий и развития малого бизнеса в любой стране является удобная, прозрачная, простая в применении и эффективная налоговая система. По данным международных рейтинговых агентств PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young система налогообложения в России сделала существенный рывок в развитии. Данные выводы были сделаны благодаря развитию электронных услуг, предоставляемых Федеральной налоговой службой, теперь налогоплательщики могут меньше проводить времени в налоговых инспекциях, а также сократилось время на исчисление налогов. Также наблюдается нисходящий тренд в выездных проверках, что благоприятно сказывается на налогоплательщиках. В начале 2013 года ФНС подписала договор с некоторыми компаниями о введении «горизонтального анализа», признанный во всем мире, при котором бухгалтерская отчетность находится в открытом доступе для налоговых органов. Данная мера полезна не только для налоговых органов, но и для субъектов налогообложения, так как сокращает налоговые нарушения. По мнению экспертов, налоговое бремя в России является менее тяжелым, чем в ряде развитых стран, в силу невысоких налоговых ставок, однако ставки по различным налогам являются одинаковыми для разных категорий налогоплательщиков. Сложившаяся ситуация в налоговой системе вызывает «перекос» в возможностях крупного и малого бизнеса, при котором субъекты крупного бизнеса не испытывают трудностей с уплатой налогов, субъекты же малого бизнеса, в зависимости от отрасли, финансовых результатов, несут такое же налоговое бремя, что и субъекты крупного предпринимательства.

Процесс развития малого бизнеса в России поставлен на федеральный уровень. О необходимости создания «нового слоя» национальной экономики, в виде малого бизнеса, говорят высшие должностные лица государства, научные круги, бизнес-сообщество. Развивать данную часть экономики призваны главы регионов, причем работу губернаторов будут оценивать на федеральном уровне. Премьер-министр России утвердил методику, по которой работа глав субъектов федерации, руководителей федеральных органов исполнительной власти будет определяться эффективностью деятельности должностных лиц в области развития и создания благоприятных условий для предпринимателей. Опросы предпринимателей, данные ведомств и исследование международных рейтинговых агентств, будут служить основным источником информации о работе на местах.

Еще одной важной мерой по развитию малого бизнеса в России является предоставление финансовой помощи регионам, для осуществления мероприятий по поддержки предприятий малого бизнеса. Такую поддержку осуществляет государство посредством конкурсного отбора субъектам Российской Федерации, бюджетам которых необходима финансовая помощь. Министерством экономического развития РФ разработан «Порядок конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации». В соответствии с данным Порядком субъекты РФ имеют право на получение финансовой помощи из федерального бюджета для финансирования следующих мероприятий:

1. Создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства (бизнес-инкубаторов).

2. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, производящих и (или) реализующих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта.

3. Развитие системы кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства.

4. Создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в научно-технической сфере.

5. Реализация иных мероприятий по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства (в соответствии с утвержденной программой Российской Федерации программой поддержки и развития малого и среднего предпринимательства).

Данные меры по поддержки региональных властей в вопросе развития малого бизнеса в регионе оказывает, несомненно, положительный эффект для субъектов на которых направлены данные средства, но негативным образом сказывается на региональных органах власти и органах местного самоуправления. Возникает ощущение, при котором необходимые финансовые ресурсы, в конечном итоге будут выделены федеральном центром. Необходимо уходить от такой зависимости региональных и местных бюджетов в финансовых средствах федерального бюджета.

Еще одной важной мерой поддержки и развития предприятий малого бизнеса в стране ознаменовалось создание ОАО «МСП Банк». Данный банк был создан еще в 1999 году, 100% акций принадлежит ОАО «Внешэкономбанк». Данная структура, подконтрольная государству, создавалась для кредитования предприятий малого и среднего бизне-

са, но только в последние годы банк широко исполнял работу, для которой был создан. Только за 2012 год МСП Банк выдал кредитов на 201 млрд. руб., из них 47% – инновация, модернизация, энергоэффективность; 30% – неторговый сектор; 21% – социально-региональный сектор; 2% – иное, при этом финансовую помощь от банка получили 32 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса. Но необходимо заметить недостаток финансирования предприятий малого бизнеса. По оценкам специалистов ОАО «МСП Банк» удовлетворенность малых и средних предприятий в кредитах находится на уровне 30–40%, что, несомненно, показывает необходимость создания подобных банков для поддержки малого бизнеса.

Органы местного самоуправления, территориальные налоговые органы должны стать для представителей малого бизнеса помощниками, консультантами. Для создания конкурентоспособных и стабильных предприятий необходимо создать на базе органов местного самоуправления отдел по работе с субъектами малого бизнеса, в обязанности которого будет входить консультирование по вопросам налогообложения (как правильно заполнять налоговые декларации, как законно уменьшить налогооблагаемую базу, как правильно воспользоваться налоговыми льготами и т.д.); разъяснение представителям предприятий, при необходимости, где и как получать лицензии, сертификаты; проведение бизнес-тренингов по экономическим, финансовым, страховым вопросам. Данные меры приведут к повышению финансовой грамотности населения, усилится взаимодействие бизнеса и органов местного самоуправления, в результате взаимовыгодного сотрудничества положительный эффект ощутят все заинтересованные субъекты.

Структура государственного устройства такова, что при направлении жалобы, предпринимателем, в самые высокие органы власти, данная жалоба направляется, во-первых, в профильное министерство, а затем по иерархии до территориального органа. Такой принцип жесткой вертикали власти необходимо пересмотреть.

Часто возникает ситуация, при которой предприниматель, не изучив рынок, создает предприятие, в конечном итоге происходит следующее: конкуренция в данной отрасли высокая, спрос на услуги низкий, нехватка оборотных средств, необходимость уплаты налогов приводит к банкротству данных компаний. Для того чтобы избежать таких последствий местному самоуправлению необходимо изучать рынок, потребность в определенных товарах, работах, услугах, тем самым указывая профессиональную ориентацию бизнеса, необходимого для данного города, района, муниципалитета. Данная мера поможет, во-первых, изба-

виться от «открытия» «закрытия» бесполезных компаний, а во-вторых, органы местного самоуправления, с учетом профориентации района могут направить развитие своего региона в нужное русло, используя свои сильные стороны.

Местная власть целиком и полностью зависит от финансовых ресурсов регионального и федерального бюджетов. При ухудшении внешней конъюнктуры органам местного самоуправления придется изыскивать источники финансирования бюджета. Кто как ни представители бизнес-сообщества могут помочь муниципалитетам в такой ситуации. Местная власть напрямую заинтересована в развитии малого бизнеса, чем больше будет предприятий в регионе, тем «полнее» бюджет. Поэтому для развития малого бизнеса органам местного самоуправления необходимо решить одну из капиталоемких составляющих любого предприятия, а именно аренда помещения. Необходимо создавать специализированные бизнес центры, помещения в которых представителям малого бизнеса будут предоставляться по льготной ставке, либо, при создании нового предприятия с отсрочкой платежа на определенный срок. Такая мера является стимулирующей для предприятий и выгодной для местного бюджета. При успешности использовании данной схемы ведения бизнеса бюджет получает необходимые ресурсы.

При создании предприятия, хозяйствующий субъект часто испытывает нехватку производственных фондов, кредитных ресурсов, в результате предприниматель недополучает потенциальный доход, тем самым недоплачивает в бюджет налоговые платежи. В итоге в минусе остаются и предприниматель, и государство. Для устранения таких последствий необходимо рассмотреть возможность приобретения основных средств, в виде оборудования, местной властью для организаций малого бизнеса. Данное оборудование может сдаваться в лизинг, опять же по льготной ставке, либо сдаваться в аренду, также по льготной ставке. После того, как предприятие нашло свою нишу на рынке, завоевало рынки сбыта, имеет возможность приобрести более новое или другое оборудование, оборудование, принадлежащее органам местной власти передается другим предприятиям, нуждающимся в нем. Данный вид поддержки вовлечет в бизнес-оборот все новые и новые бизнес-единицы, что положительно скажется на пополнении местного бюджета.

Для эффективного налогового управления малым бизнесом, органами местного самоуправления необходимо передать полномочия налогового регулирования, данными субъектами, на муниципальный уровень. Между тем следует разработать дифференцированную нало-

говую шкалу для предприятий малого бизнеса, в результате чего, налоговое бремя и налоговые ставки были бы значительно снижены. Данные преобразования приобретут положительный эффект только в том случае, если налоговые доходы от предпринимательской деятельности таких предприятий будут направлены в местные бюджеты. В результате нововведений органы местного самоуправления получают эффективный инструмент регулирования развитием малого бизнеса, что несомненно окажет положительное влияние на развитие всего региона.

Малый бизнес это крепкая основа для органов местного самоуправления, создавать и развивать предприятия на местах является важной работой на всех уровнях власти. Только слаженная работа всех заинтересованных лиц сможет дать желаемые результаты.

#### **Используемые источники**

1. Приказ Минэкономразвития России от 09.01.2013 №1 «Об утверждении порядка конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации».
2. Доклад малое и среднее предпринимательство в АТЕС, АРЕС Russia 2012.
3. Журнал «Молодой ученый» № 1, 2012 г.
4. правительство.рф.
5. [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru).
6. [www.mspbank.ru](http://www.mspbank.ru).

Хориков Ю. В.  
аспирант,  
Российская академия предпринимательства

## **Организационно-экономический инструментарий развития малого и среднего предпринимательства**

*В статье рассматриваются особенности формирования эффективного механизма управления предпринимательскими структурами рыбохозяйственного комплекса.*

*Ключевые слова: бизнес-процесс, информационные технологии, конкурентоспособность предприятия, производство продукции, промышленное предприятие.*

### **Organizational and economic tools development of small and average business**

*This article discusses the features of formation of an effective mechanism for management of business structures industry.*

*Keywords: business process, information technology, enterprise competitiveness, production, industrial enterprise, organization management.*

Предпринимательство как особый вид экономической активности, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности за риски и инновационной предпринимательской идее, направленной на извлечение прибыли, по своему содержанию может формироваться либо в сфере материального производства (трансформационная сфера), либо в сфере услуг (транзакционная сфера).

Структурные изменения в современной российской экономике характеризуются быстрым ростом доли производства, в том числе за счет добычи и производства в сфере рыбохозяйственного комплекса (РХК). Рыбохозяйственный сектор Российской Федерации является многофункциональным комплексом экономики, включая в себя широкий спектр видов деятельности от изучения и прогнозирования сырьевой базы, добычи и переработки водных биологических ресурсов до организации торговли рыбной продукцией в стране и за рубежом, обеспечивая занятость около 3 млн. человек в смежных отраслях экономики страны.

Развитие предпринимательства в сфере промышленного рыболовства и рыбоводства связано с преобладанием в рыбохозяйственном секторе малых и средних предприятий. Тенденции роста в этой сфере связаны с целым рядом факторов, главные из которых, усиление роли в

---

развитии инфраструктуры товарных рынков, а также сравнительно низкая капиталоемкость и короткие сроки реализации и окупаемости проектов в сфере рыбохозяйственного комплекса (РХК), в сравнении с тяжелой промышленностью и другими видами производства, что особенно существенно в условиях высокой неопределенности и рисков переходной экономики, что и делает эту сферу более привлекательной для развития предпринимательства.

Развитие различных форм экономических отношений в связи с продвижением организационных инноваций, таких как лизинг, венчурный капитал, интеграция, инновационные технологии на основе логистических подходов, глобализация мировой экономики, делающая более доступными мировые каналы поставок специализированного оборудования различных производителей в сфере рыбохозяйственного комплекса (РХК), могут обеспечить условия для формирования новых видов производства и услуг.

В связи с вышесказанным становится актуальной необходимостью исследования современных тенденций в развитии российского рынка рыбохозяйственного комплекса (РХК), оценки уровня конкуренции на локальных рынках и исследование организационно-правовых форм и схем рациональной организации новых видов бизнеса в этой сфере, а так же механизмов и процедур принятия предпринимательских решений об организации нового вида бизнеса, с целью повышения конкурентоспособности рыбохозяйственной отрасли и роста её эффективности.

Мировой опыт показывает, что развитие предпринимательства в сфере рыбохозяйственной отрасли является неотъемлемым условием стабилизации экономики, социальной сферы и повышения уровня занятости, именно поэтому во всех странах с развитым рыболовством значительное внимание уделяется экономической эффективности промысла и использования биоресурсов, которые реализуются через оптимизацию размера судов, экономичность главных двигателей, использование высокопроизводительных и экологичных орудий лова, производство продукции с высокой добавленной стоимостью.

Предпринимательство на протяжении всего периода развития экономических теорий остается предметом повышенного научного интереса, однако изменились вопросы, составляющие основные направления научных исследований в этой сфере. Все большее внимание в контексте современных исследований уделяется частным, специфическим сторонам данной проблематики, в том числе – направлениям и факторам интеграционных процессов на отдельных рынках, наиболее пригодных для развития предпринимательства, особенностям форми-

рования инновационного предпринимательства, показателям и методам оценки эффективности отдельных видов деятельности как в сфере производства и обмена, так и в рыночнохозяйственной деятельности.

В настоящее время к большому сожалению малое и среднее предпринимательство в рыночнохозяйственном секторе испытывает существенные трудности, препятствующие его эффективному развитию. Дефицит кредитных ресурсов, низкая ликвидность активов, характерные сегодня для экономики страны, оказывают негативное влияние на его развитие. Принятые в настоящее время государством меры не решили в полной мере накопившиеся системные проблемы, стоящие перед малым и средним предпринимательством рыночнохозяйственного сектора страны. В этой связи актуализируются вопросы совершенствования инструментария поддержки предпринимательских структур разных форм хозяйствования.

В России имеются все возможности для получения от развития рыночнохозяйственного сектора социальных, экономических и экологических выгод. В то же время организация и развитие предприятий в данной сфере сдерживается наличием ряда проблем, по составу и содержанию идентичных как общим проблемам развития всего промышленного сектора, так и экономике регионов и страны в целом. Именно поэтому необходим анализ международного и первого отечественного опыта по развитию малого и среднего предпринимательства для дальнейшего использования среди широкого круга российских предпринимательских структур.

Малый и средний бизнес рыночнохозяйственной отрасли в основном функционирует в прибрежных водах. Для повышения эффективности функционирования рационального прибрежного рыболовства необходим комплекс мер в сфере правового, организационного и технического регулирования.

В Федеральном законе «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов» (№ 166-ФЗ от 20.12.2004 г.) понятие прибрежного рыболовства сформулировано как «предпринимательская деятельность по поиску и добыче (вылову) водных биоресурсов, приемке, обработке, транспортировке, хранению и выгрузке уловов водных биоресурсов в определенные органами государственной власти прибрежных субъектов Российской Федерации места доставки на территориях этих субъектов, в том числе в морские порты Российской Федерации». Не определены: водная акватория прибрежного рыболовства, типы судов и орудий лова, правила таможенного и ветеринарного оформления рыбопродукции, правила регулирования рыболовства и неоднократного пересече-



ния границы территориальных вод. Вследствие этого прибрежное рыболовство, которое организовывалось с целью снабжения населения и береговых предприятий свежей рыбой и охлажденным сырьем, осуществляется, в основном, по одинаковым правилам с промышленным, хотя нуждается в особом государственном регулировании.

Так, Постановлением Правительства РФ № 886 от 26 ноября 2008 г. и № 893 от 5 ноября 2008 г. прибрежный промысел в Баренцевом море разрешен в 200-мильной экономической зоне Российской Федерации. Поскольку район промысла имеет важнейшее значение для устойчивого и рационального развития рыболовства и предопределяет типы промысловых судов и виды орудий лова, то целесообразно это положение внести в Федеральный Закон № 166-ФЗ «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов». В нем также необходимо предусмотреть запрет лова в 50-мильной зоне морозильным судам, а в территориальных водах – запрет добычи тралами.

В 50-мильной промысловой зоне распределяются запасы основных объектов лова – трески и пикши, достаточные для расширения масштаба промысла: около 1/3 в пределах территориальных вод и 2/3 за их пределами.

Принципиально важным является вопрос запрета промысла морозильными судами в 50-мильной зоне. Федеральным законом № 166-ФЗ «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов» он не регулируется. Вследствие этого наблюдается увеличение поставок рыбопродукции из прибрежья в мороженном виде. Так, в 2008 и 2009 гг. морозильными судами в целом по Северному бассейну было освоено ~ 43% квоты трески и пикши, в том числе в Мурманской области – ~ 25%, в Архангельской ~ 82%. При таком положении утрачивается основное преимущественное отличие прибрежного промысла от океанического, заключающееся в том, что он должен быть поставщиком высококачественной свежей и охлажденной рыбы и морепродуктов для населения и перерабатывающих предприятий. Только с учетом этого рациональное прибрежное рыболовство, по нашему мнению, имеет перспективу развития.

Применение, преимущественно, нетраловых видов лова диктуется тем, что в прибрежной зоне обитают ценные «сидячие» промысловые гидробионты – крабы, моллюски, морские ежи и другие, нерестятся многие виды рыб. Добыча тралами может нанести урон прибрежным обитателям. Кроме этого, нетраловые виды лова менее затратны, а продукция, изготовленная из такой рыбы, в Западных странах ценится дороже. Например, ярусный лов по расходам на топливо,

составляющим от 20% до 30% в общей себестоимости добычи, по данным разных авторов в 2–3 раза экономичнее тралового, а рыба, добытая ярусами, дороже пойманной тралами на 20–30%.

Нетраловые виды лова позволяют снизить негативное влияние на биомассу трески и пикши за счет предотвращения выбросов маломерной рыбы и гибели молоди, проходящей через сети траловых мешков.

Правовые режимы рыболовства в территориальном море (12-мильной зоне) и за его пределами различны. При выходе за пределы территориального моря в соответствии с Российским законом «Об охране границы» необходимо «закрытие» и «открытие» границы, таможенное оформление. В настоящее время эти процедуры выполняются только в Мурманске. В таких условиях базирование на какой-либо портопункт на побережье вне Мурманска (это подразумевается при организации широкомасштабного прибрежного промысла) будет сопряжено с большими непроизводительными потерями времени на переходы в порт Мурманск для оформления пограничных и таможенных процедур и обратно на побережье. Для устранения этого недостатка Постановлением Правительства РФ от 05.09.2007 г. № 560 «О получении разрешения на неоднократное пересечение государственной границы Российской Федерации российскими судами, осуществляющими промысел водных биологических ресурсов», разрешено оформление неоднократного пересечения границы территориальных вод. Поскольку процедура оформления очень трудоемка, то целесообразно ее упрощение. Современные радиотехнические средства позволяют это делать по уведомлению.

Для осуществления выгрузок уловов и рыбопродукции в портопунктах на побережье необходимо пограничное оформление экипажей судов, а также ветеринарное и таможенное — продукции. Поскольку обустройство и присутствие этих служб связано с определенными финансовыми затратами, то целесообразно рыбопродукцию считать пригодной для пищевого использования по району добычи (по его экономичности), а таможенное оформление отменить, поскольку промысел осуществляется в российской экономической зоне.

Решение с помощью прибрежного рыболовства региональных проблем прибрежных субъектов Российской Федерации предопределяет необходимость передачи его регулирования на этот уровень. В федеральном законе «О животном мире» (№ 52-ФЗ от 24.04.1995 г.) такой пункт имеется. Однако на практике он не выполняется. Целесообразно, чтобы это положение присутствовало в Законе «О рыболовстве...».

Следует отметить, что в настоящее время проблемам рыбной отрасли уделяется большое внимание. Об этом свидетельствуют утверждение Концепции развития рыбного хозяйства до 2020 года, принятие Федеральной целевой программы «Повышение эффективности использования и развития ресурсного потенциала рыбохозяйственного комплекса в 2009–2013 годах», Морской доктрины на период до 2020 года, утвержденной Президентом РФ. В вышеперечисленных документах определяются цели, задачи и направления развития рыбной отрасли. При этом основной целью является обеспечение устойчивого развития рыбохозяйственного комплекса для удовлетворения растущего спроса населения Российской Федерации на рыбную продукцию российского производства.

В заключении представлены основные выводы и результаты проведенного исследования, которые состоят в следующем:

1. В целях повышения социально-экономической эффективности и устойчивости рационального прибрежного рыболовства обоснована необходимость осуществления комплекса мер в сфере правового, организационного и технического регулирования:

- законодательно определить зону рационального прибрежного рыболовства в 50 миль, запретить промысел в ней морозильным судам, а в территориальных водах — добычу тралами;
- упростить процедуру оформления неоднократного пересечения границы территориальных вод и придать ей законодательный характер;
- для исключения затратных переходов судов отменить ветеринарный контроль рыбопродукции, а пограничное и таможенное оформление приблизить к районам лова;
- в соответствии с предназначением рационального прибрежного рыболовства запретить использование морозильных судов;
- внести поправку в Закон № 166-ФЗ «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов» передающую функции по регулированию, в том числе оперативному, рационального прибрежного рыболовства на региональный уровень;
- в целях притока иностранных инвестиций и инноваций целесообразно вывести часть прибрежных поселений из статуса пограничной зоны.

2. Показано, что решение государственной задачи — развития рационального рыболовства, обеспечивающего переход рыбохозяйственного комплекса от экспортно-сырьевого типа к инновационному с

высокой долей добавленной стоимости, целесообразно решать путем развития прибрежного промысла.

**Используемые источники**

1. Айндинова И.Ш. Приморский край: проблемы управления малым рыбохозяйственным бизнесом / И.Ш. Айндинова // Российское предпринимательство. 2011. № 12. Вып. 1 (197).
2. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: Учебник. М.: ТК Велби; Изд-во «Проспект», 2008.
3. Артемов А.В., Брыкин А.В., Шумаев В.А. Трансформация промышленной политики и управления с учетом инновационно-логистических подходов. Н.Новгород: Изд-во «Университетская книга», 2008.
4. Бараненко С.П., Дудин М.Н., Лясников Н.В., Семенихин А.Ю. Логистика. Учебно-методический комплекс. М.: Издательство Элит- 2012.
5. Салатенко А. П. Стратегические аспекты инновационного развития рыбохозяйственного комплекса России / А. А. Дмитриев, А. П. Салатенко // «Проблемы развития социально-экономических систем» Выпуск 2. М.: ГАСИС, 2007.
6. Морковина С.С., Ванятинский Ф.В. Формирование инновационного механизма развития предпринимательства в сфере аквакультуры и рекреационного рыбоводства // Социально-экономические явления и процессы. № 12. 2011.
7. Панявина Е.А., Ванятинский Ф.В. Факторы развития инновационной деятельности предпринимательских структур // Социально-экономические явления и процессы. №12. 2011.

## **Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Ахметов Л. А.

доктор экономических наук, профессор,  
Российская академия предпринимательства

Ботавина Р. Н.

кандидат экономических наук, доцент, соискатель,  
Российская академия предпринимательства

### **О связи уровня профессионализма менеджеров и их ответственности в предпринимательских структурах**

*В статье рассматривается уровень профессионализма в менеджменте и уровень моральной ответственности менеджера.*

*Ключевые слова: профессионализм, менеджмент, мораль, служебный, обязанность, выбор, менеджер, предпринимательские, структура, нравственный, персонал, система.*

### **About communication of level of professionalism of managers and their responsibility in enterprise structures**

*In article professionalism level in management and level of moral responsibility of the manager is considered.*

*Keywords: professionalism, management, morals, office, duty, choice, manager, enterprise, structure, moral, personnel, system.*

Современный менеджмент в предпринимательских структурах предъявляет высокие требования к менеджеру, главным из которых является профессионализм. Одна из важных составляющих последнего – нравственная.

Проанализируем процесс формирования и развития комплекса моральных норм в профессионализации и кадровой политике.

Анализ современных научных направлений, в том числе в РФ и развитых индустриальных странах, позволяет выявить важную тенденцию в изучении и применении возможностей человека: от стихийных, нередко хаотичных исследований потенциала человека и использования этого потенциала – к организованному, научно обоснованному познанию и применению человеческих возможностей, способностей, опыта.

Существуют две причины появления этой тенденции: первая из них состоит в том, что тот профессиональный опыт человека, который требуется для сохранения высоких темпов общественного развития и которым он должен владеть, становится весьма дорогостоящим делом. Чтобы его обрести, обществу необходимо вложить в развитие человека, становление его как профессионала немалые материальные и финансовые ресурсы.

Суть второй причины состоит в том, что работа с самим человеком, выявление его способностей, их развитие, управление профессионалом, поиск сфер приложения его опыта тоже становится профессиональным делом и требует значительного времени, усилий и *специально подготовленных людей*. Общество постепенно осознает, что надо уметь не только формировать требуемый профессиональный потенциал, но и готовить тех специалистов, которые бы этим потенциалом умели грамотно, *профессионально управлять*. Они должны изучать технологии становления профессионализма, профессионалов, рождения профессиональных видов деятельности, владеть теорией и практикой управления профессиональными возможностями человека. А это значит, что нужны система, механизмы, процессы управления, концепции, теоретическое обоснование подходов, которые обеспечивали бы решение возникающих задач. Основы профессионализации — чтобы развить профессионализм в сотруднике, чтобы воспитать профессионала, надо самому быть профессионалом.

Различается индивидуальная профессионализация — процесс индивидуального профессионального развития человека, изменения его способностей, овладения знаниями, умениями, навыками, — и профессионализация организации как «совокупной личности».

Проблему профессионального развития предпринимательских структур предлагается рассматривать в двух аспектах: первый подход связан с выявлением позиции человека как носителя и обладателя профессионального опыта, то есть профессиональное развитие предпринимательской структуры считается тождественным профессиональному развитию персонала.

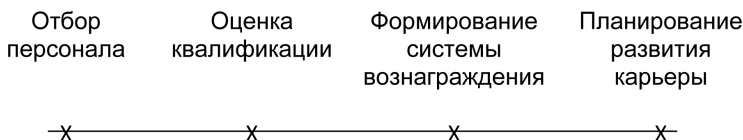
Второй аспект связан с организационной и должностной структурой, которая обусловлена комплексом целей и задач, стоящих перед предпринимательской структурой: чем точнее соответствие структуры и должностей целям и задачам, тем выше уровень профессионализации организации.

При этом неотъемлемой составляющей профессионализации того или иного менеджера является нравственность его служебного поведения и поступков.

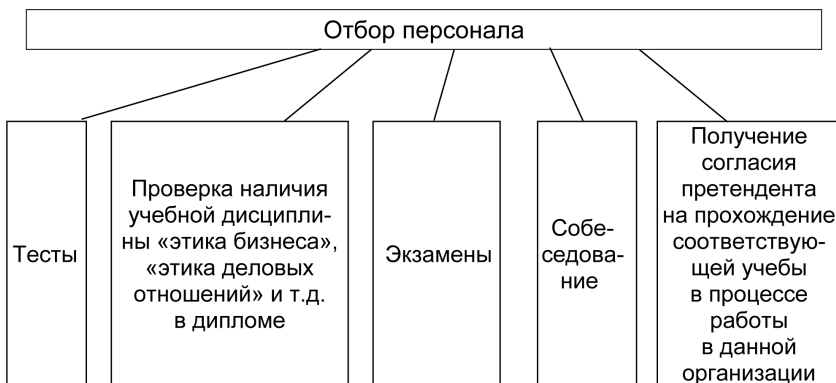
Представляется возможным высказать одно положение (которое, однако, может быть оценено как спорное): уровень профессиональности сотрудника далеко не всегда можно оценить сразу, при первом же с ним контакте; уровню же нравственности его действий можно дать оценку сразу, при непродолжительном разовом контакте.

Службы управления персоналом, в корне меняющие (или уже изменившие) в настоящее время направление, методы своей работы, — по сравнению с прежними отделами кадров, — а также свою структуру, призваны постоянно иметь в виду при подборе, отборе кадров, при оценке квалификации, определении уровня вознаграждения и планировании карьеры «нравственную составляющую» профессионализации.

Схема отбора и подбора персонала представлена на рис. 1, 2, 3, 4, 5.



**Рис. 1. Этапы управления персоналом**

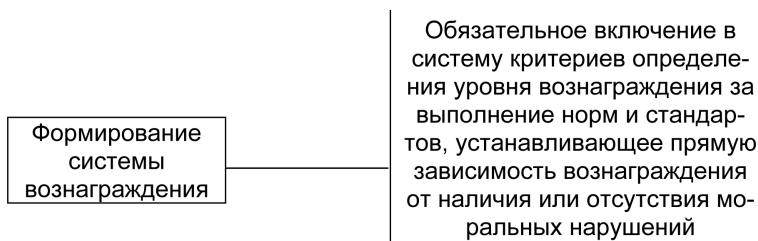


**Рис. 2. Методы отбора персонала**

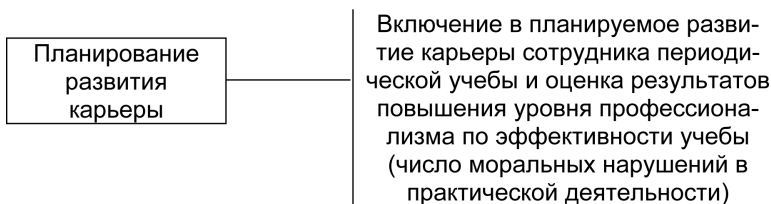
Профессионализация начинается с обучения — как при получении базового образования, так и при дальнейшем повышении квалификации.



**Рис. 3. Выявление уровня этической подготовленности сотрудников в процессе работы с персоналом**



**Рис. 4. Место этической составляющей в системе вознаграждений за труд**



**Рис. 5. Связь уровня профессионализма отрудника и его этической грамотности**

В настоящее время России необходима целостная система обучения нравственным нормам делового поведения, стандартам руководства персоналом, выработки стратегии и тактических приемов для обеспечения успешного функционирования предпринимательских структур в условиях рыночных отношений. Эта система также должна помогать



менеджерам высших эшелонов, работающих и в частных предприятиях, и в государственных организациях; менеджерам среднего и низового уровня, а также рядовым исполнителям.

В российской системе образования имеются отдельные фрагментарные вкрапления в виде этических программ обучения — разной степени широты, учебных дисциплин соответствующей ориентации, деловых игр, программ обучения «по кейзам» и т.п. Однако даже эти фрагменты имеют место далеко не во всех учебных заведениях, готовящих специалистов по менеджменту для различных сфер экономики страны. При разработке системы обучения менеджеров РФ логично учесть опыт стран, которые действуют на цивилизованном рынке в мировом масштабе достаточно долго и имеют в этом отношении более длительную практику, чем Российская Федерация. Конечно, в процессе внедрения методов обучения менеджеров этическим основам у западных стран были и есть ошибки, недостатки. Целесообразно учесть эти недостатки, чтобы не повторять их. Важно также учесть все разумное, полезное, что накоплено в зарубежных школах бизнеса и других формах образования.

Обучение в системе образования, как среднего специального, так и высшего, дает возможность повысить нравственный уровень менеджеров предпринимательских структур, путем ввода соответствующих дисциплин (например «Этика менеджмента», «Этика бизнеса») в перечень обязательных в колледжах, университетах, академиях Российской Федерации. Учитывая отставание, имеющее место сейчас в российской экономической действительности, целесообразно активизировать процесс приобщения к моральным нормам и стандартам будущих российских менеджеров. Несмотря на трудности переходного периода, на отсутствие подобных понятий в экономике прошлого, тем не менее, уровень морали в целом неуклонно растет, хотя и не так быстро, как необходимо. Пока это отдельные «прорывы» в новую для нас область, как, например, разработка Кодекса профессиональной этики, одобренного Президиумом Аудиторской палаты России еще в 1996 г. (это был один из первых подобных документов). Кодекс предписывает не только осуждение неэтичного поведения отдельных аудиторов, но и требования их исключения из сообщества аудиторов, лишения квалификационных аттестатов и лицензий на право проведения аудиторской деятельности. Право таких действий по отношению к аудиторам, нарушившим Кодекс профессиональной этики, принадлежит сообществу аудиторов. В Кодексе перечислены требования профессиональной этики аудиторов, содержатся статьи, которые перекликаются с законодательством: не способствовать

фальсификации отчетности с целью уклонения клиента от налогов и обмана налоговой службы. Но в Кодексе имеются также статьи чисто этического свойства, например, установлено, что аудитор, часто меняющий аудиторские фирмы либо внезапно покидающий фирму, нарушает профессиональную этику. Важным также является следующее требование Кодекса: высокие требования профессиональной этики обязывают сотрудников, перешедших в другую аудиторскую фирму или в другую сферу деятельности, воздерживаться от осуждения или восхваления прежних руководителей и коллег, от обсуждения с кем бы то ни было организации и методов работы в прежней фирме. В свою очередь, руководители и сотрудники аудиторской фирмы не должны обсуждать с третьими лицами профессиональные и личные качества своих бывших коллег, покинувших фирму.

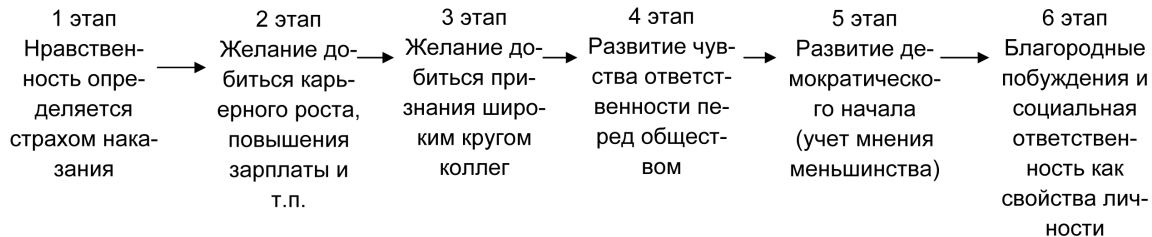
Вышеназванный Кодекс был первым в российской практике. В настоящее время профессиональных кодексов этики в России нельзя сказать — «достаточно много», можно сказать, что они есть. Но они являются результатом «индивидуальных устремлений» каждой отдельной организации. Авторами настоящей статьи выдвигается предложение: от лица государства вменить в обязанность *каждой* организации наличие кодекса и кодекс должен носить профессиональный характер в управленческом аспекте: это должен быть моральный кодекс *менеджмента*, регулирующий процесс *управления* в данной профессии.

Исследователи утверждают, что сотрудник любой организации, — менеджер или рядовой исполнитель, — проходит разные этапы развития морального отношения к своим служебным обязанностям.

На первом этапе нравственность поведения зависит только от страха наказания. Сотрудник боится материальных последствий своего отклонения от норм этики и поэтому поступает этично. Инстинкт самосохранения, выражающийся в опасении потерять работу, заработок — это то, что делает сотрудника блюстителем морали.

На втором этапе сотрудник поднимается чуть выше: желание добиться поощрения руководства, повышения оплаты труда, продвижения по служебной лестнице подвигает сотрудника к высокоморальным поступкам.

Третий этап — еще один шаг вверх, к совершенствованию: появляется желание добиться признания не только в служебных границах, не только от начальства, но и в более широких кругах — у коллег, партнеров по службе, у друзей, компаньонов и других социальных групп, может быть, и в международном масштабе.



**Рис. 6. Схема развития моральной составляющей в отношении работника к своим обязанностям**

Четвертый этап – желание выполнить долг, чаще всего – это понимается как долг перед обществом или некоторой, вполне определенной его частью. Сотрудник ищет моральные пути и методы решения задач, так как пользоваться иными ему запрещает чувство ответственности перед обществом.

Пятый этап – терпимость к разногласиям, если они носят рациональный характер. «Следует реализовывать мнения и решения большинства, однако это мнение должно быть выработано с учетом мнения меньшинства» – то есть демократия в самом глубоком и широком понимании этого слова – вот такая линия развития признается нравственной.

На шестом этапе этичность служебных действий – предмет совести человека, его благородства и ответственности, то есть нравственность опирается на принципы личности.

Для соблюдения этических норм и стандартов, организации не требуются ни принуждений, ни указаний, – она делает это самостоятельно и часто сама выступает творцом, генераторов новых идей в сфере нравственности менеджмента.

#### **Используемые источники**

1. Гурова А., Киселев В. Раздел 3.5. Барьеры и препятствия успешному участию России в 7РП // Информационно-аналитический бюллетень. № 2. 2011. М.: Министерство образования и науки Российской Федерации. Государственное учреждение «Центр исследований и статистики науки (ЦИСН)».
2. Богомолов О.Т. Роль неэкономических сфер в модеризации экономики // Развитие и экономика. М.: Научный и общественно-политический альманах. Сентябрь, 2011, № 11.
3. С.М. Белкин. К вопросу о нравственном измерении экономики. М.: Научный и общественно-политический альманах. Сентябрь, 2011, № 1.

Ботавина Р. Н.  
кандидат экономических наук, доцент, соискатель,  
Российская академия предпринимательства

## **Проблемы подготовки кадров для инновационных предприятий**

*В статье обосновывается значимость этической подготовки менеджерского корпуса для инновационного развития экономики России.*

*Ключевые слова. Инновация, развитие, этические стандарты, деятельность, менеджер, этика, экономика, предприятие, компетентность.*

### **Training problems for the innovative enterprises**

*The importance of ethical preparation of the management case locates in article for innovative development of economy of Russia.*

*Keywords. Innovation, development, ethical, standards, activity, manager, ethics, economy, enterprise, competence.*

В настоящее время тезис о том, что для работы на инновационных предприятиях требуется особый кадровый состав, уже не оспаривается. Процентное соотношение численности высококвалифицированных рабочих и числа менеджеров (а также специалистов), имеющих дипломы бакалавров и магистров, в мировой практике находится в границах 65% к 35%; приблизительно та же ситуация и в России: 60% и 40%.

В относительно небольшом числе научных и научно-практических разработок рассматривается вопрос о принципах и основах взаимодействия государства, инновационных предприятий и образовательных учреждений, – как начального и среднего, так и высшего профессионального образования (см., например, [1]).

Представляется основополагающим принцип особой важности подготовки корпуса менеджеров для инновационной сферы. К сожалению, ограниченные масштабы настоящего исследования – форма статьи – не позволяют с достаточной глубиной проанализировать условия, необходимые и достаточные, для доказательства того положения, что именно от менеджеров зависит эффективное прохождение инновацией (продуктом или процессом) этапов развития на пути к рынку.

Укажем лишь в тезисной, краткой форме важность правильной подготовки менеджеров, действующих на четырех ступенях инновационной деятельности (образование, наука, производство, рынок):

1. Формирование и воспитание специфических личностных характеристик работников, занимающихся инновационной деятельностью [2].

2. Корпус менеджеров, в широком понимании этого словосочетания, уже во второй половине XX в. ставший влиятельной силой, формирующей экономическую стратегию, тактические ходы, политику экономических отношений транснациональных корпораций (ТНК)<sup>1</sup>, от которых, в свою очередь зависят национальные идеи стран мира, политическое равновесие в мире и т.д.

Таким образом, можно без преувеличения сказать, что от конкретной системы ценностей, от моральности поступков топ-менеджеров корпораций, в том числе и крупных корпораций зависит состояние и дальнейшее развитие (или сворачивание) мирового сообщества.

Проще говоря, аморальность решений, Совета директоров (высший уровень менеджмента) той или иной корпорации рано или поздно приведет к подобным же порокам решений на среднем и низовом уровне менеджмента, затем — на уровне рядовых исполнителей, а через многотысячные коллективы работников ТНК — определенному моральному уровню поведения, взаимоотношений в обществе в целом [2].

Итак, неэкономическая категория — мораль, как это имеет место в реальности, обладает экономической значимостью и «... порождаемая рынком жажда наживы, жесткая конкурентная борьба способны привести к дикости, бесчеловечности, если не ввести рыночные отношения в определенные моральные рамки» [1].

Моральные нормы, культурные традиции, соблюдаемые в практике функционирования крупных корпораций, могут и должны оказывать значительное влияние на положительное решение вопроса о выживании нации и оздоровление экономики.

Из вышесказанного следует, что насущная проблема в настоящее время — внедрение, встраивания в систему менеджмента подсистемы специального назначения, ориентированной на соблюдение моральных кодексов, утвержденных каждым предприятием (корпорацией, фирмой). Экономический рост в стране, основанный на предпринимательской деятельности, возможен при условии системного использования как технологических, так и нетехнологических (организационных, управленческих, рекламных, маркетинговых инноваций); государство играет здесь пусть не вполне явную, но определяющую

---

<sup>1</sup> Прим. автора: Современные крупнейшие ТНК в ключевых отраслях ведущих стран мира составляют 2/3 (если не 3/4) мировой экономики в целом.

роль: оно задает рамки в направлении и стимулировании инновационного развития. В частности, в ситуации создания предлагаемой автором специальной системы воздействия менеджеров на рядовых исполнителей и взаимодействия уровней менеджмента между собой без нарушения моральных принципов, норм, стандартов и пр., – и в этой ситуации необходимо присутствие государства, то есть необходимо государственное регулирование.

Мировой финансовый кризис 2008–2010 гг. (который многие историки, финансисты, политики, – как теоретики, так и практики, не считают завершившимся) показал, как важны регулирующие действия государства на уровне национальных экономик и такие же действия международных экономических организаций (Международного валютного фонда, Мирового банка, Европейского банка реконструкции и развития и др.).

Поскольку финансовый кризис мирового масштаба проходил впервые в мировой экономике, действия национальных и наднациональных финансовых организаций по недопущению разрушительных последствий кризиса можно считать инновационными<sup>2</sup>.

Однако, государства смогут эффективно регулировать национальные хозяйства и мировую экономику при условии, что приоритетом такого регулирования станут духовные, моральные ценности, социальные ориентиры.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно утверждать, что главной движущей силой научно-технической модернизации России становится человек, его интеллектуальный потенциал, творческий потенциал, его система моральных ценностей.

Государство должно прежде всего направлять и регулировать формирование корпуса менеджеров (независимо от форм собственности), придавая определенные рамки этому процессу, которые должны определять:

1) учебные планы государственных и негосударственных учебных заведений разного уровня (колледжи, университеты) с включением в них таких дисциплин как «Этика и экономика», «Этика предпринимательства», «Этика менеджмента» и т.п.;

2) при прохождении стажировок и разных форм повышения квалификации рекомендовать организациям, осуществляющим указанные

<sup>2</sup> Справедливости ради стоит отметить, что экономический (не финансовый!) кризис 1929–1933 гг. XX в. в значительной степени был потеснен с помощью вмешательства государств в экономику, причем вмешательство имело вид регулирования, а не рафинированного управления.

формы, обновлять знания, повышать уровень компетентности стажеров по соответствующим наукам и областям знаний, причем особое внимание обратить на представителей корпуса менеджеров, так как именно они являются носителями этических принципов, норм и стандартов управления. Поэтому они должны быть информированы о том, что каждая корпорация, являясь социально-экономической единицей, должна способствовать не только технологической модернизации, но и совершенствованию социальных отношений, выражающемуся в этичности поступков и поведения менеджерского корпуса;

3) на настоящем этапе исторического развития экономики РФ критериальной точкой является понимание и освоение менеджерами экономики страны, необходимости следования этическим стандартам; только при выполнении этого условия технолого-техническая модернизация экономики, регулируемая и направляемая государством, действительно способна улучшить жизнь человека, общества, страны.

Мировое сообщество в настоящее время достаточно четко выражает свои требования к соблюдению этических принципов в практике экономической деятельности на национальном и мировом уровнях. Сфера образования в любой стране, в том числе, в РФ должна реагировать должным образом на этот вызов времени и общества.

Университет прикладных наук Лори (Финляндия) продвинулся далее других в создании новых учебных программ и форм обучения, способствующих появлению и упрочнению в учебных планах и программах новых компетенций, которыми обязан овладеть «типовой» студент за время обучения в Университете. Обучение основывается на пяти компетенциях: этической, глобальной, инновационной, рефлексивной, компетенции в создании деловых связей и контактов [4]. Отметим, что этическая компетенция стоит в образовательной системе впереди всех прочих компетенций; из этого можно сделать вывод о том, что именно этическая компетенция признается Университетом первостепенной среди прочих. Авторы публикации (4) отмечают, что вопросы этики включены в учебные планы для разных специальностей впервые и ранее этические качества не включались в высшее профессиональное образование.

Общая этическая компетенция, реализуемая в Университете, содержит в своем составе следующие элементы:

1) этическая восприимчивость, которая предполагает учет и анализ влияние действий одних людей на поведение других, а также терпимое отношение к убеждениям, традициям и т.д., если они не унижают достоинство участников взаимодействия;



2) этическая мотивация, означающая желание студента в процессе обучения научиться соответствовать поведением профессиональным этическим требованиям;

3) умение разрешать морально-этические проблемы. Таковое умение базируется на способности обосновывать свое решение, находить доводы в пользу правильности определенного решения моральной проблемы;

4) умение применять этические принципы.

Для этого их надо хорошо знать и находить возможные пути применения принципов с наименьшими потерями для участников взаимодействия.

Нетрудно видеть, что этическая компетенция является базисной и определяющей для остальных четырех компетенций.

Остается только выразить надежду, что прекрасное начинание Университета Финляндии будет воспринято, изучено и поддержано высшими профессиональными заведениями России.

Выводом из всего вышесказанного может служить утверждение положения о том, что этическое начало должно лежать в основании фундамента экономического развития, каковым является развитие инновационное.

Конечная цель экономического развития – благополучие человека, общества, и тут весьма уместно вспомнить высказывание выдающегося современного американского экономиста, профессора Гарвардского университета Амартии Сена (Amartya Sen): «Обнищание людей связано с дистанцированием экономики от этики» [3].

Этот вывод и его реализация на практике является одним из главных факторов успешного развития инновационной экономики и в нашей стране.

#### **Используемые источники**

1. Гужеля Д.Ю., Коршунов И.А., Витценко И.И., Перенкова Е.В. Инструменты партнерства в формировании рабочих кадров нового поколения для инновационной экономики / «Инновации», № 8 (166), 2012. М.: Изд. ОАО «Трансфер».
2. Ботавина, Р.Н. Этика менеджмента / Р.Н. Ботавина. М.: Финансы и статистика, 2005.
3. Амартия Сен. Об этике и экономике / Пер. с английского А.В. Малишевского. М.: Изд. «Наука», 1996.
4. Дикинсон П.Г., Мустонен П. Инновационная модель высшего профессионального образования «От сверстника к сверстнику» // Экономика и управление, № 10(60), 2010, Спб.

Бубенок Е. А.  
кандидат экономических наук,  
Генеральный директор ООО БТК «60 канал»

## **Обоснование состава и роли основных подсистем компании, оказывающих влияние на формирование эффективного бренда**

*Исследование практики бренд-менеджмента показывает, что наряду с применением современных маркетинговых технологий, значительное влияние на формирование эффективного бренда компании оказывает состояние ее основных подсистем: подсистемы управления, производственной и социальной подсистем.*

*Ключевые слова: корпоративный бренд, товарный бренд, производственная подсистема, подсистема управления, социальная подсистема, капитал бренда, воспринимаемое качество.*

## **Justification of structure and role of the main subsystems of the company influencing formation of the effective brand**

*Research of practice of a brand management shows that along with application of modern marketing technologies, considerable influence on formation of an effective brand of the company renders a condition of its main subsystems: subsystems of management, production and social subsystems.*

*Keywords: a corporate brand, a commodity brand, a production subsystem, a management subsystem, a social subsystem, the brand capital, perceived quality.*

В практике бренд-менеджмента различают два подхода: корпоративный брендинг и брендинг товара. *Корпоративный брендинг* (концепция «Branded House») заключается в разработке уникального образа компании, выпускающей какую-либо продукцию или предоставляющей услуги. Главная задача, которую призван решать корпоративный брендинг – это повышение социальной значимости и финансовой устойчивости компании, с помощью чего достигается доверие, уважение и лояльность клиентов к ней самой и к ее продукции. Грамотный брендинг компании обеспечивает ей положительный имидж и хорошую репутацию, создает у потребителя ощущение постоянства и стабильности выбранной им компании. Если в дальнейшем появится необходимость приобрести новый бизнес, интегрировав его в свою компанию, то для него уже не потребуются создание бренда, успешно проведенный брендинг для «головной» компании, как правило, будет

---

эффективно работать и для новых структур. К преимуществам данной стратегии относятся:

- значительная экономия средств при выводе нового суббренда на рынок за счет известности и сильного корпоративного имиджа;
- возможность успешного продвижения различных товаров, если каждый из них имеет небольшие объемы продаж и ориентирован на небольшой сегмент;
- возможность предложить широкий ассортимент брендовых товаров, привлекательный для дистрибьюторов и розничной сети.

В то же время, корпоративный бренд не лишен и своих недостатков. Среди них следует отметить: угрозу размывания имиджа и разрушения позиционирования корпоративного бренда; возможный перенос негативного восприятия с неудачного продукта на весь бренд компании; ориентация скорее не на привлечение новых потребителей, а на заинтересованность уже имеющихся клиентов.

Для целенаправленного влияния на конкретный сегмент рынка используется иной подход — *товарный брендинг* (концепция «House of Brands»). На практике различают два основных направления этой работы: брендинг семейства товаров одной и той же торговой марки и индивидуальный брендинг для каждого конкретного товара.

В первом случае разработка позиционирования бренда подчинена единой цели — создать бренд, который мог бы представлять множество товаров и услуг, относящихся к одной линии, семейству. Причем ошибочно будет полагать, что разработка бренда компании — то же самое, что и разработка нового бренда для семейства товаров, ведь все товары все равно выпускаются под брендом компании. Это не так. Например, многие компании выпускают линейку продуктов не под своим основным, а под специально созданным для этой линейки, отдельным брендом. Такая практика широко распространена в сфере производства строительных материалов, косметики, парфюмерии и ряде других отраслей. Например, ОАО Косметическое объединение «Свобода» выпускает косметическую линию «Диамант». В ее состав входят: лифтинг-крем от морщин для сухой и чувствительной кожи; крем для век; лифтинг-крем от морщин для нормальной и комбинированной кожи; туалетное мыло с маслом жожоба<sup>1</sup>; туалетное мыло с маслом авокадо;

---

<sup>1</sup> Жожоба (Хохоба, Китайский буксус — *Simmondsia chinensis*) — сильно ветвистый вечно-зеленый кустарник, произрастающий в пустынных районах Северной Америки. Масло жожоба, точнее не масло, а жидкий воск, долго не окисляется и может храниться годами.

сыворотка «активное увлажнение»; сыворотка «питание и регенерация»; сыворотка «восстановление и омоложение клеток кожи»; гель-корректор мимических морщин для лица; гель-корректор морщин вокруг глаз. Мужская косметика серии «Арбат» этого же объединения включает в себя: укрепляющий шампунь для мужчин с провитамином В5 и коллагеном; тонирующий гель для душа для мужчин с экстрактом лимона; крем для бритья; крем и гель после бритья; туалетное мыло. Серия мужской косметики «Комильфо» состоит из: шампуня для волос, геля для душа 2 в 1, крема для бритья; крема и геля после бритья; крема-дезодоранта для ног. Основной конкурент ОАО КО «Свобода» — ОАО Концерн «Калина» выпускает линии косметических товаров под 10 брендами, среди которых такие широко известные, как «Бархатные ручки», «Чистая линия», «Лесной бальзам» и «Маленькая фея».

Известные автомобильные компании, позиционирующие себя как производители широкодоступных моделей автомобилей, часто выделяют товарное предложение премиум-класса в отдельный бренд. Например: «Toyota» — «Lexus», «Nissan» — «Infiniti», «Honda» — «Acura». В частности, сборочный завод «American Honda Motor Co» был открыт в Калифорнии в 1986 г. Наименование «Acura» появилось в 1989 г. и относится исключительно к престижным моделям «Honda», продаваемым в США. Технические данные автомобилей марки «Acura», как правило, не отличаются от соответствующих параметров моделей «Honda». При этом названия моделей совпадают. Большая часть моделей производится непосредственно в Северной Америке (серии CL и TL), а отдельные модели — RL и NSX из-за невысокого спроса ввозятся из Японии. В середине 1980-х гг. руководство фирмы «Toyota», прочно обосновавшейся на американском рынке малых автомобилей, решило расширить свое присутствие. Сегмент представительских автомобилей в США значительно рос год от года. Кроме того повышенным спросом пользовались именно зарубежные машины этого класса, что считалось престижным и свидетельствовало о наличии вкуса у владельца. Команды экспертов «Toyota» в США тщательно изучили рынок: анализу подверглись малейшие детали. За основу для будущих представительских автомобилей решено было взять европейские модели, а именно «Mercedes», так как машины этой марки вызывают у американцев почтительный трепет. Инженеры «Toyota» изучили конструктивные особенности нескольких немецких моделей, а также провели масштабное интервьюирование покупателей. Результатом пятилетней работы стало рождение на свет в 1989 г. новой автомобильной марки. «Lexus» стал первой в истории Японии автомобильной компанией, основанной для

покорения зарубежных рынков, имидж которой целенаправленно формировался под покупателя. Не удивительно, что и первая модель «Lexus» LS400 сильно походила на «Mercedes» S-класса. Сходство было не только внешним — богатством оснащения японская модель превосходила своего немецкого соперника, при этом цена была в полтора раза меньше. Старт оказался удачным и вскоре «Lexus» расширил свой модельный ряд за счет более компактных моделей. На сегодняшний день в производственную программу японо-американской компании входят семь семейств, составляющие серьезную конкуренцию маркам «Mercedes», «BMW», «Infiniti» и «Jaguar». Помимо легковых автомобилей, «Lexus» одним из первых в Северной Америке, наладил производство представительских внедорожников, причем компактная модель RX300 является и сегодня одним из лидеров в своем классе.

Во втором случае, стратегия развития бренда нацелена на создание уникальных отличительных особенностей бренда, непосредственно связанных с конкретным товаром или услугой, которую он представляет. Индивидуальный товарный брендинг обеспечивает быструю капитализацию брендов, благодаря точной направленности на потребителя. Создание бренда такого типа требует крупных инвестиций, и целесообразно лишь для тех товаров, которые рассчитаны на достаточно продолжительное существование. При этом условии разработка нового бренда и последующая рекламная компания продукта с соответствующими затратами будет оправдана. Подобной практики придерживается, например, компания «Mars», выпускающая продукцию под такими брендами, как: «Snickers», «Twix», «M&M», «Bounty» и «MilkyWay».

В целом товарный брендинг обеспечивает такие преимущества, как индивидуализация каждого бренда и концепции имиджа, снижение зависимости брендов друг от друга, и, как следствие, — распределение рисков; возможность максимального использования потенциала рынка. Основным недостатком данного подхода следует считать увеличение маркетинговых бюджетов прямо пропорционально количеству товарных брендов, а также вероятность пересечения целевых сегментов и, как следствие, внутренняя конкуренция («каннибализм») брендов.

Успех формирования устойчивого бренда компании определяет ряд обстоятельств. В фокусе бренда должна быть однородная целевая группа товаров или несколько групп, имеющих общие характеристики. Например, ОАО «Силовые машины» — электрические турбины, генераторы и электродвигатели. ОАО «Лукойл» — нефть и продукты нефтепереработки. Зонтичное расширение ассортимента способствует индивидуальному выбору каждого покупателя внутри конкретной це-

левой группы. Отступление от этого принципа – означает проигрыш. Например, когда мужской журнал «Maxim» выпустил мужскую же краску для волос «Maxim Hair Color», покупателями это было признано весьма неудачным расширением. Как ни старались создатели линии красок подчеркнуть в их названии образ мачо – «Красный ром», «Буря в пустыне» – негативного восприятия избежать не удалось. Читатели журнала не хотели ассоциировать себя с людьми, которые по вечерам запираются в ванной и красят волосы, вместо того чтобы проводить время в обществе очаровательных женщин, верных друзей и благородных напитков! Краски перестали выпускать, но ощущение несурзанности исчезло не сразу. Однако если бы пресловутую краску выпустили под отдельным брендом, тогда бы «Maxim» не пострадал от негативных ассоциаций и комментариев. В ходе брендинга компании усилия должны быть сконцентрированы на конкретной категории продуктов. Так, сосредоточение на замороженных полуфабрикатах в значительной мере определило успех выше упомянутой компании ООО «Дарья». Система зонтичных расширений может быть построена только в том случае, если имеется надежный фундамент, то есть бренд. Это значит, что торговая марка, недавно вышедшая на рынок и находящаяся в состоянии роста, не будет достаточно прочным основанием. Иначе говоря, создать мегабренд можно только тогда, когда марочный капитал, конкурентные преимущества, а также транслируемые маркой и воспринимаемые потребителями ценности накапливаются в достаточном количестве для того, чтобы часть их можно было перенести с одного или нескольких продуктов компании на новые ассортиментные расширения. Только в такой ситуации мощное влияние материнского бренда поможет в полной мере раскрыться новому продукту [1].

При брендинге товара также следует иметь в виду, что создавать «House of Brands» можно только в предварительно подготовленных для этого условиях, при которых различия между продуктами работают на повышение эффективности маркетинга в целом и продаж в частности. В числе обязательных условий – наличие: сильного корпоративного бренда, выступающего гарантом качества, престижа всех остальных марок компании, их имиджа и т.д., а также успешного продуктового бренда, создающего базу для этих гарантий. Только выстроенная на этой основе архитектура будет эффективной. Например, в свое время такую роль сыграл бренд «J7», создав крепкую основу для всего портфеля брендов компании ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» («Wimm Bill Dann»). Сегодня в ее ассортименте представлены следующие продуктовые линейки соков и напитков: соки и нектары «J7», обогащенные вита-

минами и микроэлементами нектары «J7 Activ»; освежающие нектары и сокодержавшие напитки «J7 Light»; «Ессентуки», «Чудо-Ягода» и другие. Иными словами, независимо от выбранной концепции брендинга, одним из ведущих условий его успеха являются такие базовые характеристики самой компании, которые определяют отношение потребителя, как к ней самой, так и предлагаемой ею продукции.

Роль *подсистемы управления* в обеспечении формирования эффективного бренда трудно переоценить, впрочем, как и в решении иных задач повышения конкурентоспособности компании. Остановимся на нескольких ключевых моментах.

Несмотря на общепризнанную ведущую роль маркетинга в обеспечении конкурентоспособности компаний, в практике отечественных предприятий данная роль часто не находит своего адекватного организационного закрепления. Подразделения маркетинга оказываются подчиненными службам, связанным с реализацией продукции или снабженческо-сбытовым отделам. Такие тривиальные организационные решения, однако, влекут за собой далеко идущие негативные последствия в силу разнонаправленности интересов вышестоящей структуры и подразделения, в задачи которого входит определение товарной политики компании.

В ряде случаев громкое название «департамент маркетинга» подразумевает, по сути, подразделение, выполняющее технические функции по оформлению хозяйственных взаимоотношений с заказчиками. Подобная ситуация в недавнем прошлом сложилась, например, на ОАО «ЭЗТМ» — компании с двухмиллиардным оборотом. По сложившейся еще с советских времен традиции такие функции, как поиск новых заказов, взаимодействие с основными потребителями продукции завода — трубопрокатными предприятиями, определение стоимостных параметров заказов, поиск альтернативных основной специализации видов деятельности, возлагались на институт Главных конструкторов проекта (ГИП). В принципе, возможны и такие решения, если они идут на пользу делу и формированию позитивного имиджа компании. Однако, трудно согласиться с целесообразностью того, что подобные функции передаются весьма далеким от маркетинга высококвалифицированным специалистам в области конструирования, проектирования и технологического сопровождения сложнейшей техники — трубопрокатных станков. Причем, в этих условиях руководством была поставлена задача еще и сократить численность конструкторских и технологических служб завода в два раза.

Часто встречается и иная ситуация, при которой функции, связанные, с одной стороны, с продвижением продукции компании, и с

другой, — с ее обеспечением необходимыми сырьем, материалами, комплектующими, передаются отдельным структурам холдинговых компаний или торговому дому, учрежденному предприятием. Такая практика, в частности, принята в дивизионах «Группы ГАЗ», входящей в ОАО «Русские машины». Здравая, в общем-то, идея — централизовать коммерческую деятельность группы компаний — опять же наталкивается на конфликт интересов сторон и существенно ограничивает хозяйственную самостоятельность компании, что снижает ее конкурентоспособность. В случае выделения функции маркетинга и передачи ее торговому дому через некоторое время интересы компании становятся для последнего интересами «одного из партнеров», что также обуславливает неэффективность подобных организационных решений. Учитывая вышесказанное, следует выделить следующее положение: маркетинговая деятельность и, в особенности, брендинг должны получать адекватное организационное оформление в структуре компании. Место, статус, роль и функции соответствующих подразделений должны обеспечивать возможность выстраивания деятельности компании, подчиняя ее интересам потребителя во всех звеньях производственного цикла и функциональных подразделениях.

Очевидно, что ключевую роль в увеличении капитала бренда играет управленческий персонал и, в первую очередь, руководитель компании. От его деловых, моральных, личностных и политических качеств зависит судьба компании во всех аспектах ее жизнедеятельности. Часто имидж и бренд компании ассоциируются с личностью лидера, и даже носит его имя. Характерные отечественные персонажи: И.М. Филиппов — «Филипповская булочная»; Г.Г. Елисеев — «Магазин Елисеева и погреба русских и иностранных вин»; В.В. Довгань — ЗАО «Довгань», «Довгань +», компания сетевого маркетинга «Владимир Довгань»; О.Ю. Тиньков — бывший владелец и руководитель пивоваренной компании «Тинькофф», ныне — глава банка «Тинькофф Кредитные Системы»; В.К. Давранов — владелец и генеральный директор одной из крупнейших туристических компаний Санкт-Петербурга «Давранов-Тревел» и другие. Зарубежные корпоративные бренды, образованные из фамилии руководителя компании, исчисляются десятками: «Cadbury», «Bridgestone», «Peugeot», «Boeing», «Black & Decker», «Citroën», «Philips», «Siemens», «DuPont», «Hilton», «Ericsson», «Ferrari», «Marriott», «Merrill Lynch», «Miele», «Pfizer», «Wrigley», «Porsche», «Bang & Olufsen», «Rolls-Royce», «Gillette», «Kellogg's», «Hertz» — и это только малая часть. Непосредственное общение руководителя с коллективом компании не только на каких-либо торжественных встречах, но и в



процессе повседневной работы весьма повышает лояльность к бренду и создает положительные ассоциации с ним в силу позитивных оценок персонала компании.

Прямое влияние на капитал бренда оказывает также содержание процессов управления и культивируемые компанией методы управления. Особо нужно подчеркнуть значимость построения сбалансированной финансовой политики компании, оказывающей непосредственное воздействие на восприятие бренда компании. Колоссальное количество предприятий-банкротов сегодня <sup>2</sup>, не оставляет сомнения в том, что в основе несостоятельности компаний лежат не только объективные причины, связанные с ошибками периода начала либеральных реформ, но и существенные просчеты в финансовой политике компаний. Наиболее типичные из них: осуществление хозяйственной деятельности на основе кредитов и займов, превышающих порог финансовой устойчивости; отсутствие собственных оборотных средств; задержка платежей контрагентам на срок, больший, чем предусмотрено законодательством о несостоятельности; изъятие из оборота средств на потребление в объемах, превышающих текущие финансовые возможности компаний и т.д. И, хотя, обязанность раскрытия информации о финансовом положении сегодня вменена лишь компаниям, имеющим организационно-правовую форму открытого акционерного общества (и в отдельных случаях — ЗАО), сведения об ухудшении финансовой устойчивости любой из них быстро становятся достоянием гласности и негативно сказываются на ее имидже.

Таким образом, состояние системы управления компанией оказывает непосредственное влияние на такие первичные факторы, определяющие капитал бренда, как: реклама, паблисити, мнение персонала и окружающих; позитивная история компании; организационное поведение и организационная культура; финансовая состоятельность компании.

Понятие *«производственная система»* имеет достаточно много интерпретаций, зависящих от целей, для которых оно исследуется или применяется. Глобальный подход демонстрирует в данном вопросе Государственная корпорация «Росатом». В ее понимании производственная система «Росатом» (ПСР) — это масштабный отраслевой проект, призванный повысить производительность труда корпорации до уровня зарубежных конкурентов, сократить издержки, повысить заработную плату и сформировать новые правила карьерного роста. В основе ПСР,

---

<sup>2</sup> Более 16000 в 2010 г. [3]

как отмечают инициаторы данного проекта, лежит НОТПиУ Министерства среднего машиностроения СССР – система научной организации труда, производства и управления. Кроме того, в ПСР включены и адаптированы под отраслевую специфику лучшие достижения и инструменты из других современных систем, в частности, принципы «Toyota Production System» одноименной японской автомобильной компании». Основной принцип ПСР, как и производственной системы «Toyota», заключается в том, чтобы в максимально сжатые сроки с минимально возможными затратами ресурсов при требуемом уровне качества обеспечивать потребности потребителя. «Целью внедрения ПСР является создание на базе лучших образцов отечественного и зарубежного опыта универсальной методологии системы управления комплексной оптимизацией производственных и управленческих процессов, апробация ее на предприятиях Госкорпорации «Росатом». Дальнейшее развитие ПСР будет происходить в виде программных решений, направленных на повышение производственной эффективности ключевых продуктов, а также тиражирования опыта ПСР в других отраслях экономики» [4]. Аналогичного представления о производственной системе придерживаются в ОАО «СИБУР Холдинг», ОАО «Сбербанк России», ОАО «КАМАЗ» и в других крупных корпорациях.

Поддерживая высокую целесообразность осуществления подобных масштабных преобразований целесообразности осуществления подобных масштабных преобразований на предприятии или в холдинге, следует отметить некоторую методологическую неточность, допускаемую сторонниками данной трактовки понятия «производственная система». Один из разработчиков ПСР – С.А. Обозов – подчеркивает, что в основе создаваемой в корпорации ПСР лежат положения системы научной организации труда, производства и управления, разработанной в рамках действовавшего в то время министерства. Производственная система компании «Toyota» также объединяет в себе несколько понятий. Это и организация производства, и планирование деятельности компании, и организация труда персонала...[5]. Поэтому, по нашему мнению, в данной трактовке следует говорить не о производственной системе вообще, а именно о комплексной системе организации труда, производства и управления в компании. Косвенным свидетельством правильности подобной точки являются и слова самого директора по развитию Производственной системы «Росатом» Госкорпорации «Росатом». В одной из бесед он посетовал на то, что японские специалисты, приглашенные компанией для внедрения новой производственной системы по образу и подобию «Toyota», полностью раскрывают свой опыт преобразования процесса производства. Однако, при этом они

ни слова не говорят о том, что нужно сделать в сферах организации управления и организации труда для того, чтобы вся система заработала также эффективно, как это происходит в Японии.

Данное замечание позволяет сузить понимание производственной системы до вопросов, традиционно описываемых такой научной дисциплиной, как организация производства. В подобном контексте под производственной системой мы будем понимать совокупность систем и процессов, непосредственно связанных с организацией преобразования исходных ресурсов в конечную продукцию и ее доставки потребителю. Состояние производственной системы наиболее существенным образом отражается на таких составляющих капитала бренда, как воспринимаемое качество и лояльность к бренду. Во-первых, известна аксиома о том, что совершенное изделие невозможно изготовить на отсталом оборудовании. Соответственно стремление выпустить качественную продукцию, лежащую, как отмечалось выше, в основе любого бренда, требует адекватного развития производственного аппарата компании, понимаемого как совокупность средств труда, с помощью которых в сочетании с другими факторами производства осуществляется выпуск продукции.

Осознание данного обстоятельства, в частности, обуславливает тот факт, что большинство компаний, озабоченных формированием собственного положительно имиджа и корпоративного бренда, выделяют на своих сайтах в сети Интернет проделанную ими работу по техническому перевооружению своего производства и оснащению передовой техникой и технологическими процессами.

Например, подмосковное предприятие МЗ «ТОНАР» приводит такие сведения. С 1994 г. началась широкомасштабная модернизация производства. К этому времени «ТОНАР» уже являлся владельцем 5000 м<sup>2</sup> площадей. Назрела потребность в современном высокотехнологичном оборудовании, которое бы позволило применить на практике разработки в области технологии «сэндвич-панелей», а также производства рефрижераторов и изотермических кузовов. Завод активно налаживал внешнеэкономические связи, велись переговоры с иностранными поставщиками, итогами которых стала покупка заливочной машины «HENNECKE», лазерной установки для раскроя металлического листа немецкой компании «TRUMPF», гибочного пресса этой же марки и установки газоплазменной резки от «ZINSER». Совместно с немецким заводом «HENNECKE» был реализован уникальный проект – изготовление единственного в России пресса для производства «сэндвич-панелей» из оцинкованной стали и пенополиуретана. Без освоения этих со-

временных технологий производство конкурентоспособной продукции, не уступающей по качеству западным аналогам, был бы невозможно. Благодаря постоянной модернизации технической базы, внедрению новейших технологических процессов, а также грамотной работе конструкторов предприятия, удалось приступить к изготовлению нового типа продукции — полноразмерных большегрузных полуприцепов, которые получили сертификаты и «Одобрение типа транспортного средства Госстандарта РФ», а также европейский сертификат, подтверждающий высокие теплоизоляционные свойства кузовов.

Сегодня «ТОНАР» — это динамично развивающаяся компания, перешедшая в разряд крупных предприятий, — с численностью персонала более 690 человек и площадью около 15 Га. В 2007 г., по сравнению с 2000 г., объемы производства выросли в 6,4 раза, а заработная плата сотрудников — в 3,4 раза. Введен в эксплуатацию новый производственный корпус площадью 18000 м кв., в котором которого расположилось высокотехнологичное оборудование: десятки металлорежущих станков, техника с числовым программным управлением, новые лазерные установки и гибочные прессы, плазморезы «TRUMPF» и «ЕНТ» (Германия), гильотинные ножницы «RAS» (Германия). Согласно плану технического перевооружения завода, введен целый ряд современных технологических процессов, основанных на применении высокопроизводительного оборудования [6].

Во-вторых, состав и структура производственной системы определяет возможность обеспечения таких первичных факторов, оказывающих влияние на капитал бренда, как:

- развитый сервис и послепродажное обслуживание — за счет создания соответствующих подразделений в рамках самой компании или заключения дилерских соглашений;
- предоставление гарантий производителя путем налаживания соответствующей системы гарантийного ремонта;
- инновационность решений, заложенных в товар — за счет развития собственных подразделений «заводской науки», а также деятельности, связанной с приобретением патентов и лицензий;
- высокие потребительские свойства продукции, обеспечиваемые наличием современно оснащенных конструкторско-технологических служб, входным контролем сырья, материалов и комплектующих, а также системой контроля качества на всех стадиях производственного процесса.

Комплекс понятий, образующих категорию «социальная подсистема» компании также весьма широк. В период зарождения производ-

ственных отношений труд, как фактор производства, означал лишь проявление совокупности физических и умственных способностей человека. Однако, по мере развития производительных сил использование труда обростало специфическими особенностями, вытекающими из его углубляющегося разделения, изменения соотношения труда физического и интеллектуального, накопления общественного богатства, развития мотивации работников, из совершенствования механизмов управления компаниями. В результате, современная наука оперирует не просто понятием персонал организации, а категорией «социальная подсистема» компании.

Основу социальной подсистемы, естественно, составляет персонал компании, состоящий из отдельных сотрудников, которые обладают шестью основными, характеризующими любого индивида признаками: индивидуальными особенностями, восприятием, целостностью личности, мотивацией поведения, стремлением к соучастию и ценностью личности [7]. Между разными людьми достаточно много общего, но одновременно каждый человек уникален. Каждый индивид отличается от других людей множеством характерных черт. Одинаковых людей не существует, и это многообразие необходимо признать, смириться с ним и рассматривать как ценный организационный актив. Идея необходимости учета индивидуальных особенностей родилась в психологии. Со дня своего рождения каждый человек уникален, а приобретаемый индивидуальный опыт делает людей еще более отличающимися друг от друга. Наличие индивидуальных особенностей предопределяет тот факт, что наиболее эффективная мотивация работников предполагает специфический подход в компании к каждому из них. В противном случае работа управленца с людьми не отличалась бы от обязанностей технолога. Положение об уникальности каждого человека в психологии обычно называется законом индивидуальных особенностей (различий).

Каждый из людей индивидуально воспринимает происходящие вокруг события. Даже если нам показывают один и тот же объект, мы видим его по-разному. Наше отношение к объективной реальности проходит через фильтр индивидуального восприятия, представляющего собой уникальный для каждого человека, формирующийся на основе накопленного опыта способ видения, систематизации и интерпретации вещей и событий. Уникальное видение каждого из нас доказывает, что мы ведем себя не как машины, а как человеческие существа. Причины, определяющие неодинаковое восприятие сотрудниками бизнеса, различны. Люди имеют уникальные личностные характеристики, особенный набор потребностей, опыт; испытывают различное физи-

ческое состояние, принадлежат к различным социальным слоям. Вне зависимости от конкретных причин действия сотрудников определяются их восприятием действительности. В этом случае говорят о так называемом процессе селективного восприятия, когда внимание человека привлекают, прежде всего, те особенности рабочей среды, которые соответствуют или усиливают его индивидуальные ожидания. Селективное восприятие нередко становится не только причиной неправильного толкования отдельных моментов трудового процесса, но может привести в будущем к настойчивому желанию новых впечатлений и, как следствие, — к уходу сотрудника из компании. В этой связи руководители должны учиться анализировать особенности восприятия сотрудников, учитывать их эмоциональность и находить индивидуальный подход к каждому.

Дж.В. Ньюстром и К. Дэвис [8] отмечают, что некоторые организации с радостью ухватились бы за возможность «принимать на работу» только квалификацию индивида или его способность к анализу, но в реальности компаниям приходится иметь дело с целостной личностью, а не с отдельными ее качествами. Различные человеческие черты могут изучаться каждая по отдельности, но заключительная фаза исследования, синтез, предполагает комплексный анализ элементов единой системы, — человека как целостной личности. Профессиональное мастерство не существует без опыта и знаний, личная жизнь человека не может быть полностью отделена от процесса труда, моральные условия неотделимы от физических. Каждый из нас — целостное человеческое существо. Компания нуждается не просто в квалифицированных сотрудниках, но в развитых личностях. Трудовая деятельность во многом определяет индивидуальные черты работников, а значит, менеджеры должны задуматься о влиянии работы на личность в целом. Сотрудники являются членами не только организации, в которой осуществляется их трудовая деятельность, но и различных сообществ за ее пределами, поэтому развитие личности сотрудника благоприятно сказывается не только на его работе, но распространяется и за границы компании.

Поведение человека формируется под воздействием определенных факторов, которые могут быть связаны с его потребностями, или последствиями его поступков. Когда мы имеем дело с человеческими потребностями, необходимо помнить, что побуждения людей отнюдь не таковы, какими их считает сторонний наблюдатель; они являются тем, чего желают сами люди. Их можно воспринимать как нереалистичские и, тем не менее, иметь возможность воздействовать на них, что ос-

твляет руководителю два основных способа мотивации сотрудников: поощрение и взыскание. Очевидно, что работник оценивает как наиболее предпочтительный тот образец поведения, который ведет к повышению степени удовлетворения его потребностей. Поэтому мотивация сотрудников – обязательный атрибут любой организации.

Согласно широко признаваемой в настоящее время «Теории Y» Д. Мак-Грегора [9], каждый из нас хотел бы чувствовать себя комфортно и в материальном, и в духовном смысле, и желание это отражается в стремлении к самоэффективности, или уверенности в том, что мы справимся с порученной работой, оправдаем ролевые ожидания, внесем значительный вклад в достижение общего успеха. На практике многие сотрудники компании активно стремятся, используя свои таланты и идеи, способствовать успеху организации, поделиться с коллегами тем, что они узнали и чему научились на своем опыте. То есть стремятся к соучастию. Зная об этой индивидуальной особенности человека, компании должны предоставлять максимально благоприятные возможности таким работникам, так как это выгодно обеим сторонам.

И о последнем из индивидуальных признаков каждого сотрудника компании – ценности личности. Все мы заслуживаем того, чтобы с нами обращались немного не так, как с другими факторами производства (землей, капиталом, технологиями), поскольку мы – существа «высшего порядка». Каждый сотрудник компании хотел бы внимательного и уважительного отношения со стороны руководства. Представление о том, что человек – лишь один из факторов производства, давно утратило популярность. Сегодня особо ценятся квалификация и способности, ценятся создаваемые в компании возможности для саморазвития каждого работника.

Необходимость учета, эффективного использования и развития перечисленных индивидуальных признаков сотрудников компании в ходе организации производственного процесса и определяет состав ее социальной подсистемы. От уровня развития социальной подсистемы компании, от применяемых технологий и решений в данной области, напрямую зависят организационное поведение и организационная культура компании – ее основополагающие характеристики, оказывающие влияние на формирование эффективного корпоративного бренда.

Организационное поведение может рассматриваться с двух точек зрения. С одной позиции – это наука, изучающая поведение людей (индивидов и групп) в организациях, с целью практического использования полученных знаний для повышения эффективности трудовой деятельности человека. С другой, организационное поведение – это

собственно обобщающий параметр деятельности компании, определяющий ту психологическую модель, которая лежит в основе ее деятельности, и оказывающий непосредственное воздействие на восприятие бренда компании.

Существует несколько типов организационного поведения. Например:

- по степени осознанности человеческого поведения различают целерациональное (осознанное) и неосознанное организационное поведение;
- по целям — направленное на решение индивидуальных, групповых, общеорганизационных целей;
- по типу субъекта-носителя: индивидуальное, групповое, ролевое и организационное;
- по типу воздействия на субъекта-носителя: реактивное (реакция на соответствующие санкции со стороны лидера (группы, организации), конформное (воспроизведение поведения лидера, группы) и ролевое (ответ на безличные требования должностных и профессиональных предписаний);
- по последствиям реализации того или иного типа поведения для группы (социальной системы): конструктивное и деструктивное;
- по форме протекания: кооперированное (ориентированное на поддержание сотрудничества) и конфликтное.

Организационное поведение, как показано на рисунке 3, помимо уровня развития и состояния самой социальной подсистемы, определяют также: цели, которые ставит перед собой организация, ее организационная структура, применяемые технологические процессы и оборудование, а также внешнее окружение, в котором существует компания.

Следующей важнейшей характеристикой, непосредственно влияющей на восприятие бренда компании, является ее организационная культура. Это понятие тесно связано с рассмотренной категорией организационного поведения, базируется на нем, однако обладает собственными специфическими особенностями. В общем случае под организационной культурой понимается система общепринятых в компании представлений и подходов к постановке дела, к формам отношений и к достижению результатов деятельности, которые отличают данную организацию от всех других. На практике организационная культура представляет собой набор традиций, ценностей, символов, общих подходов, мировоззрения членов организации, выдержавших испытание временем. Это в своем роде выражение индивидуальности данной компании, проявление ее отличий от других. Организационная культура имеет в своей



основе организационное поведение компании, но отличается от последнего тем, что включает в себя категории, позволяющие квалифицировать компанию с позиции общечеловеческих ценностей.

Таким образом, уровень развития социальной системы оказывает непосредственное влияние на такие первичные факторы формирования капитала бренда, как: создание мнения окружающих о бренде компании; паблисити; персона руководителя; организационное поведение; организационная культура; позитивная история компании; оценки персонала компании; исторические и культурные традиции места расположения компании, получившие отражение в ее социальной системе.

#### **Используемые источники**

1. Шилина Ю. Стратегии ассортиментного планирования // Продвижение Продовольствия. Prod&Prod, 2010, № 11.
2. Аакер Д. Создание сильных брендов / Дэвид А. Аакер: Пер. с англ. М.: Издательский дом Гребенникова, 2003.
3. Справка о рассмотрении арбитражными судами субъектов РФ дел о несостоятельности (банкротстве) в 2006–2010 гг. – [http://www.arbitr.ru/\\_upimg/5B42DF668B5CAF8BD0026BF9B27E5BD7\\_14.pdf](http://www.arbitr.ru/_upimg/5B42DF668B5CAF8BD0026BF9B27E5BD7_14.pdf)
4. <http://www.ps-rosatom.ru>
5. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / Пер. с англ. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2005.
6. <http://www.tonar.info/about/history>
7. Ньюстром Дж.В., Дэвис К. Организационное поведение. Поведение человека на рабочем месте. СПб: Питер, 2000.
8. Там же.
9. McGregor, D., Bennis W. G. The Human Side of Enterprise: 25th Anniversary Printing. McGraw-HILL, Inc, Irwin, 1985.

Салихов Б. В.  
доктор экономических наук, профессор,  
Московский университет им. С. Ю. Витте

Филинов В. П.  
кандидат экономических наук, доцент,  
Российский государственный социальный университет

## **Инновационные аспекты формирования корпоративной культуры в экономике знаний**

*Статья посвящена методологическим аспектам исследования корпоративного ценностно-смыслового неявного знания, обеспечивающего направленность и социально-экономическое качество развития современного предприятия. Определяются такие понятия, как инновационная корпоративная культура, корпоративный культурный капитал, культурная деятельность, а также анализируется их взаимосвязь. Рассматриваются ключевые функции инновационной корпоративной культуры, показаны общие формы влияния этих функций на формирование добавленной стоимости инновационного продукта. Обосновываются основные корпоративные ценности, необходимые для формирования культуры новейших знаний; таковыми являются: духовно-нравственная направленность развития корпорации, формирование и развитие различных форм корпоративного общения, обеспечение культуры создания и использования новейших знаний, воспитание руководителей лидерского типа.*

*Ключевые слова: инновации, корпоративная культура, ценностно-смысловая модель, инновации в сфере создания новых культурных ценностей, культурный капитал, культурная деятельность, функции экономической культуры, добавленная стоимость, экономическая нравственность, развивающий обмен-общение, система ценностей, лидерский тип управления.*

## **Innovative aspects of formation of corporate culture in economy of knowledge**

*Article focuses on the methodological aspects of the study of corporate value and meaning of tacit knowledge, which provides orientation and socio-economic quality of the modern enterprise. Defined concepts such as the innovative corporate culture, corporate cultural capital, cultural activities, and examines their relationship. Discusses the key features of innovative corporate culture, shows the general form of the influence of these functions on the formation of innovative value-added products. Substantiates the basic corporate values necessary for the formation of the cult of the latest knowledge, these are: the spiritual and moral direction of the corporation, the formation and development of various forms of corporate communication, providing worship of creation and use of new knowledge, education leaders of leadership type.*

*Keywords: Innovations, corporate culture, valuable and semantic model, innovations in the sphere of creation of new cultural values, the cultural capital, cultural activity, functions of*

Растущие потребности в масштабных и непрерывных экономических инновациях объективно определяют необходимость не только увеличения объемов новейших знаний, но и актуализируют ценностно-смысловое качество корпоративного воспроизводства. Это означает, что личности и обществу нужны не абстрактные инновационные знания и продукты, а такие, производство которых обеспечивает действительное всестороннее развитие создателей и потребителей этих новых благ. Очевидно, что речь идет о направленности как таковой хозяйственной деятельности, о том, в рамках каких ценностных смыслов и ориентиров должна и будет осуществляться экономическая деятельность современной корпорации.

Таким образом, *цель данной статьи* заключается в том, чтобы выявить и обосновать ключевые ценностно-смысловые инновации, обеспечивающие непрерывность воспроизводства новейших знаний и способствующие становлению обучающейся корпорации именно созидательного качества. Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие исследовательские задачи: во-первых, определить сущность и охарактеризовать корпоративную культуру как систему определенных знаний и показать ее новую роль в рамках системной парадигмы исследования современного предприятия; во-вторых, раскрыть содержание новых ценностных смыслов корпоративной деятельности и показать их функции в сфере расширенного воспроизводства новых знаний и продуктовых инноваций; в-третьих, наметить общие контуры становления корпоративной культуры инновационного качества.

В рамках решения первой исследовательской задачи, следует отметить, что современные ученые неоднократно подчеркивали когнитивную природу культуры как таковой. При этом особую ценность имеет не столько положение о том, что культура есть не что иное, как «знания, передаваемые посредством общения»<sup>1</sup>, а то, что «культура относится к групповому неявному знанию, которое в максимальной степени формирует сознание организации, управляет поведением людей и само формируется под воздействием их поведения»<sup>2</sup>. Отнесение культуры к групповому неявному знанию видится весьма ценным и

---

<sup>1</sup> Корпоративная культура / Автор-сост. И.Н. Кузнецов. Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2006. С. 9.

<sup>2</sup> Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова. М.: Эксмо, 2008. С. 337.

методологически продуктивным положением современной социально-экономической науки, поскольку это нацеливает на внутреннюю противоречивость рассматриваемого феномена и соответствующую сложность интерпретации и предполагаемой модификации тех или иных его структурных элементов.

В развитие когнитивной природы феномена культуры и, разумеется, корпоративной культуры, последняя определяется как система «принятых в организации и разделяемых ее работниками ценностей, убеждений, принципов, норм поведения». Очевидно, что речь здесь идет о различных формах бытия данного неявного знания, которое «спрессовано» в соответствующие ценности, нормы, принципы деятельности, а также «правила поведения; символы, традиции, церемонии, ритуалы»; сюда же относятся «герои, истории, мифы, легенды; мотивация, язык общения, внешний вид персонала; стиль руководства»<sup>3</sup> и многое другое. В этом же ракурсе корпоративная культура понимается как «разделяемые всеми ценности, представления, ожидания, нормы, приобретенные по мере вхождения в компанию и за время работы в ней»<sup>4</sup>. Здесь же и культура организации понимается как «совокупность ценностей, норм, привычек, традиций, форм поведения и ритуалов, а также присущий организации стиль отношений и поведения»<sup>5</sup>.

Не умаляя роли и творческого потенциала приведенных трактовок и характеристик культуры в целом и корпоративной культуры в частности, отметим, что они носят не столько сущностный, сколько содержательный характер, не всегда затрагивая именно качественную определенность рассматриваемого феномена. Отсюда во всех приведенных выше и многих других трактовках корпоративной культуры желательно «навести» некоторый методологический «порядок», используя, как минимум, два исходных концепта. Во-первых, было бы резонно применить дисциплинарную матрицу системно-интеграционного подхода к исследованию современного предприятия, что позволило бы разместить все элементы корпоративной культуры в соответствующих подсистемах (от ментальной подсистемы до исторической подсистемы)<sup>6</sup>. Во-вторых, следовало бы иметь в виду также три извест-

---

<sup>3</sup> Мильнер Б.З., Румянцева З.П., Смирнова В.Г., Блишкова А.В. Управление знаниями в корпорациях / Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Б.З. Мильнера. М.: Дело, 2006. С. 272.

<sup>4</sup> Корпоративная культура / Автор-сост. И.Н. Кузнецов. Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2006. С. 15.

<sup>5</sup> Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова. М.: Эксмо, 2008. С. 337.

<sup>6</sup> См.: Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; Отд. обществ. наук РАН, Центр. экон.-мат. ин-т. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.

тных уровня когнитивного развития предприятия: собственно когнитивный, уровень проектного знания и уровень объективированного, или продуктового знания.

Теперь, учитывая отмеченные методологические концепты, «нормы, правила поведения и традиции», а также «церемонии и ритуалы» следует отнести скорее к элементам объективации ценностных аспектов корпоративной культуры. Другими словами, они представляют собой корпоративные культурные объективированные продукты, которые можно видеть и воспринимать не только участниками внутренних взаимодействий, но и внешними субъектами. В свою очередь, «убеждения и нормы», как сознательные стереотипы мышления, вообще следует скорее отнести к корпоративному менталитету и, частично, к институциональной подсистеме предприятия. Что касается «ценностей и принципов», то они непосредственно относятся к собственно культурной подсистеме корпорации, представляя собой глубинную основу общей корпоративной культуры как таковой. Другими словами, именно ценности<sup>7</sup> и смыслы являются главными элементами корпоративной культуры, или культуры в ее «узком», именно сущностном понимании.

Очевидно, что в самом общем плане, корпоративная культура предстает как органическое единство ценностей и ключевых принципов, что обобщенно можно характеризовать, как некое ценностно-смысловое знание, имеющее, в основном, неявную форму своего представления. Данное ценностно-смысловое знание, оформленное в определенную модель, и есть *сущность корпоративной культуры*. Ранее названные все другие элементы, приводимые в соответствующих трактовках, есть не что иное, как внешние аспекты данного ценностно-смыслового знания. Следовательно, *корпоративная культура* представляет собой специфическое, неявно-явное коллективное знание, сформированное в определенную ценностно-смысловую модель и определяющее социально-экономическое качество деятельности данной корпорации. Имея в виду то обстоятельство, что новые знания всегда являют собой определенный смысловой конструкт, представляется весьма важным выделение глубинных корпоративных ценностей как основного смыслообразующего фактора деятельности корпоративного сообщества.

<sup>7</sup> Ценности обычно определяются как «важные, нужные предметы и явления». Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. 5-е изд. доп. и перераб. М.: Институт новой экономики, 2002. С. 1215. «Оценка и есть средство осознания ценности природного и социального мира, а вместе с тем осознания человеком собственной личностно-индивидуальной значимости». Краткий философский словарь / Под ред. А.П. Алексеева. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. С. 436–437.

Когнитивная трактовка сущности корпоративной культуры позволяет определить корпоративный культурный капитал как производительно используемую корпоративную ценностно-смысловую модель, или как систему созидательно используемых одноименных неявно-явных культурных знаний. При этом корпоративную культурную деятельность резонно трактовать как деятельность определенных субъектов по формированию, использованию и развитию ценностно-смысловой модели предприятия. Очевидно, что данная деятельность нуждается в соответствующем управлении, требует релевантного набора факторов «культурного производства» и инвестиций.

Взаимосвязь отмеченной культурной деятельности, корпоративной культуры и соответствующего капитала выглядит следующим образом. Во-первых, в результате культурной деятельности субъектов управления формируется корпоративная культура в форме ожидаемых (система проекта) ценностно-смысловых моделей. Во-вторых, отмеченная модель позиционируется в данном корпоративном сообществе путем ее признания большинством сотрудников. В-третьих, в результате целенаправленной актуализации ценностно-смысловой модели (система процесса) формируется корпоративный культурный капитал. В-четвертых, функционирование данного капитала объективируется в достигнутых целях корпорации (система объекта). В-пятых, осуществляется мониторинг социально-экономических результатов использования культурного капитала с последующими рекомендациями для изменений в сфере культурной деятельности фирмы (система среды).

При этом если общий результат функционирования культурного капитала перестает удовлетворять императивам корпоративного развития, что часто предстает как противоречие системы среды и системы проекта, то требуется, либо «сдвиг парадигмы», либо «перезагрузка» системы корпоративных ценностей и смыслов. Все это предполагает наличие соответствующего управления и, следовательно, вполне определенной субъектно-объектной структуры данного управления с четко очерченным кругом задач и механизмов соответствующих мотиваций. Причем корпоративная ценностно-смысловая модель должна не только адекватно реагировать на динамику внешней и внутренней социально-экономической среды, но и обеспечивать некоторое «ценностно-смысловое» опережение.

В рамках второй исследовательской задачи необходимо выявить сущность и содержание корпоративной культуры, адекватной требованиям экономических инноваций, а также охарактеризовать функции этой культуры. Очевидно, что формирование и развитие инновацион-

ной экономики требует новой корпоративной экономической культуры, обеспечивающей соответствующее качество воспроизводства новейших знаний и конечных продуктов. При этом инновационная экономика предопределяет необходимость постановки и достижения действительно созидательных целей корпоративного воспроизводства, а также требует обеспечения наиболее полного использования творчески-трудовых способностей руководителей и сотрудников корпорации. Другими словами, инновационная экономика — это экономика созидательных экономических смыслов, представляющих собой такие ценностные конструкты, которые мотивируют каждого субъекта к внутренне свободной творчески-трудовой деятельности.

Отмеченные положения означают, что ценностно-смысловая модель корпорации, адекватная требованиям экономических инноваций, должна характеризоваться следующими ценностными смыслами. Во-первых, — это ясное представление о новом качестве общей направленности, миссии и целевой функции деятельности руководителей и сотрудников предприятия. Во-вторых, — это новое качество принципов социально-экономических взаимодействий в рамках данной корпорации, обеспечивающих высокое качество человеческого капитала и желаемую результативность его созидательного использования. В-третьих, — это новое качество стиля корпоративного управления, способствующего созданию и высокоэффективному функционированию ценностно-смысловой модели данного корпоративного сообщества.

*Теперь инновационную корпоративную культуру можно кратко описать как ценностно-смысловую модель, релевантную созидательно-гуманистической направленности корпоративного воспроизводства.* В содержательном плане инновационная корпоративная культура есть такая ценностно-смысловая модель, которая обеспечивает созидательную направленность развития предприятия в условиях адекватной системы человеческих взаимоотношений и такого стиля управления, который позволяет непрерывно развивать капитал корпоративных знаний и, одновременно, способствовать наиболее полной творческой самореализации каждой личности и корпоративного сообщества в целом.

В практическом плане наибольший интерес представляет то, каким образом корпоративная культура вносит свой вклад в создание добавленной стоимости. Осуществляется это в процессе реализации соответствующих функций, причем наиболее общей функцией инновационной корпоративной культуры является реализация созидательно-гуманистической стратегии развития фирмы и обеспечение ей желаемых конкурентных преимуществ. Здесь корпоративная культура

предстает как базисный, именно ценностный фактор повышения уровня конкурентоспособности фирмы в экономике новых знаний и продуктов. Общая функция корпоративной культуры реализуется в процессе осуществления локальных функций, к перечню которых можно отнести следующие.

Во-первых, — это ранжирование и оценка важности внутренней и внешней информации, а также согласование оценок значимости различных явлений, затрагивающих предприятие. Во-вторых, — это формирование и развитие духовно-нравственной атмосферы и творческого духа, обеспечивающего уверенное достижение высоких инновационных результатов корпоративной деятельности. В-третьих, — это становление и совершенствование устойчивой творчески-трудовой мотивации сотрудников, что является прямым следствием принятой руководством миссии и выбора направления деятельности организации. В-четвертых, — это обеспечение синергетического эффекта, возникающего в результате объективации принципов соответствующих взаимодействий, внедрения и применения соответствующих этических норм развивающего обмена-общения. В-пятых, — это формирование и утверждение культа новейших знаний, без чего не удастся обеспечить предприятию уникальность, неповторимость его «производственного жанра» и экономическую устойчивость.

Отмеченные функции позволяют определить *инновационный корпоративный культурный капитал как целенаправленно используемую для решения конкретных творчески-трудовых задач инновационную корпоративную культуру*. Данный капитал есть определенная производственно-функциональная форма соответствующей корпоративной культуры. Отмеченный в рамках ценных смыслов инновационной корпоративной культуры управленческий стиль есть, одновременно, фактор ее актуализации и превращения в одноименный капитал.

В рамках решения третьей задачи данной статьи необходимо подчеркнуть, что когнитивный ракурс исследования современной корпорации позволяет констатировать, что важнейшей функцией корпоративной культуры является формирование культа новых знаний, то есть безальтернативного ценностно-смыслового приоритета расширенного воспроизводства знаний. Именно с культом новых знаний связано становление самообучающейся корпорации. В чем же заключается культура воспроизводства новых знаний, и какие ценностные смыслы должны быть присущи соответствующей корпоративной культуре?

Прежде всего, успешное решение задачи формирования культа новейших знаний связано с осуществлением комплекса воспитатель-



но-образовательных мероприятий, направленных на создание таких экономических убеждений человека, которые будут возвышать его над утилитарными потребностями, интересами и целями. Очевидно, что созидательные экономические смыслы представляют собой систему осознанных целей и планов человеческой деятельности, а также соответствующие волевые, творчески-трудовые усилия, направленные на создание таких экономических инноваций, которые в действительности обеспечивают расширенное воспроизводство, прежде всего, системы прогрессивных человеческих знаний и компетенций.

Как справедливо считают современные исследователи, утилитарно-инженерный подход в современной экономической науке, включающий ресурсные, технологические и прочие инструментальные аспекты, широко использующий экономико-математические методы и передовые информационные технологии, тем не менее, не учитывает все многообразие интересов человека. Поэтому такой подход в экономике должен быть «органически увязан с этическим подходом, который, в свою очередь, основывается на представлениях о человеке как о психобиосоциальном субъекте экономической деятельности. Именно человек является главной целью, средством, ресурсом, субъектом и одновременно объектом экономической деятельности, участвует во всех ее различных видах и сферах, в частности при выработке и проведении социально-экономической политики государства»<sup>8</sup>.

Отсюда следует, что формирование духовно-нравственной направленности функционирования инновационной фирмы означает формулирование миссии и целей, непосредственно связанных с созданием условий и практическим осуществлением не только когнитивизации, но, прежде всего, гуманизации ее деятельности. В социально-экономическом смысле это означает сознательное стремление к формированию и развитию достойной жизни сотрудников на основе творчески-трудового способа присвоения благ и создания системы реальной собственности с защищенными потоками рентных доходов.

Таким образом, формирование культа новейших корпоративных знаний следует понимать буквально. Речь идет о целенаправленном создании такого корпоративного духа и морально-этической атмосферы, когда у каждого сотрудника и у корпоративного сообщества в целом расширенно воспроизводится устойчивая мотивация к самосовершенствованию (производство новых знаний), развивающему обмену-общению

<sup>8</sup> Петросян Д., Фаткина Н. Этические принципы в социально-экономической политике России // Вопросы экономики. 2008. № 2. С. 126.

(производство и распространение новых знаний) и творчески-трудо­вой самореализации (созидательное использование новых знаний). В этом «триедином клубке» и должны осуществляться соответствующие управ­ленческие решения и происходить позиционирование релевантных кор­поративных институтов.

При этом непосредственными условиями и факторами формиро­вания культа новых знаний призваны стать качественно обновленные принципы корпоративной этики, представляющие собой свод общих правил, непосредственно связанных с таким должным поведением пер­сонала фирмы (их отношение к себе и друг к другу), которое обеспечи­вало бы понимание безусловной ценности расширенного воспроизвод­ства новейших знаний. Теперь дадим перечень и краткую характеристику этим принципам-ценностям, проистекающим из самой логики произ­водства новых знаний, а также из императива создания самообучающейся организации (формирование потребности в самообразовании и когни­тивном развитии) и возрастания роли человеческого капитала в совре­менной экономике (человек — цель созидательной деятельности). Зна­чение этого перечня этических норм и правил заключается в том, что именно они призваны формировать и развивать культ новейших корпо­ративных экономических знаний.

Прежде всего, для реализации культа воспроизводства новейших знаний требуется этическая норма уважительного отношения к твор­честву в целом и к конкретным творцам новых идей и знаний. Уважи­тельное отношение к творцам новых знаний означает, что они всегда будут поддержаны не только руководством фирмы, но и всеми ее со­трудниками, будут застрахованы от творческих неудач и даже длитель­ных депрессивных состояний. Ключевым фактором формирования атмосферы творческого духа в организации является позитивное от­ношение со стороны руководителей и собственников корпорации к любым проявлениям творчества. Здесь критическое значение имеет обез­печение адресности потоков интеллектуальной ренты, создаваемой собственниками уникального интеллектуального капитала.

Непосредственные участники творчески-трудо­вого процесса, чув­ствуя значимость своей деятельности, приобретают устойчивую моти­вацию к постоянному самосовершенствованию, что и является основа­нием расширенного воспроизводства инновационных знаний. Важно, однако, не смешивать нормы этики, как наиболее общие принципы че­ловеческих взаимодействий, с корпоративными институтами. Этичес­кие принципы являются общим основанием для проектирования соот­ветствующих институтов. Например, этический принцип уважительного

отношения к новаторам может функционально проявиться в таких формальных и неформальных институтах, как персональные ставки заработной платы новаторам, создание для них специальных творчески-трудо-вых условий, введение «свободного» графика работы и т.д.

Далее, для реализации культа производства и распространения новейших знаний требуется этическая норма исключительной ценности корпоративного общения. Известно, что корпоративное общение есть процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Корпоративное общение отличается от общения в широком смысле тем, что оно осуществляется в рамках определенного целеполагания, здесь ставятся конкретные задачи, требуется специфическое управление творчески-трудо-вым процессом. Новые корпоративные знания рождаются именно в процессе общения, и в организации должен утвердиться *принцип непреходящей значимости различных форм общения*. Чтобы формировать соответствующую мотивацию у сотрудников, необходимо показывать и доказывать реальные преимущества того, что истинная сила и ценность нового знания не в его персонификации, а в его социализации. Поэтому «так важно от внутренней установки «знания есть власть, и делиться ими не следует» перейти к новой установке: «свободный обмен знаниями есть источник успеха организации и личности»»<sup>9</sup>.

Созидательная сила этической нормы, характеризующей ценность общения, заключается в мобилизации дополнительных творческих сил личности и корпоративных сообществ. Источником этих дополнительных сил является реализация внутреннего стремления каждой личности к сотрудничеству, к взаимному обогащению и совместному творчеству. Социализация новых персонифицированных знаний обеспечивает создание синергетической эффективности в рамках развивающего обмена-общения. Форм и способов данного обмена-общения существует множество, и проблема состоит в обеспечении устойчивой мотивации сотрудников к наиболее эффективному использованию существующих форм дискурса (творческие презентации, деловые беседы и переговоры, семинары и диспуты, публичные выступления, деловые совещания и т.д.).

Наконец, для реализации культа объективации нового знания и творчески-трудо-вой самореализации сотрудников требуется этическая норма уважительного отношения к практическому умению довести дело до конца, до создания конечного продукта, востребованного потреби-

<sup>9</sup> Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова. М.: Эксмо, 2008. С. 344.

телем и социумом. Здесь имеется в виду высокая социальная ответственность деятельности конкретной предпринимательской фирмы, поскольку, в конечном счете, именно в продуктовом результате проявляется социальная направленность расширенного воспроизводства новейших знаний и, следовательно, качество инновационной корпоративной культуры и одноименного капитала.

Духовно-нравственным основанием данной этической нормы (практической философии) является принцип единства слова и дела. В данном случае речь идет, прежде всего, об этическом обустройстве процесса объективации новейшего знания. Если в рамках производства новейшего знания должна формироваться, условно говоря, атмосфера когнитивного творчества, то объективация новейшего знания в конечный продукт должна происходить в рамках «атмосферы продуктового производства», нацеливающей сотрудников на ожидаемый конечный результат. Этическая норма уважительного отношения к способности обеспечить творческую объективацию новейшего знания лежит в основе деловой репутации фирмы, ее имиджа и бренда.

Таким образом, потребность в масштабных и непрерывных экономических инновациях объективно предопределяет необходимость «перезагрузки» ценностно-смысловых оснований функционирования современных корпораций. И здесь, *во-первых*, ключевое значение имеет общий духовно-нравственный вектор развития предприятия, создание гуманистически ориентированных, созидательных форм и способов расширенного воспроизводства знаний и продуктов. Далее, *во-вторых*, императивом является формирование культуры новейших знаний, что требует развития таких этических норм и правил, как уважительное отношение к любым формам проявления интеллектуального предпринимательства, всемерное развитие новых форм и способов развивающего обмена-обращения. Наконец, *в-третьих*, важнейшей задачей является субъектное обеспечение процесса создания и совершенствования инновационного корпоративного культурного неявного знания и одноименного капитала. Для этого необходимо целенаправленно формировать руководителей лидерского типа, обладающих компетенциями, прежде всего, созидательного смыслопроизводства. Эта задача, очевидно, является самой главной, и именно ее решение требует срочных инвестиций в новые формы и системы экономического образования и корпоративного управления.

**Используемые источники**

1. Антипина О. Экономическая теория счастья как направление научных исследований // Вопросы экономики. 2012. № 2.
2. Аузан А., Келимбетов К. Социокультурная формула экономической модернизации // Вопросы экономики. 2012. № 5.
3. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. 5-е изд. доп. и перераб. М.: Институт новой экономики, 2002.
4. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова. М.: Эксмо, 2008.
5. Дресвянников В.А. Построение системы управления знаниями на предприятии. М.: КНОРУС, 2008.
6. Духовно-нравственная онтология современного социально-экономического развития: Монография. М.: Издательство «Кнорус», 2011.
7. Корнаи Я. Инновации и динамизм: взаимосвязь систем и технического прогресса // Вопросы экономики. 2012. № 4.
8. Корпоративная культура / Автор-сост. И.Н. Кузнецов. Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2006.
9. Краткий философский словарь / Под ред. А.П. Алексеева. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007.
10. Мильнер Б.З., Румянцева З.П., Смирнова В.Г., Блинникова А.В. Управление знаниями в корпорациях / Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Б.З. Мильнера. М.: Дело, 2006.
11. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; Отд. обществ. наук РАН, Центр. экон.-мат. ин-т. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.
12. Петросян Д., Фаткина Н. Этические принципы в социально-экономической политике России // Вопросы экономики. 2008. № 2.
13. Чу Э.Д. Духовный капитал. Инвестиции нравственных ценностей как способ достичь благополучия. СПб.: ИГ «Весь», 2010.
14. Филонович С.Р. Интеллектуальное предпринимательство // Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. М.: ИНФРА-М, 2010.
15. Юданов А. Что такое инновационная фирма? // Вопросы экономики. 2012. № 7.

Соколов А. А.  
аспирант,  
Академия труда и социальных отношений

## **Потребительские предпочтения посетителей предприятий общественного питания малого города**

*В статье рассматриваются потребительские предпочтения посетителей ресторанов малого города. На основе маркетингового исследования выделены основные поведенческие тактики, предпочтения клиентов, а также их мотивация в отношении услуг общественного питания.*

*Ключевые слова: общественное питание, поведение потребителей, исследование, удовлетворенность.*

## **Consumer preferences of visitors of catering establishments of the small city**

*In article consumer preferences of visitors of restaurants of the small city are considered. On the basis of market research the main behavioural tactics, preferences of clients, and also their motivation concerning services of public catering are allocated.*

*Keywords: Public catering, behavior of consumers, research, satisfaction.*

Российский рынок общественного питания в последние 3–4 года развивается достаточно интенсивно: темпы роста оцениваются в 20–40% (различается в зависимости от региона). Аналитики считают, что причиной такого роста стала возросшая покупательная способность россиян: все больше людей предпочитает питаться не дома, а посещать какие-либо кафе или закусочные.

В современных нормативных документах предприятие общественного питания представляется как предприятие, предназначенное для производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их реализации и (или) организации потребления, а общественное питание – как «совокупность предприятий различных организационно-правовых форм и граждан – предпринимателей, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления кулинарной продукции»<sup>1</sup>. Под услугами общественного понимается «деятельность исполнителя (предприятий общественного питания,

---

<sup>1</sup> Постановление Госстандарта России от 21.02.94 № 35 об утверждении и введении в действие Государственного стандарта Российской Федерации «Общественное питание. Термины и определения». ГОСТ Р 50647-94.

---

юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) по удовлетворению потребностей потребителя в продукции общественного питания и покупных товарах, в проведении досуга и других дополнительных услугах»<sup>2</sup>.

В своем исследовании Котельникова А.В. отмечает: «...рынок общественного питания характеризуется:

- с точки зрения предлагаемого продукта — высокой степенью дифференциации при едином назначении;
- с позиции структуры рынка — чистой конкуренцией (множеством небольших предприятий, выступающих с самыми разнообразными предложениями);
- по возможностям входа и выхода в отрасль — свободным доступом и ликвидацией без существенных препятствий со стороны конкурентов;
- с точки зрения ценообразования — высокой степенью различия уровня цен, отсутствием регулирования со стороны государственных органов, ограниченным влиянием конкурентов в силу широкой дифференциации предлагаемого товара;
- с точки зрения издержкостности — высоким уровнем издержек в связи с функциональной спецификой;
- высокой степенью локализации предприятий в силу неотделимости услуги от ее поставщика»<sup>3</sup>.

Сфера общественного питания очень чувствительна к колебаниям в социальной и экономической обстановке региона. Особенно это заметно в малых городах, где уровень жизни населения значительно ниже столичного, а поведенческие привычки относительно организации питания значительно больше тяготеют к семейному питанию, нежели любим формам общественного. Поэтому, предприятия общественного питания (в том числе и сетевые), функционирующие в условиях регионального рынка, постоянно встают перед необходимостью отслеживать потребительские предпочтения и потребительское поведение своих клиентов, «мониторить» общую ситуацию в конкурентной среде и прогнозировать тенденции развития.

---

<sup>2</sup> Национальный стандарт Российской Федерации «Услуги общественного питания. Общие требования», утвержденный Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 3 ноября 2009 г. № 495 — ст. Дата введения в действие 1 января 2011 года.

<sup>3</sup> Котельникова А.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия общественного питания// Дисс. ... к.э.н. Уфа, 2009. С. 28–29.

Летом 2011 года в городе Новороссийске нами был проведен опрос на тему «Ходят ли новороссийцы в рестораны?», результаты которого продемонстрировали предпочтения жителей города относительно сферы общественного питания. В опросе приняли участие 440 человек в возрасте от 18 лет, выборка сплошная, статистическая погрешность не превышает 0,3%.

Прежде, чем рассмотреть результаты исследования, охарактеризуем выборку.

Большая часть респондентов – это граждане в возрасте 36–40 лет (43%). Наименьшую долю участников опроса составили молодые люди в возрасте 18–20 лет – всего 0,5%. В целом возрастной состав участвовавших в исследовании распределился следующим образом:

- 18–20 – 2 чел.;
- 21–25 – 44 чел.;
- 26–30 – 71 чел.;
- 31–35 – 109 чел.;
- 36–40 – 192 чел.;
- старше 40 – 22 чел.

54,8% опрошенных – мужчины (241 чел.), женщины составили 45,2% респондентов (199 чел.)

Большая часть респондентов имеет среднемесячный доход в размере 15–20 тысяч рублей – 45,9% опрошенных.

- до 10 тысяч рублей – 36 чел.;
- 10–15 тысяч рублей – 138 чел.;
- 15–20 тысяч рублей – 202 чел.;
- свыше 20 тысяч рублей – 64 чел.

Все опрошенные (100%) отметили, что ходят в кафе, рестораны, или другие предприятия общественного питания.

При этом, популярность форматов предприятий общественного питания проранжирована респондентами следующим образом (по степени убывания популярности):

- недорогие кафе
- рестораны
- пиццерии
- другое
- пивные бары
- кафе-мороженое
- рестораны фаст-фуд
- спорт-бары



Выбирая вариант ответа «другое», респонденты чаще всего называли «шашлычные» и «кафе-кондитерские».

Респонденты отметили, что в основном посещают предприятия общественного питания 1–2 раза в неделю (50,9%), каждый день ходят в кафе и рестораны только 4,5% опрошенных. А вот менее 1 раза в неделю могут позволить себе пообедать/ поужинать вне дома 15,7% респондентов.

- менее одного раза в неделю – 69 чел.;
- 1–2 раза в неделю – 224 чел.;
- 3–4 раза в неделю – 82 чел.;
- 5–6 раз в неделю – 46 чел.;
- каждый день – 19 чел.

Подавляющее большинство опрошенных в будние дни предпочитают обедать посредством услуг сферы общественного питания. Только 8,9% респондентов в обеденный перерыв ходят/ ездят домой, или не обедают вообще.

- в ресторане, кафе рядом с работой – 134 чел.;
- в столовой своего предприятия – 62 чел.;
- в обеденный перерыв хожу/ езджу на обед домой – 28 чел.;
- приношу еду с собой на работу – 59 чел.;
- заказываю обед с доставкой в офис – 146 чел.;
- другое – 11 чел.

В ресторан опрошенные ходят, как правило, небольшой компанией в 2–3 человека. Это отметили 89,1% опрошенных, и только 0,9% предпочитают ходить в одиночку.

- один – 4 чел.;
- с небольшой компанией из 2–3 человек – 392 чел.;
- с большой компанией – 46 чел.

Средний уровень расходов на одно посещение предприятия общественного питания, согласно полученным результатам – 1000–1500 рублей. Этот ценовой диапазон среднего чека назвали почти 70% респондентов.

- 500–1000 рублей – 24 чел.;
- 1000–1500 рублей – 307 чел.;
- 1500–2000 рублей – 97 чел.;
- выше 2000 рублей – 12 чел.

При посещении предприятия общественного питания для респондентов, участвовавшим в исследовании, главным по степени убывания важности являются следующие критерии выбора ресторана:

- качество блюд;
- цена;
- качество обслуживания;
- месторасположение ресторана;
- интерьер;
- другое.

Заказывая то, или иное блюдо, 69,5% опрошенных, как правило, советуются с друзьями, 18,9% полагаются на собственные вкусовые пристрастия и только 11,6% обращаются за советом к официанту.

- полагаетесь на свой вкус – 83 чел.;
- консультируетесь с официантом – 51 чел.;
- консультируетесь с друзьями – 306 чел.

Как показало исследование, большая часть респондентов – курящие. Поэтому неудивительно, что 86,1% опрошенных отметили, что они предпочитают отдыхать в том ресторане, где «можно покурить за столом».

- не курят – 61 чел.;
- можно покурить за столом – 397 чел.

У более чем половины опрошенных есть свои любимые заведения в городе. Так ответили 301 человек. Особых предпочтений не наблюдается у 139 человек.

Среди любимых кафе, ресторанов и иных точек общественного питания города чаще всего назывались такие, как «Прего», «Леди Мармелад», «Арома», «Шерефе».

Таким образом, проведенное исследование показало основные мотивационные и поведенческие тактики жителей города в отношении сферы общественного питания.

#### **Используемые источники**

1. Гаппарова А.М. Особенности развития научно-технического прогресса в сфере сервиса общественного питания // Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. Махачкала: ДГТУ, 2005.
2. Котельникова А.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия общественного питания // Дисс. ... к.э.н. Уфа, 2009.
3. Национальный стандарт Российской Федерации «Услуги общественного питания. Общие требования», утвержденный Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 3 ноября 2009 г. № 495 – ст. Дата введения в действие 1 января 2011 года .

4. Постановление Госстандарта России от 21.02.94 № 35 об утверждении и введении в действие Государственного стандарта Российской Федерации «Общественное питание. Термины и определения». ГОСТ Р 50647-94.
5. Фадеева З.О. Основные тенденции развития рынка общественного питания на современном этапе// Конкурентоспособность территорий и предприятий меняющейся России: Тез. 10 всероссийского форума мол. уч. и студентов. Екатеринбург. Изд-во УрГЭУ, 2007.

Под общей редакцией  
доктора экономических наук, профессора,  
Заслуженного деятеля науки РФ  
В. С. Балабанова

у 68 **Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России:** Сб. науч. трудов. Вып. XXXV/ Под общей ред. В.С. Балабанова. М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2013. — 292 с.

ISBN 978-5-903893-65-2

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

Научное издание

Серия

«Ученые записки Российской Академии предпринимательства»

**РОЛЬ И МЕСТО  
ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

Сборник научных трудов

**Выпуск XXXV**

*Под общей редакцией В.С. Балабанова*

Свидетельство о регистрации средства массовой информации  
в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой  
коммуникации **ПИ № 77 – 17478 от 18 февраля 2004 года.**

Подписано в печать 27.05.13  
Формат бумаги 60x90 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Гарнитура «Newton7С, TextBookС»  
Объем 16,97 усл. печ. л. Тираж 1000 экз.  
Издательство Агентство печати «Наука и образование»  
105005, г. Москва, ул. Радио, 14  
(499)265-65-03, www.rusacad.ru, info@rusacad.ru