

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ**

# **ВЕСТНИК**

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

**№ 1 (30), АПРЕЛЬ, 2010**

**РОСТОВ-НА-ДОНУ**

**2010**

## **Редакционная коллегия**

Наливайский Валерий Юрьевич – главный редактор, д.э.н., профессор

Альбеков Адам Умарович – д.э.н., профессор

Бугаян Илья Рубенович – д.э.н., профессор

Гиссин Виталий Исаевич – д.э.н., профессор

Губанов Александр Григорьевич – д.э.н., профессор

Денисов Михаил Юрьевич – д.э.н., профессор

Джуха Владимир Михайлович – д.э.н., профессор

Долятовский Валерий Анастасьевич – д.э.н., профессор

Евсюкова Татьяна Всеволодовна – д. филол. н., профессор

Золотарев Владимир Семенович – д.э.н., профессор

Костоглодов Дмитрий Дмитриевич – д.э.н., профессор

Кочмола Константин Викторович – д.э.н., профессор

Кузнецов Николай Геннадьевич – д.э.н., профессор

Кузнецов Владимир Васильевич – академик Российской Академии

сельскохозяйственных наук, д.э.н., профессор,

Лабынцев Николай Тихонович – д.э.н., профессор

Максимова Галина Петровна – д.п.н., профессор

Маслова Нина Пименовна – д.э.н., профессор

Ниворожкина Людмила Ивановна – д.э.н., профессор

Рукавишникова Ирина Валерьевна – д.ю.н., профессор

Самофалов Виктор Иванович – д.э.н., профессор

Седенко Василий Игоревич – д. физико-мат.н., профессор

Таранов Петр Владимирович – д.э.н., профессор

Усенко Людмила Николаевна – д.э.н., профессор

Хубаев Георгий Николаевич – д.э.н., профессор

Чапек Владимир Николаевич – д.э.н., профессор

Смейле Валентина Ефимовна – ответственный секретарь, начальник Отдела редакции  
общеузовского научно-практического журнала “Вестник РГЭУ (РИНХ)”

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

# ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 1 (30), АПРЕЛЬ, 2010.

Научно-практический журнал.  
Издается с 1996 года.  
Периодичность – 3 номера в год.  
№1 (30), 2010

**Включен в Перечень ведущих  
рецензируемых  
научных журналов и изданий,  
в которых должны быть  
опубликованы  
основные научные результаты  
диссертаций  
на соискание ученой степени  
кандидата и доктора наук  
(по экономике)**

**Над номером работали:**  
В.Е. Смейле, О.Н. Шимко, Ю.В. Тихонова

**Обложка** В.Е. Смейле

**Адрес редакции журнала:**  
344002, Ростов-на-Дону,  
ул. Б.Садовая,69, к.653  
тел. 266-42-34

Издание зарегистрировано в Федеральной службе  
по надзору за соблюдением законодательства  
в сфере массовых коммуникаций и охране культурного  
наследия от 14 октября 2005 года ПИ № ФС77-22006

**Индекс 41963 в каталоге «Пресса России»  
(на полугодие), 82537 (на год).**

© Вестник Ростовского государственного  
экономического университета (РИНХ),  
2010

## СОДЕРЖАНИЕ

**НАШИ АВТОРЫ** 11

**РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ  
ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ПРОЦЕССОВ** 15

*Родчанин Е.Г., Черненко Н.А.*  
Универсальный эволюционизм  
как парадигма рыночной  
экономики 15

*Филонич В. В., Ревунов Р. В.*  
Экологически устойчивое  
развитие экономики: предметно-  
сущностное содержание,  
эволюционные критерии,  
классические и неоклассические  
направления исследований 22

*Кравцов В.Б., Синявская Т.Г.*  
Генезис понятия риска  
в экономических системах:  
новый подход к дефиниции 33

*Ажогина Н.Н.*  
Анализ вероятных стратегий  
реализации рентного  
потенциала в современной  
антикризисной  
политике Российского  
государства 39

**РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНО-  
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ  
РАЗВИТИЕ РОССИИ,  
ЕЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ  
ОБРАЗОВАНИЙ  
И ПРЕДПРИЯТИЙ** 46

*Золотарев В.С., Невская Н.И.,  
Комарова Т.Г.*

Человеческий капитал в свете  
формирования информационного  
общества в России 46

*Бычкова А.Н.*

Взаимосвязь воспроизводственных  
инвестиционных процессов  
в промышленности России 55

*Ильичева Л.А.*

Анализ состояния ипотечного  
рынка в России в период мирового  
финансового кризиса  
в 2008-2009 г. 61

*Мурылева О.А.*

Характеристика рисков  
социально-экономического  
развития субъектов  
Южного федерального округа 66

*Козлов А.В.*

Современные аспекты  
регионального развития  
туристических услуг 73

*Реук А.М.*

Трансформация этапов развития  
предприятия в рамках процедур  
банкротства 82

*Фоменко Н.М.*

Методы решения задачи выбора  
партнеров виртуального  
предприятия 87

*Лобахина Н.А.*

Методология формирования  
и реализации бизнес-идеи

создания малых  
предпринимательских  
структур 94

**РАЗДЕЛ 3.  
МАРКЕТИНГОВЫЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ  
И РЕШЕНИЯ** 102

*Гамалеева Н.Г.*

Маркетинговое исследование  
сознательной составляющей  
экономического поведения  
потребителей 102

*Бондаренко В.А.*

Теоретические аспекты  
совмещения маркетинга  
и инфраструктуры  
как подсистемы экономики 108

*Попова Е.А.*

Маркетинг как инструмент  
повышения эффективности  
агропромышленного комплекса  
России 116

*Пацанов С.В.*

Взаимодействие субъектов  
маркетинговой среды  
лизингодателя и их влияние  
на управление комплексом  
маркетинга на рынке  
лизинговых продуктов 123

**РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМА  
ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ  
ОТНОШЕНИЙ** 130

*Зибзеева Е.В.*

Управление финансовыми  
ресурсами в процессе  
размещения государственного  
заказа 130

*Пешкова А.А.*

Системный подход  
к обоснованию  
финансовой стратегии

устойчивого развития предприятия	136	капитала малого инновационного предпринимательства	195
<b>Ткаченко Р.В.</b> Инновационная деятельность предприятия и финансовые риски	145	<b>Ломакин В.Н.</b> О применении доходного подхода в оценке автотранспортных средств	199
<b>Есеев М.М.</b> Теоретические аспекты определения налогового потенциала хозяйствующих субъектов на основе структуризации их деятельности	151	<b>Жильцов Е.В., Хомяков С.В.</b> Продуктивность и сходимость в моделях компромиссно- равновесного ценообразования	206
<b>Иванова Ю.В.</b> Маркетинг банковских инноваций как важнейшая составляющая инновационной стратегии коммерческого банка	156	<b>РАЗДЕЛ 5. СТАТИСТИКА, БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ</b>	216
<b>Гончаренко Т.В., Гончаренко Е.Е.</b> Учет фактора сезонности в планировании объема вкладов коммерческих банков	164	<b>Усенко Л.Н., Удалова З.В.</b> Развитие методики экспресс-анализа финансового состояния в сельскохозяйственных организациях	216
<b>Гончарук А.С.</b> Тенденции создания новой структуры рынка розничных банковских услуг	168	<b>Колесник П.В.</b> Некоторые аспекты применения международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) в России	225
<b>Литвиненко Д.А.</b> Анализ структурированных продуктов российского финансового рынка	174	<b>Терникова Е.В.</b> Совершенствование методики бухгалтерского учета по договору доверительного управления имуществом в условиях банкротства	230
<b>Бондарец М.С.</b> Анализ фондового рынка методом пяти сил Портера	180	<b>Кузнецова Е.В.</b> Методология формирования и функционирования планов счетов финансовой оптики	237
<b>Порфирьева А.А.</b> Страхование жизни с использованием инвестиционной составляющей: диффузия продуктов	185	<b>Павлова Ю.А.</b> Развитие концепции внутреннего контроля в крупномасштабных компаниях	244
<b>Галкина М.А.</b> Оценка интеллектуального			

<i>Алексеева И.В.</i> Некоторые аспекты проведения стратегического маркетингового аудита продаж коммерческой организации	250	внешнеэкономических связей республики Абхазии в современных условиях	277
<i>Наумова Н.А., Попова Л.К.</i> Индикативная методика оценки качества образования	261	<i>Таракановская Е.А.</i> Основные направления модернизации инфраструктурного обеспечения внешнеэкономической деятельности (ВЭД) в Южном федеральном округе (ЮФО)	283
<b>РАЗДЕЛ 6. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ</b>	271	<i>Головина А.С.</i> Транснацио нальные корпорации на мировом рынке инвестиций	290
<i>Юнусова Т.Т.</i> Валютный контроль как инструмент обеспечения внешнеэкономической безопасности России в условиях глобализации	271	<i>Правила оформления материалов, представляемых в журнал «Вестник РГЭУ (РИНХ)»</i>	298
<i>Багба А.Н.</i> Особенности			

MINISTRY EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION  
FEDERAL AGENCY OF EDUCATION

# VESTNIC

**ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)  
№ 1 (30), APRIL, 2010.**

Scientifically-practical journal.  
First published in 1996.  
Periodical – 3 issues per year  
№ 1 (30), 2010

**Editorial board:**

V.U. Nalivaiskiy (chief editor),  
A.U. Aljbekov, I.R. Bugayan,  
V.I. Gissin, A.G. Gubanov,  
M.U. Denisov, V.M. Dzhuha,  
V.A. Dolyatovskiy, T.V. Evsjukova,  
V.S. Zolotaryov, D.D. Kostoglodov,  
K.V. Kochmola, N.G. Kuznetsov,  
V.V. Kuznetsov, N.T. Labyntsev,  
G.P. Maksimova, N.T. Maslova,  
L.I. Nivorozhkina, I.V. Rukavishnikova,  
V.I. Samofalov, V.I. Sedenko,  
A.Y. Stadnik, L.N. Usenko,  
G.N. Hubaev, V.N. Chapek,  
V.E. Smejle (responsible secretary).

**Worked on the edition:**

V.E. Smejle, O.N. Shimko, J.V. Tikxonova

**Front page:** V.E. Smejle.

**Publishing address of the journal:**

344002, Rostov-on-Don,  
B.Sadovaya Ave., 69, room 653  
tel. 266-42-34

The edition is registered in Federal service of control for  
keeping the legislation in the sphere of mass communica-  
tion and defence of the heritage since the 14 of October  
2005 year  
PI # FS77-22006

Index 41963 in the catalogue of agency «The Press of  
Russia», 82537 (per year)

© Vestnic of Rostov-on-Don State Economic University  
(RINH), 2010

## CONTENTS

<b>OUR AUTHORS</b>	11
<b>PART 1. THEORETICAL QUESTIONS OF RESEARCH OF ECONOMIC PROCESSES</b>	15
<i>Rodchanin E.G., Chernenko N.A</i> Universal Evolutionism as a Paradigm of Market Economy	15
<i>Filonich V. V., Revunov R. V.</i> Environmentally sustainable economic development: object-core content, evolutionary criteria, classical and neoclassical research areas.	22
<i>Kravtsov V.B., Sinyavskaya T.G.</i> Genesis of concept of risk in economic systems: the new approach to a definition	33
<i>Azhogina N.N.</i> The analysis of probable strategy of realization of rent potential in the modern anti-recessionary policy of the Russian state	39
<b>PART 2. SOCIAL-ECONOMIC DEVELOPMENT OF RUSSIA AND ITS TERRITORIAL EDUCATIONS AND ENTERPRISES</b>	46

<b>Zolotarev V.S., Nevskaya N.I., Komarova T.G.</b>			
The human capital in a view of creation of an information society in Russia	46		
<b>Bychkova A.N.</b>			
Model of reproduction of a fixed capital	55		
<b>Ilicheva L.A.</b>			
The analysis of mortgage market state in Russia during the period of world financial crisis 2008-2009	61		
<b>Murileva O.A.</b>			
The risks characteristic's of social and economic development of southern federal district's subjects	66		
<b>Kozlov A.V.</b>			
Modern aspects of regional development of tourist service	73		
<b>Reuk A.M.</b>			
Development trend of a company under circumstances of its invalidity	82		
<b>Fomenko N.M.</b>			
Methods of the scoring task solutions choosing the partners of the virtual enterprise	87		
<b>Lobahina N.A.</b>			
Methodology formation and implementation of business ideas of the creation of small business structures	94		
<b>PART 3. MARKETING RESEARCHES AND DECISIONS</b>	102		
<b>Gamaleeva N.G.</b>			
Marketing research of a conscious component of economic behavior of consumers	102		
<b>Bondarenko V.A.</b>			
Theoretical aspects of marketing and infrastructure as economics subsystem combination	108		
<b>Popova E.A.</b>			
Marketing as a tool for improving the efficiency of the agro-industrial complex in Russia	116		
<b>Pazanov S.V.</b>			
Interaction between subjects of marketing leasing company's environment and their impact on complex marketing management in the market of leasing products	123		
<b>PART 4. SYSTEM OF FINANCIAL-CREDIT RELATION</b>	130		
<b>Zibzeeva E.V.</b>			
Management of financial resources in the course of placing of the state order	130		
<b>Peshkova A.A.</b>			
The system approach to the substantiation o financial strategy of sustainable development of the enterprise	136		
<b>Tkachenko R.V.</b>			
Innovation and financial risk	145		
<b>Eseneev M.M.</b>			
Theoretical aspects of the economic entities' tax potential definition according to their business entity	151		
<b>Ivanova J.V.</b>			
Marketing of bank innovations as the major component of innovative strategy of commercial bank	156		



<b><i>Goncharenko T.V., Goncharenko E.E.</i></b>		<b><i>Kolesnic P.V.</i></b>	
The account of the factor of seasonal prevalence in planning of volume contributions of commercial banks	164	Some aspects of application of international standards of financial reporting in Russia	225
<b><i>Gonchruk A.S.</i></b>		<b><i>Ternicova E.V.</i></b>	
Tendencies of creation of new structure of the retail bank services	168	Improvement of accounting procedure related to trust management contract under the conditions of bankruptcy	230
<b><i>Litvinenko D.A.</i></b>		<b><i>Kuznetcova E.V.</i></b>	
The analyze of structured products of Russian financial market	174	Methodology of formation and functioning of books accounts of financial optics	237
<b><i>Bondarec M.S.</i></b>		<b><i>Pavlova J. A.</i></b>	
The analyze of investment market by the method of Porter five powers	180	Development of Concept of Internal Control in Large-scale Companies	244
<b><i>Porfireva A.A.</i></b>		<b><i>Alekseeva I.V.</i></b>	
Life insurance with use of the market investment component: diffusion of products	185	Methodological aspects of strategic sales marketing audit procedure in a commercial organization	250
<b><i>Galkna M.A.</i></b>		<b><i>Naumova N.A., Popova L.K.</i></b>	
Estimation of the intellectual capital of small innovative business	195	Indicative methods for education performance quality evaluation	261
<b><i>Lomakin V.N.</i></b>		<b>PART 6. INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS</b>	271
«About application of income approach to value of vehicles»	199	<b><i>Unusova T.T.</i></b>	
<b><i>Zyiltsov E.V., Khomyakov S.V.</i></b>		The currency control as the tool of maintenance of the external economic safety of Russia in the conditions of globalization	271
Productivity and convergence in compromise-equilibrium pricing models	206	<b><i>Bagba A.N.</i></b>	
<b>PART 5. BUSINESS ACCOUNTING, STATISTIC, AND INSTRUMENTAL METHODS OF ECONOMIC</b>	216	Features of foreign economic relations of Abkhazia in modern conditions	277
<b><i>Usenko L.N., Udalova Z.V.</i></b>		<b><i>Tarakanovskaya E.A.</i></b>	
Development of methods for rapid analysis of financial condition in agricultural organization	216	The basic directions of modernization of infrastructural maintenance of foreign trade activities (FTA)	

in southern federal district (SFD) 283

*Golovina A.S.*

Transnational corporations  
in the world market of investments 290

*Registration rules of  
the materials represented  
in journal*

«*Vestink RSEU (RINX)*»

298

## НАШИ АВТОРЫ

**Ажогина Наталья Николаевна** – к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Экономическая теория и предпринимательство» СКАГС

Контактный тел: 8904-340-88-98

**Алексеева Ирина Владимировна** – к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8950-863-05-48

**Багба Алхас Нугзарович** - преподаватель кафедры «Национальная экономика», Сухумский открытый институт

Контактный тел: 8940-925-36-80

**Бондаренко Виктория Андреевна** – к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Маркетинг и реклама», зам. декана по научной работе факультета «Коммерция и маркетинг» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 300-35-00

**Бондарец Маргарита Сергеевна** – аспирант кафедры «Региональная экономика, предпринимательство и теория рынка», ИУБиП, преподаватель кафедр: «Экономика и предпринимательство», «Информатизация и управление», ИУБиП

Контактный тел: 8952-589-12-22

**Бычкова Алла Николаевна** - аспирант, доцент кафедры «Финансы и кредит», Омский государственный университет путей сообщения

Контактный тел: (381)267-10-73

**Галкина Мария Александровна** – соискатель кафедры «Региональная экономика и природопользование» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8928-102-65-98

**Гамалева Наталья Геннадьевна** – к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Экономическая теория» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8988-532-10-61

**Головина Анна Сергеевна** - аспирант отдела послевузовской подготовки социально-гуманитарных наук СКНЦ ВШ ЮФУ

Контактный тел: 8909-424-22-15

**Гончаренко Евгений Евгеньевич** – соискатель кафедры «Информационные технологии и математические методы в экономике», Воронежский государственный университет, ст. инспектор отдела кредитования Белгородского ОСБ РФ

Контактный тел: 8910-228-64-10

**Гончаренко Татьяна Владимировна** – к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит», Белгородский государственный университет

Контактный тел: 8910-228-64-10

**Гончарук Александр Сергеевич** – аспирант кафедры «Финансы и кредит» ЮРГУЭС, ст. инспектор отдела банковских карт ОСБ №5190 Юго-Западного банка Сбербанка России

Контактный тел: 8904-343-31-34

**Есеев Мурат Мухарбиевич** - соискатель кафедры «Налоги и налогообложение» РГЭУ (РИНХ), заместитель руководителя МИ ФНС №3 РФ по КЧР

Контактный тел: (887870)21-4-38

**Жильцов Евгений Викторович** – аспирант кафедры «Прикладная информатика», Южно-Российский государственный технический университет (НПИ)

Контактный тел: 8909-420-47-75

**Зибзеева Елена Викторовна** - аспирант кафедры «Финансы» РГЭУ (РИНХ), гл. специалист планово-экономического отдела Министерства труда и социального развития Ростовской области

Контактный тел: 8951-521-20-31

**Золотарев Владимир Семенович** – д.э.н., профессор, президент РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 237-02-57

**Иванова Юлия Васильевна** – аспирант кафедры «Экономическая теория» РГЭУ (РИНХ), главный специалист отдела разработок АКБ «МБРР» (ОАО)

Контактный тел: 8926-026-38-63

**Ильичева Любовь Александровна** – преподаватель кафедры «Двойной диплом» ИУБиП

Контактный тел: 8928-155-92-22

**Козлов Алексей Владимирович** – соискатель кафедры «Международная торговля и таможенное дело» РГЭУ (РИНХ), ст. преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент» филиала МГУТУ

Контактный тел: 8928-901-24-72

**Колесник Петр Владимирович** – аспирант кафедры «Бухгалтерский учет» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8919-873-60-33

**Комарова Татьяна Григорьевна** – доцент кафедры «Управление персоналом и социология», с.н.с, НИИ РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 261-38-93

**Кравцов Василий Борисович** - к.э.н., доцент кафедры «Математическая статистика, эконометрика и актуарные расчеты» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8928-296-10-53

**Кузнецова Елена Вячеславовна** – к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Анализ хозяйственной деятельности и прогнозирования» РГЭУ «РИНХ»

Контактный тел: 8919-882-78-35

**Литвиненко Денис Александрович** – аспирант кафедры «Региональная экономика, предпринимательство и теория рынка» ИУБиП

Контактный тел: 8908-180-12-69

**Лобахина Наталья Александровна** – аспирант, ст. лаборант кафедры «Антикризисное и корпоративное управление» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8928-185-43-54

**Ломакин Владимир Николаевич** – аспирант кафедры «Финансово-экономический инжиниринг» РГЭУ (РИНХ), заместитель директора, ООО «Урал\_Дон»

Контактный тел: 8918-514-09-00

**Мурылева Олеся Александровна** – соискатель кафедры «Теория и технология менеджмента» ЮФУ, ассистент кафедры «Экономические дисциплины» БУПК (Ростовский филиал)

Контактный тел: 8928-613-82-53

**Наумова Наталья Анатольевна** – аспирант кафедры «Информатика и математика» ЮРГИ

Контактный тел: 8906-414-21-65

**Невская Нонна Ивановна** – к.э.н., доцент, с.н.с., НИИ РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 261-38-93

**Павлова Юлия Александровна** - ассистент кафедры «Бухгалтерский учет и аудит» РГУПС, ведущий экономист, ОАО МеТраКомБанк

Контактный тел: 8928-125-25-92

**Пацанов Станислав Владимирович** – аспирант кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» Волгоградский государственный технический университет

Контактный тел: 8904-436-83-33

**Пешкова Александра Александровна** – к.э.н., доцент кафедры «Налоги и налогообложение» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8928-124-85-77

**Попова Евгения Александровна** – аспирант кафедры «Теория рынка» ЮФУ

Контактный тел: 8919-880-28-45

**Попова Людмила Константиновна** – к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Информатика и математика» ЮРГИ

Контактный тел: 8928-115-15-00

**Порфирьева Анастасия Александровна** – аспирант кафедры «Финансово-экономический инжиниринг» РГЭУ (РИНХ), финансовый консультант, ЗАО «3D»

Контактный тел: 8961-273-99-77

**Ревунов Роман Владимирович** – доцент кафедры «Экономика водного хозяйства и мелиорация», Новочеркасская государственная мелиорационная академия

Контактный тел: 8950-860-64-24

**Реук Андрей Михайлович** – аспирант кафедры «Экономика и предпринимательство» РГЭУ (РИНХ), арбитражный управляющий ООО «Эксперт»

Контактный тел: 8928-229-91-81

**Родчанин Евгений Георгиевич** – д.ф.н., профессор кафедры «Гуманитарные и социальные экономические дисциплины», Ростовский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета

Контактный тел: 245-69-07

**Синявская Татьяна Геннадьевна** – к.э.н., доцент кафедры «Математическая статистика, эконометрика и актуарные расчеты» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8928-131-28-00

**Таракановская Екатерина Алексеевна** – аспирант кафедры «Международная торговля и таможенное дело» РГЭУ (РИНХ), специалист по таможенному оформлению, ООО «ТБЦ»

Контактный тел: 8904-506-97-01

**Терникова Екатерина Викторовна** – ассистент кафедры «Бухгалтерский учет аудит» РГУПС

Контактный тел: 8929-819-98-50

**Ткаченко Роман Владимирович** – аспирант кафедры «Финансовый менеджмент» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8908-178-32-30

**Удалова Зоя Васильевна** – к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Бухгалтерский учет и аудит» ДонГАУ

Контактный тел: 8928-214-47-32

**Усенко Людмила Николаевна** – д.э.н., профессор, проректор по научной работе РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 240-58-92

**Филонич Валентин Васильевич** – д.э.н., профессор кафедры «Экономическая теория» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8918-544-64-48

**Фоменко Наталья Михайловна** – соискатель кафедры «Информационные технологии» РГЭУ (РИНХ), к.э.н., доцент кафедры «Экономика и управление предприятием», Волгодонский институт (филиал) ЮРГТУ (НПИ)

Контактный тел: 8918-552-42-74

**Хомяков Сергей Валентинович**  
– к.э.н., доцент кафедры «Прикладная информатика», Южно-Российский государственный технический университет (НПИ)

Контактный тел: 8919-882-57-60

**Черненко Наталья Александровна** – к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент», Ростовский институт (фи-

лиал) Российского государственного торгово-экономического университета  
Контактный тел: 275-61-64

**Юнусова Танзилия Талгатовна**  
– ст. преподаватель кафедры «Финансы, кредит и экономический анализ», НОУ ВПО «Западно-Уральский институт экономики и права»

Контактный тел: 8912-592-99-80

# РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

*Е.Г. Родчанин, Н.А. Черненко*

## УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ЭВОЛЮЦИОНИЗМ КАК ПАРАДИГМА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

### Аннотация

В современных условиях неиспользование принципов универсального эволюционизма может привести к обострению противоречий экономики в результате любого нарушения ее пропорций. Последнее следует учитывать в экономической политике государства.

### Annotation

Nowadays neglecting the principles of universal evolutionism can cause the aggravation of economic contradictions resulting from any violation of its proportions. The letter is to be taken into account in state economic policy.

### Ключевые слова

Универсальный эволюционизм, принцип нелинейности, органическое единство, прогресс общества.

### Keywords

Universal evolutionism, principle of nonlinearity, organic unity, progress of society.

Универсальный эволюционизм, являющийся методологической парадигмой постклассической науки XXI века, экстраполирует эволюционные идеи во все сферы бытия, включая общество, в основе которого лежит способ жизнедеятельности людей, производство материальных благ.

Универсальному эволюционизму присущи такие принципы, как: нелинейность, открытость, неустойчивость, динамическая иерархичность, способность к самоорганизации и самовоспроизводству органического целого.

Принцип нелинейности означает, что результат воздействия не равен сумме результатов слагаемых, целое не есть сумма его частей, а качество суммы не тождественно качеству составляющих. Это следует из той неоспоримой истины, что число связей между элементами растет быстрее числа самих элементов.

Принцип нелинейности означает также, что экономика, безусловно, явля-

ется неоднозначным процессом, что ее уроки не сводятся к выработке рефлекса на происходящее в настоящем, а тем более, в будущем. По какому пути пойдет дальнейшее развитие экономики, однозначно определить невозможно.

На ход ее развития влияет большое количество факторов, прогнозировать их суммарную составляющую нереально даже в принципе. Как, например, невозможно в квантовой механике с абсолютной точностью определить одновременно ординату и скорость микрочастей.

Люди нередко делают прогнозы будущего развития экономики, линейно экстраполируя на перспективу изменения, происходящие в ней в настоящем или прошлом. По сути, в этом случае в рамках как классической, так и неклассической науки XX века речь идет о «наивном» (вульгарном) редуционизме, который сводит феномен жизни к законам физики элементарных частиц лишь на том основании, что именно «из

них все и состоит».

Система может эволюционировать по различным направлениям «Завтрашний день не таков, чтобы он пришел сам по себе, просто с течением времени свет, слепящий нас, представляется нам тьмою. Восходит лишь та заря, к которой пробудились мы сами. Настоящий день еще впереди» [1.с.186].

В свое время Г.Гегель писал, что опыт прошлого учит лишь одному: он никогда, никого и ничему не научил, ибо «в каждую эпоху оказываются такие особые обстоятельства, каждая эпоха является настолько индивидуальным состоянием, что в эту эпоху необходимо и возможно принимать лишь такие решения, которые вытекают из самого этого состояния» [2.с.7-8].

Опыт прошлых поколений способен «сыграть шутку» в настоящем. Политические платформы и решения формируются, с одной стороны, из концепций, лозунгов, традиций, заимствованных из прошлого опыта, а с другой, из «наивных» (утопических) представлений о будущем, рожденных лишь стремлением к лучшему и надеждой на будущее. Изменения при таких условиях происходят лишь в сознании отдельных индивидов, представителей духовной элиты, руководителей, взявших на себя ответственность за социально-политическое и экономическое управление обществом. В результате формируется убеждение, что любую из сфер общества можно заменить произвольно, независимо от других, что все они функционируют безотносительно друг к другу – суверенно и автономно.

В реальной жизни развитие экономики и обусловленное им разделение труда приводят к возникновению множества специальных видов деятельности, которые лишь вместе образуют некое «живое», органическое целое.

Будучи в силу разделения труда закрепленными за различными социальными группами, специальные виды

деятельности, обретая собственные организационные формы, с одной стороны, порождают особые, относительно самостоятельные сферы общественной жизни, подчиняются особым законам развития, а с другой, выражают интересы различных социальных групп, которые, как правило, не совпадают с интересами других.

Так, экономист, вполне отдающий себе отчет в том, что экономика общества есть продукт экономической политики государства, и более того, восхваляющий или критикующий государство (законодательную, исполнительную власть) за ту или иную ситуацию в экономике, тем не менее чаще всего не замечает, что экономические законы – это не законы движения «мертвых вещей», а законы сознательной деятельности людей, и продолжает исследовать «чистую» экономику лишь на том основании, что политика – это уже «не его дело», а сфера деятельности других людей.

Аналогичная ситуация складывается в любой другой сфере жизнедеятельности, например, в юридической. Однажды возникнув на основе экономического базиса и политики, обретая относительную самостоятельность, право тут же оказывает обратное существенное воздействие и на экономику, и на политику. От этого отражение экономических отношений в виде правовых принципов ставит эти отношения «с ног на голову». В то время как правовые принципы и нормы являются лишь выражением господствующих экономических отношений, юрист в силу своей узкой специализации представляет их чисто «юридическими», априорными конструкциями и категориями. И он старательно «разбирает» право, исходя из самого права.

Если брать такой элемент общественной жизни, как политика, которая возникает как продукт, и как результат развития производства, то, казалось бы,



что уж она-то должна бы следовать за экономикой. В действительности политика, поскольку она уже возникла, оказывает обратное воздействие на условия, характер и ход развития производства. Возникают сложные отношения между этими двумя относительно самостоятельными силами. С одной стороны, производство, экономическое развитие, рыночная экономика, а с другой, движение политической силы, которая стремится к большей самостоятельности. И, раз она уже появилась и введена в действие, она также обладает собственным развитием.

Конечно, политическая стабильность и эффективная правовая система являются важными условиями перевода экономики на инновационную основу. Риск утраты имущества, здоровья, самой жизни не менее значимы для бизнеса, чем риски, связанные с колебанием цен, валюты, спроса, появления новых конкурентов и т.д. Без гарантии прав собственности, обеспечения безопасности личности, права на свободу слова, печати, выборов, многопартийности экономика не дает желаемых результатов, и дать их по определению не может. Бизнесу нужны определенные гарантии соблюдения государственными структурами и политической властью «правил игры» в экономике. Эти правила должны быть прозрачными, не допускающими различного толкования, действующими и имеющими законную силу в течение длительного периода и не меняющимися со сменой правительства. Государство посредством использования права и институтов власти должно гарантировать устойчивость хозяйственной системы, отношений собственников друг к другу и политической системы в целом. Собственники крупных корпораций не должны быть временщиками, людьми, не заинтересованными в долгосрочной модернизации и инвестировании производства, в структурном реформировании экономи-

ки. Именно это приводит современную экономику России в тупик. Крупный бизнес, опасаясь труднопредсказуемой политики государства, рвущихся к деньгам и власти новых своих «коллег», коррумпированных чиновников, пытается сохранить капитал, осуществляет массовый его вывод в офшорные зоны, или трудноконтролируемые ведущие банки мира.

Известно, что около десяти наиболее влиятельных олигархических компаний России получают сотни миллиардов рублей из государственной казны, но по — прежнему остаются неэффективными. Новые денежные вливания вряд ли помогут кардинально изменить положение дел. По данным различных социологических служб, около 50 % россиян настроены на то, чтобы государство взяло крупные корпорации в свою собственность. Это означало бы взять в собственность предприятия вместе с их многомиллиардными долгами, заимствованными, в том числе и у иностранных инвесторов.

Особые условия кредитования «системообразующих» банков, вливание государственных субсидий в ведущие олигархические компании лишь уничтожают конкуренцию, разрушают фундамент рыночной экономики. Административная нагрузка на бизнес — «выделить», «освоить», «доложить» о выполнении как необходимая форма управления экономикой основана на идее, что отдельные структурные элементы экономики можно произвольно изменять, «улучшать» независимо друг от друга, лишь по желанию людей. В то время как рыночная экономика может успешно функционировать лишь в обществе, представляющем собой «живой», саморазвивающийся организм, в котором все структурные элементы, в том числе политика и право, развиваются, взаимодействуют, «подгоняются» друг к другу.

Г. Гегель называл «органиче-

ское» (в отличие от механического и химического) «высшим единством», заключающимся в том, что «деятельность» (органического – Е.Р. и Н.Ч.) сохраняет себя в продукте, или что сам продукт является производящим ... . Деятельность этого производящего продукта есть самосохранение себя, то есть оно создает себя, то есть создает то, что уже существует»[3.с.142].

Таким образом, органическое единство представляется процессом, который ассоциируется в сознании с кругооборотом. Кругооборот (как и любое органическое единство) возможен лишь постольку, поскольку каждый органический момент его не самостоятелен, а существует лишь в связи с целым, поскольку каждый и любой из этих моментов, являясь органом единственного организма, «содержит в себе все остальные, будучи сам системой и целым»[4.с.444].

Это положение известного немецкого философа XIX века Г. Гегеля, принятое универсальным эволюционизмом конца XX века в рамках постклассической науки, не включает в себе ничего иного, кроме констатации того факта, что для любого из моментов необходимо воспроизводство всех остальных (разумеется, в строго соопределенных, соразмерных, качественно-количественных пропорциях); что сами по себе эти моменты являются переходящими и лишь взаимосвязь и взаимодействие делают их органическое единство процессом, «вечным» кругооборотом.

Всякое органическое целое базируется на такого рода отношениях, при которых каждая функция закрепляется за каким-либо одним органом (моментом, «членом» - Гегель). Это оказывается возможным, поскольку в основе и функции, и органа (для исполнения ее) лежит одна и та же сущность. Или, можно сказать, и функция, и орган ее исполнения есть проявление одной и

той же сущности, один раз - в форме движения, деятельности, а другой - в форме момента, покоя, «вещи». Любая функция - «продукт» взаимодействия всех моментов, в силу чего она является функцией организма, а отнюдь не того органа, не одного лишь того момента, за которым она кажется жестко закрепленной. Поэтому и выполнение ее осуществляется, в сущности, не одним только этим моментом, а всем организмом, всеми моментами системы. То есть каждый «момент органической системы» (Гегель Г.) выполняет не только ту функцию, которая за ним закреплена, но и все функции организма. Как организм в целом не может функционировать иначе, как воспроизводя все свои моменты, так и любой из моментов не может воспроизвести себя иначе, как воспроизводя весь целостный организм, то есть иначе, как выполняя все функции организма.

Таким образом, можно утверждать, что производство в целом по отношению к каждому своему органическому моменту выступает специфическим воспроизведением этого момента, и при этом каждое из этих производств обуславливает непрерывность всего процесса. Самовоспроизводство («круговое движение» - Г. Гегель) одного момента обуславливает самовоспроизводство других. «Во всяком органическом единстве, - излагая эту мысль, писал Г. Гегель, - там, где относятся друг к другу члены, а не части, каждый член сохраняет другие члены, исполняя функцию своей собственной сферы, для каждого члена именно в видах его собственного самосохранения сохранение других членов представляет собой субстанциальную цель и субстанциальный результат»[5.с.313].

Такое самовоспроизводство (одного за счет других, а других за счет одного) возможно только потому, что, в отличие от простого механизма, где, например, пружина — это пружина, а шес-

теренка есть шестеренка - органическая система характеризуется широкой возможностью «взаимозаменяемости» моментов в выполнении той или иной функции (отсюда ее удивительная надежность, «запас прочности»). Поскольку момент органической системы поистине равен всей системе в целом, поскольку каждый момент выполняет не только «свою» собственную функцию, но и функцию системы как целого, и, наконец, поскольку функция целостной системы слагается из отдельных функций всех ее моментов, постольку любой момент является моментом и «работает» как момент системы лишь в том случае, если он оказывается способным выполнять функцию любого другого момента.

«Капитал как целое, - писал К. Маркс, - анализируя кругооборот его, - одновременно находится в своих различных формах (то есть в фазе денег, товара или производственного капитала - Е. Р. и Н.Ч.), пространственно расположенных рядом одна с другой. Но каждая часть постоянно переходит из одной фазы, из одной функциональной формы в другую и таким путем функционирует поочередно во всех формах. Таким образом, эти формы суть текущие формы, одновременность которых опосредуется их «последовательностью»[б.с.120].

Если на место конкретной формы производства поставить любой органический процесс вообще, то сказанное в методологии универсального эволюционизма предстанет в таком понимании: органический процесс как целое одновременно находится в присущих ему, определяющих его сущность моментах («членах» - Г. Гегель), пространственно расположенных один рядом с другим. Но каждый структурный момент постоянно переходит из одной функциональной формы в другую, функционируя поочередно в форме всех моментов.

Постигнуть любой из моментов процесса и описать его во всей сумме определений означает не что иное, как рассмотреть все функции органической системы, как они представлены в специфике этого конкретного момента. Необходимая полнота охвата знанием любого момента предполагает рассмотрение его в функциях всех остальных моментов. Лишь таким путем может быть достигнуто адекватное самому действительному предмету логическое «изображение» его в движении, изображении во всей сумме имманентных ему и неотъемлемых от него функций, а не в одной лишь его специфической функции.

Универсальный эволюционизм, рассматривающий каждый из моментов органического процесса во всей сумме имманентных ему (необходимых и достаточных) функциональных ролей, ценен именно тем, что при надлежащей разработке и детализации позволяет усматривать и адекватно выражать движение любого из моментов в соответствующих (то есть соотносительных, соопределенных) изменениях всех остальных моментов.

Он позволяет исследовать неразрозненные элементы целого, изменения которых можно выражать в сугубо специфических, чисто качественных либо чисто количественных изменениях, но выражать именно качественно - количественные (то есть соразмерные, а следовательно, существенные, сущностные) соотношения моментов целостного процесса (организма), а тем самым и параметры, «пропорции» этих соотношений. То есть выражать закономерность функционирования и развития целостного организма, а не состояния его отдельных моментов и произвольные изменения этих состояний.

Это позволяет даже в самом незначительном изменении любого из моментов угадывать движение всей системы и адекватно выражать его в логике

понятий. В процессе функционирования производства неизбежно происходят изменения состояния каждого из моментов под воздействием всех остальных. Само собой разумеется, что эти изменения могут происходить в рамках (границах, пределах) целого. То есть качественно-количественное изменение состояния того или иного момента может происходить лишь в строго очерченных границах, каковыми для него являются качественно-количественные состояния всех остальных моментов. Когда состояние момента перестает соответствовать состоянию какого-либо одного (или сразу нескольких) из остальных моментов, происходит «деорганизация организма» (Гегель Г.), стагнация производства, кризис экономики.

Дальнейшее нормальное протекание органического процесса, и даже само его существование как целого, становятся возможными только в двух случаях. Во-первых, если оказывается возможным остановить, задержать изменение рассматриваемого момента, вернуть его в состояние, соответствующее «отставшим», функционирующим в старых границах моментам, и тогда мы будем иметь «остановку» в развитии процесса или даже «возвращение его вспять». Во-вторых, если окажется возможным, напротив, «подтянуть» отставшие моменты, изменить их состояние, подогнав его к состоянию изменившегося, ушедшего вперед момента, ставшего носителем (зародышем) нового в старом. И тогда мы будем иметь развитие системы, организацию ее в новую органическую целостность.

Таким образом, развитие, если оно происходит в одном, пусть даже очень важном ее «оргane» (моменте), взятое безотносительно ко всем другим структурным моментам и их функциональным связям, оказывается лишь развитием диспропорциональности общественного организма. В силу этого прогресс в развитии какого бы то ни было

одного элемента ни в коей мере не служит свидетельством прогресса общества в целом. Как бы люди ни желали всемерного развития одного момента целого «организма», какие бы благие намерения они при этом ни имели, как бы ни сетовали на тяжелое состояние дел в экономике, они не должны оправдывать свои решения и поступки «особыми» обстоятельствами «критического» положения дел, вынуждающего принимать «волевые» решения. Параметры, то есть характер и направления развития экономики, определяются не субъективными желаниями людей (сделать «экономику экономной»), а объективными требованиями гармоничного развития всех частей общества. Даже самое «простое» органическое целое требует учета данного обстоятельства.

Рассмотрим в качестве примера человеческий организм. Представляя его как целостную органическую систему, нельзя не обратить внимания, с какой удивительной согласованностью действуют в нем различные «структурные элементы»: органы пищеварения, кровообращения, дыхания и т.д. Возьмем спортсмена, у которого на определенном этапе спортивной карьеры встает задача значительного увеличения физической силы. Такой спортсмен поступает в высшей степени неблагоприятно, если, занявшись решением этой задачи, забудет о развитии сердца, дыхания, головы и других структурных элементов своего организма.

Если он не будет заботиться о соответствующей «перестройке» всех органов тела, строго отвечающей изменившимся, возросшим требованиям к ним со стороны увеличивающейся массы мышц, он сделает из себя существо, не способное самостоятельно выжить даже в стандартных, не говоря уж об экстремальных условиях.

Данный вывод в большей степени относится к такому сложному «организму», как экономика. Любое нарушение

ние в развитии ее пропорций ведет к обострению противоречий как «органического целого», так и к непредвиденным, не планируемым людьми результатам.

«Во всемирной истории благодаря действиям людей вообще получают еще и несколько иные результаты, чем те, к которым они стремятся и которых они достигают, чем те результаты, о которых они непосредственно знают и которых они желают; они добиваются удовлетворения своих интересов, но благодаря этому осуществляется еще и нечто дальнейшее, нечто такое, что содержится в них, но не сознавалось ими и не входило в их намерения»[2.с.27].

Происходит это как в силу слабостью теоретико-методологической подготовки людей, так и невозможности учесть все необходимые и существенные параметры, в условиях которых будет происходить реализация цели, реальная постройка того, что было теоретически «построено в голове» как «теоретическая идея» (Гегель Г.). И, как следствие, неумение и невозможность представить последствия тех или иных практических действий, реальных практических построений. Если «теоретическая идея», — пишет Г. Гегель в «Науке логики», — воспринимает определения мира, представляет его таким, «каков он есть», то «практическая», творя его - делает его таким, каким он может и должен стать.

Упрощенные, метафизические взгляды на развитие и функционирование экономики, забвение методологии Г. Гегеля и принципов универсального эволюционизма постклассической науки могут формировать у менеджеров производства, работников государственного аппарата, партийной элиты стиль мышления, ставящий на первое место политическую волю, государственную необходимость административной нагрузки на бизнес, с помощью ко-

торых они захотят решить все трудности современного положения дел в экономике.

Печальный опыт «заставить» работать экономику административными, силовыми, политическими средствами так, как хотелось бы людям, в нашей стране уже имеется. И вряд ли продуктивно повторять ошибки прошлого. Хотя... и здесь снова Г. Гегель, - «опыт прошлого учит лишь одному: он никогда, никого и ничему не научил»[2.с.7].

#### Библиографический список

1. Тюрго Г.Д. Уолден, или жизнь в лесу. — Москва: Издательство «Мысль», 1979г.;
2. Гегель Г. Соч. Т.8. — Москва-Ленинград: «Государственное социально-экономическое издательство», 1934г.;
3. Гегель Г. Работы разных лет. Соч. в 2х томах, Т.2. — Москва: Издательство «Мысль», 1956г.;
4. Гегель Г. Соч. Т.2. — Москва-Ленинград: Издательство «СОЦЭКГИЗ», 1934г.;
5. Гегель Г. Соч. Т.7. — Москва-Ленинград: Издательство «СОЦЭКГИЗ», 1934г.;
6. К.Маркс, Ф.Энгельс Соч. 2-е изд., Т.24. — Москва: «Государственное издательство политической литературы», 1961г..

#### Bibliographic list

1. Turgo G.D. Wolden, or Living in the Forest. — Moscow: Misl, 1979.
2. Gegel G. Writings. Vol.8.- Moscow-Leningrad: State Social Economic Publishing House, 1934.
3. Gegel G. Writings in 2 Volumes. Vol.2. - Moscow: Misl, 1956.
4. Gegel G. Writings. Vol.2. Moscow-Leningrad: SOTSEGIS, 1934.
5. Gegel G. Writings. Vol.7. Moscow-Leningrad: SOTSEGIS, 1934.
6. Marx K., Engels F. Writings, 2<sup>nd</sup> ed., Vol. 24. — Moscow: State Publishing House of Political Literature, 1961.

**ЭКОЛОГИЧЕСКИ УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:  
ПРЕДМЕТНО-СУЩНОСТНОЕ СОДЕРЖАНИЕ,  
ЭВОЛЮЦИОННЫЕ КРИТЕРИИ, КЛАССИЧЕСКИЕ  
И НЕОКЛАССИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ**

**Аннотация**

В статье анализируются основные идейно-теоретические направления исследований социально-эколого-экономической проблематики представителями мировой экономической мысли.

**Annotation**

This article analyzes the main ideological and theoretical on-board research on socio-ecological-economic perspective the representatives of world economic thought.

**Ключевые слова**

Экология, человеческий капитал, теория стоимости, глобализация, экзогенные факторы

**Key words**

Ecology, human capital, theory of value, globalization, exogenous factors

Успешное разрешение современной эколого-экономической проблематики и поиск путей выхода из экстремального природохозяйственного кризиса немислимы вне исчерпывающего научного исследования эволюции антропоэкологических отношений, генезиса идейно-мировоззренческих основ процесса природопользования и критического переосмысления крайне неблагоприятных тенденций, сформировавшихся к настоящему времени в сфере потребления природно-ресурсных благ как закономерных следствий господствующих ныне социально-политических и научных точек зрения и убеждений.

В данном контексте представляется целесообразным изучение эколого-экономической альтернативы традиционной природоразрушительной производственной деятельности человечества. Кроме того, особую актуальность приобретает анализ причин несостоятельности современных концептуально-методологических принципов и приори-

тетов, присущих как административно-командной, так и рыночной системе хозяйствования. Переориентация научного знания в этой области идёт, во-первых, в области переоценки теоретического наследия, сложившегося в советский период; во-вторых, изучения научного наследия зарубежных экономических школ; в-третьих, интеграции достижений отечественной и мировой экономической мысли.

Производственно-трудовая деятельность человечества, изначально представляя собой безусловный эволюционный стимул, постепенно трансформировалась в глобальный фактор, преобразовывающий Землю в интересах цивилизации. Тем самым история биосферы была ознаменована началом периода интенсивного техногенного прогресса, резкого усиления антропогенной нагрузки на окружающую среду, противостоящего плавному поступательному естественно-природному развитию. На этом фоне возникла теоретическая концепция экономических благ. В ней кон-

статифицируется законодательный характер развития и совершенствования товарного мира, нарастание многообразия рыночных благ, приумножение товарных групп, взаимодополняемых, взаимозаменяемых сопутствующих товаров. Существенное значение придается дифференциации товаров с точки зрения их потребительской стоимости, деления на товары пассивного, повышенного и особого спроса. В современном предпринимательстве это помогает лучше ориентироваться в рыночной конъюнктуре.

При этом критерием успешности того или иного экономического процесса часто выступают количественные показатели, отражающие производство тех или иных благ на душу населения или в абсолютных цифрах. Такой подход сам по себе предполагает активное использование ресурсов планеты, мощное антропогенное воздействие на природную среду. Учёт социально-эколого-экономических последствий осуществления подобной хозяйственной практики не проводился вплоть до 70-х гг. прошлого столетия, что в значительной степени предопределило нынешнюю остроту экологической проблемы. Представляется весьма актуальным анализ идейно-теоретических основ современного эколого-экономического направления мировой экономической мысли.

Представители классической школы явились создателями трудовой теории стоимости [1, с. 189]. Начало формированию этого направления положил Петти У. Помимо основополагающего тезиса, свойственного всем представителям классической политэкономии, о том, что богатство нации создается во всех сферах материального производства, Петти У. формирует основы трудовой теории стоимости, утверждая, что равенство товаров означает не что иное, как равенство затрачиваемого на их производство труда. Эта

идея наиболее чётко выражена в следующем тезисе: «...если кто-нибудь может добыть из перуанской почвы и доставить в Лондон одну унцию серебра в то же самое время, в течение которого он в состоянии произвести один бушель хлеба, то первое представляет собой естественную цену другого» [1, с. 156].

В своих работах Петти У. рассматривал, какие факторы участвуют в производстве продукции. Согласно его мнению, первые два — земля и труд — основные, два других — не основные: квалификация, искусство работника и средство его труда (орудия, запасы, материалы) [1, с. 174]. В то же время закономерно актуализирован эколого-экономический фактор, заключающийся в том, что трудовой процесс наделён не только созидательным, но и разрушительным потенциалом, неопровержимо проявляющимися в экспансивном потреблении природно-ресурсных благ, необратимой деградации среды обитания. Однако этот фактор не нашёл достаточного отражения в трудовой теории стоимости, что обусловлено объективными историческими причинами.

В период возникновения теории трудовой стоимости степень индустриального развития и как следствие антропогенного воздействия на среду обитания человека была значительно ниже современного уровня. Ресурсы рассматривались как даровые общедоступные блага, являющиеся лишь материалом для производства товаров. К сожалению, фундаментальная ошибочность подобного подхода - с эколого-экономической точки зрения - стала проявляться значительно позднее.

Положения Петти У., высказанные в форме гипотезы, Смит А. обосновал как систему, развернутую концепцию. Смит А. отмечал, что слово «стоимость» имеет два различных значения. В одних случаях оно отражает полезность какого-либо предмета для его

владельца, в других — возможность приобретения других вещей. Первую он называет потребительной, а вторую — меновой стоимостью. Смит А. обращает внимание на то, что товары, обладающие весьма большой потребительной стоимостью, имеют совсем небольшую меновую стоимость или совсем её не имеют (Парадокс Смита) [2, с. 104].

Дальнейшее развитие трудовая теория стоимости получила в научных исследованиях Риккардо Д. В книге «Начала политической экономии и налогового обложения» он утверждает, что богатство нации составляют продукты материального производства, а главным источником стоимости является труд, но, в крайнем случае, редкость [3, с. 317]. В отличие от Смита А., Риккардо Д. доказывал, что стоимость не складывается из зарплаты, прибыли и ренты, а дезагрегируется на них, и тем самым признавал первичным стоимость по отношению к данным факторам распределения.

Идеи Риккардо Д. относительно создания богатства нации посредством материального производства оказали значительное влияние на развитие капитализма в Европе и привели к активизации производственной деятельности. В свою очередь, данное обстоятельство обусловило возникновение непримиримых противоречий между безграничными потребностями общества, интенсивно преобразующего внешнюю среду, и весьма ограниченными возможностями биосферы в их ресурсном обеспечении. Теоретико-эмпирически обоснованный исследователями трудовой стоимости многовековой эколого-экономический антагонизм во многом предопределил современную остроту природохозяйственной депрессии.

Представляется целесообразной исчерпывающая интерпретация взглядов английского экономиста Мальтуса Т.

Ограниченность ресурсов планеты Земля и безмерность потребностей растущего людского населения навели молодого английского священника Мальтуса Т. (1766-1834 гг.) на мысль о необходимости исследования социально-экономических и природных последствий взаимосвязи этих факторов. Итогом его размышлений стала книга под названием «Опыт о законе народонаселения», сделавшая имя 32-летнего учёного знаменитым во всём мире и не забытая по сей день. В основу своих рассуждений Мальтус Т. положил данные статистики, прежде всего, материалы исследований, проведённых выдающимся американским государственным деятелем и учёным Бенджаминем Франклином (1706-1790 гг.) [4, с. 289]. Франклин Б. собрал данные о росте численности населения американских колоний Великобритании и установил, что оно удваивалось примерно каждые 25 лет. Исходя из указанных данных, Мальтус Т. сделал следующий вывод: если люди имеют неограниченные ресурсы для обеспечения своей жизни (а именно так и обстояло дело в период колонизации Северной Америки), то численность их может возрасть в геометрической прогрессии. Выведя, таким образом, закономерность роста народонаселения, Мальтус Т. затем сопоставил её со следующими факторами:

- площадь земель, пригодных для сельского хозяйства, на Земле ограничена, как ограничены вообще все ресурсы планеты;

- разные участки имеют неодинаковое народонаселение, и по мере расширения посевных площадей в оборот вовлекаются всё худшие земли;

Если к одному и тому же участку земли прикладывать всё больше труда, это не приведёт к росту урожая с него в той же пропорции, поскольку урожай зависит не только от труда, но и от естественной плодородности почвы. На основании собственных расчётов Мальтус



Т. сделал заключение: несмотря на все старания человечества, количество продуктов питания, которое оно способно получить от сельского хозяйства, возрастает лишь в арифметической прогрессии [4, с. 187].

Поскольку арифметическая прогрессия возрастает медленнее, чем геометрическая, то из расчётов Мальтуса Т. следовало: если рост численности населения Земли и как следствие потребление ресурсов (другими словами – антропогенное воздействие) не будут искусственно ограничены, то людям неизбежно грозит голод. Отсюда Мальтус Т. сделал вывод, что с точки зрения интересов человечества следует положительно оценивать все факторы, способствующие росту смертности, а именно: эпидемии, голодный мор, стихийные бедствия, войны и т. п. [4, с. 189]. Теория Мальтуса Т. утверждала, что средний продукт в расчёте на душу населения не только может, но и неизбежно должен расти медленнее, чем общий объём валового продукта. Причина данного явления заключается в убывающей предельной производительности факторов производства, и прежде всего, земли.

Более того, Мальтус Т. утверждал, что средний продукт в конце концов должен начать сокращаться, пока не станет меньше прожиточного минимума. Таким образом, согласно научным взглядам Мальтуса Т., человечество может справиться с такой закономерностью только путём ограничения своей численности. Мальтус Т. аргументировал тезис о том, что рост численности населения страны должен осуществляться не быстрее роста производства в промышленности и увеличения площади сельскохозяйственных угодий [4, с. 257]. В противном случае, увеличение производства жизненных благ будет отставать от прироста тех, кто на эти блага претендует.

Когда средняя величина валового продукта на душу населения окажется ниже прожиточного минимума, люди начнут голодать и болеть, а многие просто умрут. В результате численность населения сократится и средняя величина валового продукта на душу населения снова возрастёт, превысив прожиточный минимум. Иными словами, Мальтус Т. пришёл к выводу, согласно которому экономические процессы, осуществляющиеся в человеческом обществе, точно так же должны регулировать численность человечества, как количество пищи регулирует разнообразие и численность видов в живой природе. Таким образом, по мнению Мальтуса Т., количество населения неизбежно должно колебаться в пределах «диапазона сытости» [4, с. 209].

Не будет преувеличением отметить, что некоторые взгляды Мальтуса Т. становятся весьма актуальны именно в последние десятилетия. Научно-теоретическое наследие Мальтуса Т. трудно переоценить. Английский учёный был первым, кто обоснованно указал на взаимосвязь социальных и экономических факторов. Во взглядах Т. Мальтуса можно выделить и определённую экологическую направленность, так как английский экономист справедливо указывал на то, что «безграничные людские потребности связаны ограниченным количеством ресурсов» [4, с. 259]. Констатация Мальтусом Т. данного факта, подкреплённая математическими расчётами, уже в XIX в. поставила перед человечеством проблему соизмерения своих запросов с имеющимися природными условиями. В то же время представляются дискуссионными предлагаемые Мальтусом Т. способы решения этой проблемы.

Современная экономическая наука располагает достаточной теоретико-эмпирической базой, чтобы подтвердить тот факт, что войны, стихийные бедствия и т. п. не оказывают позитив-

ного влияния на социально-эколого-экономическое благополучие населения. Однако то, что сама проблема соотношения потребностей населения с возможностями природной среды была впервые так чётко сформулирована именно английским учёным Мальтусом Т., не вызывает сомнения и является его неоспоримой заслугой. Что же касается способов разумного сочетания социально-эколого-экономических аспектов в целях устойчивого развития общества, то научный поиск в этом направлении осуществляется по сей день. Теория Мальтуса Т. оказалась его отправной точкой.

Следует отметить, что трудовая теория стоимости и идеи, высказанные Мальтусом Т., не отвечали на вопросы: что является основополагающим фактором спроса, как он формируется, от чего зависит поведение покупателей, чем они руководствуются при выборе альтернативных решений. Данная проблема была признана приоритетной неоклассиками, положившими начало теории предельной полезности или маржинализма.

Основоположниками неоклассической экономической теории по праву считаются Менгер К., работа которого «Основания политической экономии» была написана в 1871 г., Бем-Баверк Е. «Основы теории ценности хозяйственных благ (1886 г.) и Визер Д. «Теория общественного хозяйства» (1914 г.). Первые обоснования исходных положений новой теории появились почти одновременно. В том же году, когда вышла книга Менгера К., были опубликованы «Теории политической экономии» английского экономиста Джевонса У., спустя 3 года вышли «Элементы чистой политической экономии» Вальраса Л. Немецкий учёный Госсен Г. (1810 – 1858 гг.) создал работу, содержащую исходные идеи предельной полезности, раньше «австрийцев». Но его книга по-

лучила общественное признание гораздо позже.

Суть маржиналистских идей заключается в следующем. Во-первых, в теорию стоимости внесён принцип оценки благ — на основе их субъективной полезности для конкретного потребителя. Во-вторых, использован принцип предельности, который заключался в переходе от анализа совокупных и средних величин к анализу предельных, то есть дополнительных величин. В-третьих, переход к анализу последовательных изменений предельных величин открыл дорогу применению в экономической теории материалистических методов и способствовал прогрессу экономического анализа.

Маржинализм нашёл иное решение «Парадокса Смита». Действительно, вода ценится в нормальных условиях значительно ниже бриллиантов. Если же представить весь запас пресной воды в мире, противостоящий всему мировому запасу бриллиантов, то первый будет иметь бесконечно более высокую ценность, чем последний. Таким образом, несомненной заслугой маржиналистов, является введение в научно-экономический оборот принципа учёта ценности всех благ, в том числе воды, земли и пр., участвующих в хозяйственном обороте. Подобный подход позволяет рассматривать ресурсы не как даровые блага, а как полноправных участников процесса воспроизводства. Маржинализм по сравнению с другими существовавшими в то время концепциями являлся наиболее прогрессивным с эколого-экономической точки зрения.

Однако теория предельных величин не смогла дать объяснение, как взаимосвязаны затраты на изготовление товара с субъективными оценками покупателей. Этот труд взяли на себя Маршалл А., Кларк Дж. Б., Парето В. Известного экономиста-математика Маршалла А. занимала проблема свободного ценообразования на рынке, ха-

рактируемая как единый организм равновесной экономики, состоящий из мобильных и информированных друг о друге хозяйствующих субъектов. Рыночную цену он рассматривал на базе двухкритериальной концепции, то есть как результат пересечения цены спроса, определяемой предельной полезностью, и цены предложения, определяемой предельными издержками [5, с. 231].

Далее автор формирует закон спроса, согласно которому спрос на товар возрастает при снижении цены и повышается при ее превышении. Маршалл А. ввел понятие «эластичность спроса» — функциональной зависимости спроса от изменения цены. Спрос на товар эластичен, если он меняется в большей степени, чем цена товара. После этого он исследует цену предложения, как минимальную цену, по которой продавец согласен продать данное количество товара по данной цене, устойчивой или равновесной ценой считая такую, которая установлена в точке равновесия спроса и предложения (на графике точку пересечения кривых спроса и предложения принято называть «крестом Маршалла») [5, с. 77]. Несомненной заслугой Маршалла А. является создание основ универсального математического аппарата, необходимого для компетентного мониторинга и оценки эколого-экономических процессов. Идеи Маршала А. получили широкое развитие в энвайронментальном экономиксе и в настоящее время используются при разработке вариантов решений природоохранных задач.

Кларк Дж. Б. рассматривал два фактора производства — труд и капитал, а землю считал разновидностью капитала. Он сформулировал закон убывающей производительности факторов производства: труд или капитал может приращиваться до тех пор, пока стоимость продукта, производимого этим фактором, не сравняется с его же ценой [6, с. 49]. Действие этого закона в прак-

тике хозяйствования предполагает, что стимул увеличивать фактор производства исчерпывает себя, когда цена этого фактора начинает превышать возможные доходы предпринимателя. Работы Кларка Дж. Б. подготовили теоретическую основу для расчёта потребностей в ресурсах, целесообразности увеличения объёмов производства. Собственную трактовку стоимости товара представили институционалисты. Движущей силой экономики, наряду с материальными факторами, они признавали также духовные, моральные, правовые и другие критерии, рассматриваемые в историческом контексте. Представителями этого течения являются Веблен Т., Митчелл У.

Веблен Т. в своей теории «праздного класса» отмечал, что существуют особые цены на товары, символизирующие показатель их «престижности», а не истинное проявление закона спроса, что ныне принято называть «эффектом Веблена». Последний характеризует ситуацию, при которой снижение цены на товар воспринимается покупателем как ухудшение его качества или утрата его «актуальности» либо «престижности» среди населения, и тогда этот товар перестает пользоваться покупательским спросом, а в обратной ситуации, напротив, объем покупок с ростом цены может возрасти.

Веблен Т. выступал против безудержного роста потребления ресурсов в целях наращивания производства материальных благ, провозглашал принцип «разумной достаточности» [7, с. 93], справедливо предостерегая общество от ресурсной расточительности. Несомненной заслугой Веблена Т., с социально-эколого-экономической точки зрения, является анализ структуры расходов домохозяйства — основной потребительской ячейки рыночного хозяйства. Именно развитие идей Веблена Т. во второй половине XX века привело к появлению в западных странах мощного

общественного движения, пропагандирующего умеренность в расходах как средство сдерживания роста антропогенного воздействия на планетарную среду обитания.

В контексте избранного направления диссертационного исследования представляют безусловный научный интерес взгляды Митчелла У. — автора конъюнктурного варианта институционализма. По его мнению, главная роль институционализма заключается в необходимости усиления общественного контроля за экономикой [8, с. 159]. В связи с этим он предлагал создать систему государственного страхования от безработицы, ввести систему индикативного (рекомендательного) планирования, в целях снижения расточительного потребления ресурсов. Идеино-теоретическая разработка системы индикативного планирования, учитывающая современную остроту экологического кризиса, представляется весьма своевременной. Не подлежит сомнению тот факт, что неконтролируемая рыночная стихия не в состоянии обеспечить в долгосрочной перспективе устойчивое развитие общества. Тем большее эколого-экономическое значение приобретают научно обоснованные государственные регуляторы хозяйственных процессов.

В контексте сказанного закономерно возрастает теоретико-эмпирическая значимость научного наследия основателя неолиберализма Хайека Ф. По его мнению, механизм рынка — механизм распространения информации. Информация поступает через механизм рыночных цен. Контроль за ценами искажает информацию. Существуют два условия эффективности рынка: достаточность информации, и быстрота ее распространения. Централизованное установление цен искажает информацию, спрос на продукцию оказывается неизвестным для производителей и поставщиков, производство

становится неэффективным. По Хайеку, существование в обществе социального неравенства закономерно, любая форма распределения доходов справедлива, ибо она возникает в итоге конкурентной борьбы [9, с. 308]. Идеи неолиберализма, несомненно, содержат в себе определённый конструктивный эколого-экономический элемент. Однако нельзя забывать о том, что неолиберальная «максимально возможная свобода всех субъектов экономики» на деле оборачивается тотальной эксплуатацией всех имеющихся ресурсов — недр, лесов, воздуха, и пр., что в итоге приводит к достижению максимальной прибыли хозяйствующим субъектом. Но цена этой прибыли оказывается для общества слишком высокой. Не будет преувеличением констатировать, что неолиберальный подход к решению экономических проблем общества в долгосрочной перспективе неизбежно приводит к экологической катастрофе, так как практика показывает, что рост антропогенного воздействия на среду обитания не может продолжаться бесконечно. К сожалению, в научном наследии представителей неолиберальной экономической мысли проигнорированы эколого-экономические факторы, влияющие на хозяйственные процессы. В качестве некоего итога теоретических изысканий ведущих представителей экономических школ мира уместно прозвучат слова И. Красовской, писавшей: «Парадигма отношений в природопользовании закономерно трансформировалась из стимула социально-экономического прогресса и неперемного условия благополучия и процветания народов в их непреодолимое препятствие» [10, с. 24].

Интересны взгляды современных учёных-экономистов на развитие социально-эколого-экономических процессов. Один из наиболее видных представителей либерального направления экономической мысли шведский учёный Норберг Ю. отмечает: «Связь между

защитой окружающей среды и уровнем благосостояния и развития обусловлена несколькими факторами. Вопрос о качестве окружающей среды вряд ли станет самым важным для человека, который не знает, будет ли у него завтра достаточно пищи. Он думает прежде всего о том, чтобы утолить голод. Но с ростом жизненного уровня мы начинаем уделять экологии больше внимания – к тому же появляются средства, чтобы заботиться о природе» [11, с. 200]. С указанной позицией Норберга Ю. полемизирует американский антрополог Уилк Р. «Если у всех людей появится склонность к западному образу жизни с высоким уровнем потребления, то неуклонный рост энергопотребления, объёма отходов и вредных выбросов может иметь катастрофические последствия» [12, с. 50]. Избежать противоречия между повышением уровня благосостояния и потенциалом природной среды возможно лишь за счёт рациональной природохозяйственной деятельности, обеспечивающей необходимые условия для регенерации компонентов природной среды, используемых человеком.

Человечество вступает в новейшую эру собственной истории. Впервые мировая цивилизация оказалась перед исторической дилеммой, неординарность которой заключается в том, что правильность избранного решения будет оценена всепланетной средой обитания. Несмотря на то что природа является фундаментальной основой жизнедеятельности человечества, экономическая наука весьма длительный период игнорировала исследования воздействия цивилизации на эколого-ресурсный потенциал, не отмечая скольконибудь существенной угрозы, исходящей от подобного воздействия. Лишь сравнительно недавно появились научные работы, в которых исследуется взаимосвязь сложившегося в мире стиля агрессивного потребления и комплексом всё более усложняющихся экологических про-

блем. Основные этапы развития эколого-экономического направления науки интерпретированы в таблице 1.

Понадобилось не одно столетие, чтобы научная мысль констатировала вывод, сформулированный академиком Даниловым-Данильяном В. И.: «Современный «магистральный» путь развития цивилизации ведёт к разрушению природы, что несовместимо с выживанием человека» [13, с. 20]. Сложившийся в результате господства в общественном сознании потребительских ценностей уровень антропогенного воздействия на ресурсный потенциал планеты является фактором, всё более способствующим деградации природной среды Земли. Угроза планетарной экологической катастрофы, ставящей человечество на грань выживания, представляется в настоящее время вполне реальной. Человечеству необходимо предпринять шаги по выработке нового магистрального курса развития, ограничить свои потребности, сбалансировать их с возможностями природной среды. Только таким способом возможно предотвратить глобальную экологическую катастрофу.

На основании сказанного, представляется возможным сделать следующие основные выводы.

1. Различные экономические школы и направления, даже будучи диаметрально противоположными во взглядах, всегда признавали приоритет товарного обращения (в широком смысле). Производство материальных благ, повышение уровня благосостояния определялись в качестве безусловных целей, к достижению которых необходимо прикладывать усилия. При этом вопросы антропогенной нагрузки, способности природной среды удовлетворять всё возрастающие потребности людей оставались за рамками исследований ведущих мировых экономических школ.

2. Сложившаяся на современном этапе развития мировой цивилизации

природохозяйственная практика в полной мере соответствует теоретико-эмпирическим наработкам экономической науки, провозглашающей непрерывное повышение уровня благосостояния в качестве одной из важнейших целей развития. Проблема гармонизации хозяйственной деятельности с возможностями природной среды лишь относительно недавно оказалась в центре общественного внимания и стала рассматриваться на высоком государственном и научном уровне.

В данном контексте безусловную значимость и возрастающую практическую актуальность приобретают те направления экономической мысли, представители которых в своих исследованиях рассматривали, в том числе и эколого-экономическую проблематику. Тщательное изучение концептуально-теоретического наследия в области организации и управления природоохран-

ной деятельностью приобретает всё более возрастающее значение и является безусловным элементом механизма устойчивого социально-экономического развития.

3. Дальнейшее игнорирование всё более возрастающего комплекса экологических проблем, отсутствие исчерпывающей научной интерпретации взаимосвязи и взаимной обусловленности экономических, экологических, социальных факторов приведёт лишь к усложнению её решения в будущем.

В связи с этим необходимо в кратчайшие сроки выявить причинно-следственный механизм формирования нынешней антропогенной депрессии, предложить качественно новый вариант природопользования, ориентированный на строгое соблюдение требований устойчивого социально-эколого-экономического развития.

Таблица 1. Идеино-теоретические направления исследования социально-эколого-экономической проблематики представителями мировой экономической школы

Исторический период	Представители научного направления	Основные эколого-экономические аспекты научного наследия учёного	Важнейшие научные работы
XVIII в.	А.Смит	Концептуальное обоснование необходимости изъятия части земельной ренты в целях расходования её на общественные нужды. Постановка вопроса о согласовании социально-эколого-экономических интересов частного землевладения и общественно-го развития.	«Исследование о природе и причинах богатства народов»
	Д. Рикардо	Раскрытие и анализ феномена ограниченности ресурсных благ. Методологическое обоснование данного явления как фактора, сдерживающего экономическое развитие государства. Исследование действия закона «убывающей отдачи землепользования».	«Начала политической экономии и налогового обложения», «Критические замечания к книге Мальтуса»
XIX в.	Т. Мальтус	Исследование взаимосвязи численности населения и количества продовольственных ресурсов, находящихся в распоряжении общества. Основной авторский вывод заключается в неизбежности голода, так как численность населения, возрастающая в геометрической прогрессии, значительно опережает прирост продовольствия, увеличивающийся в арифметической прогрессии. Впервые поставлена проблема ограничения роста численности населения.	«Опыт о законе народонаселения»
XIX-XX вв.	А. Маршалл	Аргументация несостоятельности трактовки земельно-ресурсных благ как категории капитала. Понятийно-категориальная интерпретация термина «квазирента». Исследование процесса необратимых деформаций среды обитания («безвозмездных даров природы») в результате техногенного воздействия.	«Принципы экономической науки», «Истоки политической экономии»
	Т. Веблен	Исследование взаимосвязи между образом жизни, стереотипами общественного поведения и потреблением ресурсов планеты. Аргументация несостоятельности «общества потребления» в длительной исторической перспективе. Предложения по ограничению техногенного воздействия на недра Земли	«Теория праздного класса»
	В. Вернадский	Детальная аргументация идеи о единстве человека и природы, неразрывной взаимосвязи всего живого на земле. Автором научно спрогнозировано индустриальное могущество человека, превращение его в «геологическую силу», способную менять облик планеты. Вместе с тем В. Вернадский предупреждает об опасности индустриального развития, призывает осуществить переход к «ноосфере», то есть разумно устроенным отношениям человека и природы	«Химическое строение биосферы Земли и ее окружения», «Несколько слов о ноосфере» «Проблемы биогеохимии»

**Библиографический список**

1. Петти У. Трактат о налогах и сборах. – М.: Эксмо, 2007 (серия Антология экономической мысли) – 244 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2007 (серия Антология экономической мысли) – 960 с.
3. Рикардо Д. Начала политической экономии, - М.: Эксмо, 2007 (серия Антология экономической мысли) – 311 с.
4. Мальтус Т. Опыт о законе народонаселения, - Петрозаводск: изд-во Петроком, 1993. – 411 с.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки - М.: Эксмо, 2007 (серия Антология экономической мысли) – 315 с
6. Кларк Дж. Б. Распределение богатства, М.: Экономика, 1994 – 293 с
7. Веблен Т. Теория праздного класса, М.: Инфра-М, 2005. - 186 с.
8. Митчелл У. Экономические циклы, М.: Экономика 1994 – 188 с.
9. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность, М.: Изд-во «Новости», 1992 – 304 с.
9. Красовская И. П. Эколого-экономический механизм рыночного природопользования: вопросы теории и практики, Ростов-на-Дону, Издательство СКНЦ ВШ, 2002. – 296 с.
10. Норберг Ю. В защиту глобального капитализма / пер. с англ. М.: Новое изд-во, 2007. 272 с
11. Wilk R. R. Emulation and global consumerism // Environmentally significant consumption. Washington: National academy press, 2007. p. 110
12. Данилов-Данильян В. И. Экологизация народного хозяйства – основа устойчивого развития // Проблемы окружающей среды и природных ресурсов. – 1996. - №2

**Bibliographic list**

1. Petit W. Treatise on taxes and fees. - M.: Eksmo, 2007 (anthology series-ogy of economic thought) - 244 pp.
2. Smith, A. Study on the Nature and Causes of the Wealth of Nations. - M.: Eksmo, 2007 (anthology series of economic thought) - 960 pp.
3. Ricardo D. Principles of Political Economy, - M.: Eksmo, 2007 (anthology series of economic thought) - 311 pp.
4. T. Malthus, An Essay on the Principle of Population - Petrozavodsk: Izd Petrokom, 1993. - 411 pp.
5. Marshall A. Principles of economics - M.: Eksmo, 2007 (anthology series of economic thought) - 315 pp.
6. Clark, JB Distribution of wealth, MA: Economics, 1994 – 293 pp.
7. T. Veblen Theory of the Leisure Class, Moscow: Infra-M, 2005. - 186 pp.
8. Mitchell, W. Business Cycles, MA: Economics 1994 - 188 pp.
9. F. Hayek disastrous arrogance, M.: Izdatel'stvo "News", 1992 - 304 pp.
10. Krasovskaya IP Ecological-economic mechanism of the market at rodopolzovaniya: Theory and Practice, Rostov-on-Don, issued SKNTs-ment Bill, 2002. - 296 pp.
11. Norberg Yu In Defense of Global Capitalism / lane. from English. MA: But-howling Izdatel'stvo, 2007. 272
12. Wilk R. R. Emulation and global consumerism / / Environmentally significant consumption. Washington: National academy press, 2007. p. 110/
13. Danilov-Danilyan VI Greening of the economy - the foundation of sustainable development: Problems of the Environment and Natural Resources. - 1996. - № 2



*В.Б.Кравцов, Т.Г.Синявская*

## **ГЕНЕЗИС ПОНЯТИЯ РИСКА В ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ: НОВЫЙ ПОДХОД К ДЕФИНИЦИИ**

### **Аннотация**

В статье исследуются подходы к определению понятия риска в экономических системах. В качестве основной причины возникновения риска рассматривается неопределенность состояния и динамики системы и ее внешней среды, формулируется концептуальная модель генезиса риска. На ее основе определяются основные характеристики риска как свойства любой хозяйственной операции и предлагается авторское определение понятия «риск» через объективную и субъективную его составляющие.

### **Annotation**

In the article approaches to definition of concept of risk in economic systems are researched. As a basic cause of occurrence of risk indeterminacy of a state and dynamics of system and its environment is considered, the conceptual model of genesis of risk is formulated. On its basis the basic characteristics of risk as a property of any business transaction are defined and author's definition of concept "risk" through objective and subjective its components is offered.

### **Ключевые слова**

Риск, неопределенность, экономическая система, вероятность, фазовое пространство, хозяйственная операция, субъект принятия решения

### **Keywords**

Risk, indeterminacy, economic system, probability, phase space, business transaction, the subject of decision-making

Современные условия хозяйствования требуют от управленцев, финансистов, предпринимателей принятия решений в условиях постоянно меняющейся окружающей среды. Осуществляя выбор сегодня, нельзя быть уверенным, какой результат будет получен завтра, вследствие действия множества случайных факторов, порождающих риск.

Осознание риска как реалии любой экономической деятельности и регулярное управление им на предприятиях и в организациях различных форм собственности позволяют не только улучшать финансовые результаты в долгосрочном периоде, но и формировать системы противодействия кризис-

ным явлениям. В связи с этим возрастает актуальность восприятия риска как объективного свойства всех хозяйственных ситуаций, органически присутствующего любой экономической деятельности, независимо от ее уровня и сложности.

Однако, несмотря на важность и фундаментальность понятия риска для экономики, в настоящее время отсутствует единое понимание сущности данной категории. В литературе, в частности, таких исследованиях, как [1-6], посвященных проблематике риска, прослеживаются разные подходы к трактовке сущности этого явления. Часть исследователей считает, что риск имеет место в том случае, если некоторое вы-

бранное из набора альтернатив действие в отношении экономической системы приводит к одному варианту из множества возможных последствий с известными вероятностями наступления. Другие [7,8] определяют риск как исключительно вероятностную категорию, по сути, отождествляя риск с вероятностью недополучения доходов или получения убытков. Например, в работе [4] указывается, что «риск кредитования – это вероятность невозврата полученных заемщиком ссуд и неуплаты процентов за взятый кредит», либо «риски измеряются частотой, вероятностью возникновения того или иного уровня потерь». Таким образом, авторы сужают спектр методов, применяемых для оценки риска, до исключительно основывающихся на теории вероятностей и математической статистике.

Отметим, что при отождествлении риска с неопределенностью результатов, вероятностью ущерба термин «вероятность», как правило, не имеет своего исходного значения, как количественной меры возможности наступления случайного события, а фигурирует как синоним «потенциальной возможности», что также приводит к размыванию определения категории «риск».

Третий подход к понятию риска трактует его как синоним угрозы недополучения доходов или получения убытков. Анализ показывает, что большинство определений риска носит подобный негативный оттенок, так как в их основе лежат категории «угрозы» и «опасности» как источника риска. Однако такое толкование поддерживается не всеми исследователями, некоторые из них рассматривают не только негативную, но и позитивную сторону риска как источника дополнительной прибыли (дохода), например: «риск – это баланс возможных доходов и убытков, баланс подверженности и неподверженности опасностям потерь» [9].

Таким образом, можно констатировать сложность и неоднозначность дефиниции риска как экономической категории, что актуализирует необходимость исследования его природы.

Для определения понятия риска представляется необходимым разобраться в его генезисе в экономических системах. Основными причинами возникновения риска являются внутренняя неопределенность экономической системы, а также неопределенность состояния внешней среды, в которой она действует.

Под неопределенностью в системе понимается «ситуация, когда полностью или частично отсутствует информация о возможных состояниях системы и внешней среды. Иначе говоря, когда в системе возможны те или иные непредсказуемые события (вероятностные характеристики которых не существуют или неизвестны). В экономическом прогнозировании принято различать истинную (многовариантность развития и невозможность однозначного выбора эффективных вариантов) и «информационную» неопределенность, возникающую из-за неполноты и неточности информации об исследуемых процессах» [10]. Вероятностная система – это система, выходы которой связаны со входами статистическими закономерностями. «Закономерность, /.../ проявляющаяся лишь в большой массе явлений через преодоление свойственной ее единичным элементам случайности, называется статистической закономерностью» [11].

Очевидно, что экономическая система с неопределенностью превращается в вероятностную, если известен закон распределения вероятностей характеризующих ее показателей, как случайных величин, то есть вторая представляет собой частный случай первой. В реальных ситуациях в экономической системе будет присутствовать неопределенность (как истинная, в слу-

чае невозможности определения вероятностных характеристик переменных, так и информационная – из-за неполноты информации для оценки законов распределения описывающих ее случайных величин). Однако в большинстве случаев экономическую систему можно рассматривать как вероятностную: при снятии информационной неопределенности, а также из-за наличия принципиальной возможности описания в большинстве случаев (что и требуется для управления рисками) системы с неопределенностью в терминах вероятностей.

Исходя из этого, любые экономические системы могут быть представлены как объекты вероятностной природы, на их поведение одновременно воздействует огромное число факторов, также случайных. Поэтому в каждый момент времени система может находиться в одном из некоторого числа своих возможных состояний, причем заранее неизвестно, в каком конкретно.

Неопределенность состояния экономической системы, таким образом, представляет собой результат суммарного действия большого количества случайных факторов, одновременно влияющих на систему. При этом их часть носит массовый характер, что дает потенциальную возможность вычисления вероятностей или их оценок как относительных частот, часть – единичный характер, что не позволяет оперировать объективными вероятностями. Представляется возможным использование в данном контексте термина «интегральная неопределенность» для обозначения неопределенности, порожденной агрегированным действием совокупности случайных процессов и явлений на экономическую систему (как результат совместного действия большого количества разнородных случайных факторов). Она состоит из неопределенности внутреннего состояния и динамики экономической системы и из неопределенно-

сти состояния и динамики внешней по отношению к ней среды.

Но необходимо отметить, что одновременно действующие на экономический объект даже в простейшей ситуации случайные факторы имеют разную природу, различное количественное измерение, а также дифференцируются по силе воздействия при порождении неопределенности получаемого результата и как следствие – риска. Определенное (большое) число случайных факторов, приблизительно равно воздействующих на экономический объект, будет взаимопогашаться, уравниваться по закону больших чисел и формировать закономерность в состоянии и динамике системы. Сравнительно же небольшое количество (колеблющееся в зависимости от размеров и природы объекта) факторов, наиболее сильно влияющих на объект, и будут создавать «интегральную неопределенность» его состояния и, следовательно, порождать риск.

Это означает, что при управлении риском в каждой конкретной ситуации отсутствует необходимость исследования очень подробного профиля рисков, порождаемых множественными угрозами и опасностями, но целесообразно ограничиться только способными наиболее существенно повлиять на результат. Отметим, однако, что это относится только к управлению риском в так называемых «нестрессовых» ситуациях, так как применимо только к случайным факторам массового характера. «Стрессовые» же ситуации порождаются, как правило, единичными по своей сути случайными событиями, к которым неприменим закон больших чисел.

Таким образом, в практике управления риском, в так называемых «нестрессовых» ситуациях, представляется обоснованным исходить из предположения, что мы имеем дело с вероятностной системой (выходы которой случайным образом зависят от входов).

Такая постановка проблемы дает возможность рассмотреть следующую модель.

Изменение характеристик объекта экономической природы как в пространстве, так и во времени в моделировании принято рассматривать как перемещения в фазовом пространстве (пространстве состояний), представляющем собой «условное математическое пространство, размерность которого определяется числом параметров, характеризующих состояние системы в процессе ее преобразования, управляемого развития» [10].

Пусть рассматривается экономическая система, имеющая  $s$  характеристик (степеней свободы). То есть данная система описывается  $s$  различными переменными, значения которых обозначим  $q_i$ , где  $i = \overline{1, s}$ . При этом значения переменных имеют тенденции изменяться некоторым закономерным образом за небольшой промежуток времени, то есть имеют определенный краткосрочный тренд, свой для каждой переменной. Он зависит от предшествующих изменений, их интенсивности и связан с инерционностью экономических процессов. Количественно его сила может быть охарактеризована с помощью коэффициента автокорреляции. Обозначим этот «единичный» тренд через  $w_i$ . Совокупность  $q_i$  и  $w_i$  характеризует состояние системы в каждый момент времени. Различные состояния системы можно математически представить точками в фазовом пространстве. При этом каждая экономическая система имеет собственное фазовое пространство, число измерений которого равно удвоенному числу ее степеней свободы. Всякая точка фазового пространства (фазовая точка), соответствующая определенным значениям координат системы  $q_i$  и «единичных» трендов  $w_i$ , изображает конкретное состояние экономической системы. С течением вре-

мени это состояние изменяется и соответственно фазовая точка системы будет описывать в нем некоторую линию, называемую «фазовой траекторией».

В силу чрезвычайной сложности и запутанности как внешних воздействий, так и внутренних процессов экономической системы, за достаточно большой промежуток времени она будет находиться в весьма большом числе своих возможных состояний. Обозначим через  $\Delta w \Delta q$  некоторый малый участок «объема» фазового пространства, соответствующий значениям ее координат  $q_i$  и «единичных» трендов  $w_i$ , лежащим в некоторых малых интервалах  $\Delta q_i$  и  $\Delta w_i$ . Пусть  $\Delta t$  есть та часть полного времени  $T$ , в течение которого система находилась в данном участке фазового пространства  $\Delta w \Delta q$  (то есть в состояниях, изображающихся фазовыми точками на этом пространстве). При неограниченном увеличении полного времени  $T$  отношение  $\frac{\Delta t}{T}$  будет стремиться к некоторому пределу

$$p = \lim_{T \rightarrow \infty} \frac{\Delta t}{T}.$$

Эту величину можно рассматривать как вероятность того, что при наблюдении экономической системы в некоторый произвольный момент времени она будет находиться в данном участке  $\Delta w \Delta q$  фазового пространства.

Переходя к бесконечно малому элементу фазового объема

$$dqdw = dq_1 dq_2 \dots dq_s dw_1 dw_2 \dots dw_s,$$

можно ввести вероятность  $dp$  состояний, изображающихся точками в этом элементе, то есть вероятность величинам  $q_i$  и  $w_i$  иметь значения, лежащие в заданных бесконечно малых интервалах между  $q_i$ ,  $w_i$  и  $q_i + dq_i$ ,  $w_i + dw_i$ . Эту вероятность  $dp$  можно записать в виде

$$dp = f(q_1, q_2, \dots, q_s, w_1, w_2, \dots, w_s) dq_1 dq_2 \dots dq_s dw_1 dw_2 \dots dw_s,$$

где

$f(q_1, q_2, \dots, q_s, w_1, w_2, \dots, w_s)$  – функ-

ция плотности распределения вероятностей в фазовом пространстве. Очевидно, что она должна удовлетворять условию нормировки

$$\int f(q_1, q_2, \dots, q_s, w_1, w_2, \dots, w_s) dq_1 dq_2 \dots dq_s dw_1 dw_2 \dots dw_s = 1.$$

(интеграл берется по всему фазовому пространству), выражающему тот факт, что сумма вероятностей всех состояний должна быть равна единице. При этом плотность распределения не зависит от начального состояния экономической системы, а также от начальных состояний других систем, с которыми она взаимодействует (составляющих ее внешнюю среду).

В конкретный момент времени в системе совершается некоторая хозяйственная операция, при осуществлении которой экономический субъект, управляющий системой, принимает решения в виде выбора одного из нескольких возможных вариантов действий, основываясь на плане или прогнозе будущего ее состояния. Однако в интересующий («целевой») момент она может находиться в любой точке некоторого участка фазового пространства, причем заранее неизвестно, каком именно, то есть неизвестно, по какой конкретно фазовой траектории будет двигаться.

Данное различие прогнозируемой (планируемой) и фактической траектории системы порождает неопределенность, являющуюся сущностной причиной возникновения риска в экономической системе. Но сам риск проявляется через субъекта принятия решений, поэтому к неопределенности внутренней и внешней среды добавляется неопределенность выбора решения (для стороннего наблюдателя). Она усиливается при высоком уровне информационной неопределенности. Риск в системе связан, таким образом, как с самой вероятностной сутью ее экономической

природы, так и с непосредственной вовлеченностью в процессы ее функционирования человека как субъекта принятия решений.

Исходя из этого, экономический риск в общем случае можно определить как свойство хозяйственной операции, требующей принятия решения, основными характеристиками которого являются:

- наличие неопределенности в системе и внешней среде, являющейся причиной риска (объективная составляющая риска);

- возникновение и реализация риска только при наличии субъекта, принимающего решения и отвечающего за последствия (субъективная составляющая риска);

- при принятии решения:

- субъект располагает планом и/или прогнозом движения системы в фазовом пространстве;

- выбирает одну из множества возможных альтернатив (вариантов действий), могущих привести в итоге к одному из возможных результатов (точек в фазовом пространстве);

- выбор осуществляется сознательно (не случайно);

- выбор основывается на сопоставлении характеристик потенциально достижимых точек фазового пространства:

- возможных результатов (прибыли, доходности и т.д.);

- затрат ресурсов на достижение вариантов результата;

- возможных отклонений от предпочтительного результата и степени их нежелательности;

- вне зависимости от выбранной альтернативы существует неопределенность того, в какую конкретно точку фазового пространства попадет система; при этом для каждой альтернативы должен быть как минимум один неблагоприятный (менее предпочтительный) возможный вариант буду-

шего результата (точка фазового пространства).

Таким образом, риск представляет собой объективное свойство хозяйственной ситуации, возникающее по причине вероятностного характера экономической системы и наличия неопределенности, но реализующееся исключительно через субъекта – лицо, принимающее решения, – принимающего на себя риск, выбирающего действие в ситуации из набора альтернатив и несущего ответственность за последствия реализации ситуации, связанной с риском.

#### Библиографический список

1. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Методическое пособие. – М.: Дело и сервис, 2002.
2. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 1996.
3. Цветкова Е.В., Арлюкова И.О. Риски в экономической деятельности; Учебное пособие, – СПб: Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права. Общество «Знание» Санкт-Петербурга и Ленинградской области, 2002.
4. Кучин А.Б., Смирнова А.Р., Зайцева В.О. Факторинг – финансовая схема управления вексельными потоками. – М.: Верше-АВ, 2000.
5. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками: учеб. пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007.
5. Ермасова Н.Б. Риск-менеджмент организации: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2008
6. Четыркин Е.М. Финансовые риски: науч.-практич. пособие. – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008 – с. 8-9.
7. Гончаров Д.С. Комплексный подход к управлению рисками для российских компаний/ Денис Сергеевич Гончаров. – Москва: Вершина, 2008. - с.26.
8. Балдин К.В. Управление рисками: учебное пособие для студентов вузов,

обучающихся по специальностям экономики и управления/ К.В. Балдин, С.Н. Воробьев. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 511 с.

9. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2003. – 520 с.

10. Ниворожкина Л.И. Статистика: учебник для бакалавров/ Л.И. Ниворожкина [др.]; под общ.ред.д.э.н., проф. Л.И. Ниворожкиной – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010 – 416 с.

#### Bibliographic list

1. Granaturov V.M. The economic risk: essence, methods of measurement, a decrease way: the Manual. – M: Business and service, 2002.
2. Balabanov I.T. Risk-management. – M: the Finance and statistics, 1996.
3. Tsvetkova E.V., Arljukova I.O. Risks in economic activities; the Manual, – SPb: the St.-Petersburg institute of foreign economic relations of economy and the right. A society "Znanie" of St.-Petersburg and Leningrad region, 2002.
4. Kuchin A.B., Smirnova A.R., Zajtseva V.O. Faktoring – the financial scheme of management of bill streams. – M: Vershe-AV, 2000.
5. Chernova G.V, Kudryavtsev A.A. Risk-management – M: TK Velbi, Publishing house Prospectus, 2007.
6. Ermasova N.B. Risk-management of the organization – M: Publishing-trading corporation «Dashkov and K», 2008
7. Chetyrkin E.M. Financial risks – M: Publishing house "Delo" ANH, 2008 – p. 8-9.
8. Goncharov D.S. The complex approach to risk-management for the Russian companies / Denis Sergeevich Goncharov. – Moscow: Vershina, 2008. - p.26.
9. Baldin K.V. The risk-management / by K.V.Baldin, S.N.Vorobjiev. – M: UNITY–DANA, 2005. – 511 p.

10.Lopatnikov L.I. The economical-mathematical dictionary: the Dictionary of a modern economic science. – 5th edition. – M: Business, 2003. – 520 p.

11.Nivorozhkina Л.И. Statistics: the textbook for bachelors/ L.I.Nivorozhkina [and

other]; under general edition of PhD, prof. L.I.Nivorozhkina – M: Publishing-trading corporation «Dashkov and K», 2010 – 416 p.

*Н.Н. Ажогина*

## **АНАЛИЗ ВЕРОЯТНЫХ СТРАТЕГИЙ РЕАЛИЗАЦИИ РЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА В СОВРЕМЕННОЙ АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА**

### **Аннотация**

Статья о стратегиях Российской Федерации в условиях выхода из кризиса, связанных с рентным потенциалом восстановительного роста. По мнению автора, перво-степенная роль в условиях кризиса отводится государственному регулированию в сочетании с институциональным развитием экономики. Рента является источником финансирования приоритетных направлений развития, выделенных государством.

### **Annotation**

The article is devoted to the Russian Federation's strategies of meeting the crisis that are connected with the rent potential of reconstruction growth. According to the author the paramount part under the conditions of crisis is assigned to the state regulation in combination with an institutional development of the economy. A rent is a source of financing of the first-priority directions of the development marked out by the state.

### **Ключевые слова**

Стратегии, рента, кризис.

### **Key words**

Strategy, rent, crisis.

Эффективное использование рентного потенциала, его оценка, учет и перераспределение актуальны для национальных экономических систем, в которых природные ресурсы составляют основу экспорта страны, а доходы от их реализации играют значимую роль в формировании общественного продукта.

В краткосрочном периоде страны, богатые ресурсами, обычно демонстрируют достаточно стабильно высокие темпы экономического роста, вызванные конъюнктурным ростом цен на

энергоносители, а также расширением масштабов добычи. Однако в долгосрочной перспективе ресурсы могут сыграть отрицательную роль, которая вначале проявляется в виде замедления темпов роста и большой его зависимости от стадии экономического цикла, а затем, когда ресурсы будут исчерпаны, а перерабатывающие отрасли потеряют экспортный потенциал, восстановить его очень сложно. Российская экономика развивалась и практически смогла добиться цели удвоения ВВП только благодаря функционированию ресурс-

ных (рентных) отраслей, ориентированных на экспорт.

Для Российской Федерации добывающие отрасли являются бюджетообразующими. В 2008 г. поступление налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) в консолидированный бюджет РФ увеличилось на 42,6% - до 1 трлн 708 млрд руб. При этом в федеральный бюджет было зачислено 1 трлн 604,7 млрд руб. (рост на 42,9%), в консолидированные бюджеты субъектов РФ - 103,4 млрд руб. (рост на 38,8%). В том числе НДПИ на нефть поступил в консолидированный бюджет РФ на 1 трлн 571,6 млрд руб. (рост на 46,8%), при этом в федеральный бюджет зачислено 1 трлн 493 млрд руб., в бюджеты субъектов РФ - 78,6 млрд руб. При этом поступления налогов и сборов в консолидированный бюджет, включая единый социальный налог (ЕСН), составили 8 трлн 455,7 млрд руб. [7]. Соответственно доля налога на добычу полезных ископаемых в консолидированных налоговых доходах бюджета страны составила более 20%, и это без учета налога на прибыль и других налоговых платежей, уплаченных в бюджет добывающими предприятиями. НДПИ обеспечил столь высокие доходы российского консолидированного бюджета в связи с тем, что в первые три квартала 2008 года цена на нефть была стабильно высокой.

До кризиса рента, извлекаемая государством, накапливалась в Резервном фонде с целью нивелирования влияния конъюнктуры цен на энергоносители на формирование доходной части бюджета. В условиях кризиса для поддержания экономики потребовалось увеличение государственных расходов, источником которых стали средства Резервного фонда. На 01.03.2009 совокупный объем фонда составил 4 869,74 млрд. рублей, или 136,33 млрд. долларов США [9]. В ноябре 2008 года Правительство Российской Федерации в лице А.В. Кудрина заявляло о том, что

деньги из Резервного фонда могут быть потрачены в объеме 500 млрд руб. при средней цене 50 долларов за баррель, но существенного использования фонда в ближайшие 3-10 лет не будет [5]. Однако в опубликованной 24 марта 2009 года Программе антикризисных мер Правительства Российской Федерации уже предусматривалось увеличение расходов средств Резервного фонда в размере примерно 2751,5 млрд. рублей. [8]. В итоге, по оценке Министерства финансов Российской Федерации, расходование средств Резервного фонда в 2009 году составило примерно 80%.

По нашему мнению, расходование средств Резервного фонда в 2009 г. демонстрирует очевидное противоречие с задачей поддержания макроэкономической устойчивости и бюджетного дефицита. Это означает, что нарушены условия расходования средств фонда, так как цена на нефть не упала ниже базисной, а масштабные расходы средств Резервного фонда ведут к его исчерпанию в ближайшей перспективе.

На наш взгляд, с одной стороны, расходование средств Резервного фонда вполне закономерно, так как это более приемлемый выход для обеспечения дефицита государственного бюджета, чем заимствования у международных финансовых структур. С другой стороны, это означает изменение текущей стратегии развития без обозначения новых векторов движения.

В связи с этим среди экономистов сегодня достаточно активно обсуждаются стратегии выхода из кризиса мировой и национальных экономик. Некоторые сценарии появились еще накануне кризиса и были связаны с осознанием неэффективности современной структуры экономики России (в частности, Концепция долгосрочного социально-экономического развития до 2020 года), некоторые предлагаются экономистами после осознания масштабов и проблем современного кризиса.



К примеру, Григорьев Л., Плаксин С., Салихов М. (исследовательская группа «СИГМА»), используя анализ состояния ресурсов и сценарный подход, анализируют следующие варианты развития российской экономики. Сценарий «Инерция» характеризуется тотальным доминированием сырьевого сектора. Сценарий «Рантье» предполагает концентрацию усилий на развитии отраслей, связанных с экспортом природных ресурсов, и перераспределением ресурсов на социальные и оборонные расходы. Стратегия «Мобилизация» предполагает фактическое воссоздание советской «треугольной экономики», в которую включаются сырьевые отрасли, ВПК и вся гражданская экономика. Суть стратегии «Модернизация» состоит в проведении комплекса институциональных изменений, направленных на создание стимулов к реализации инновационных проектов на территории России. Авторы считают, что сценарий «Модернизация» является приоритетным для России, однако, при его реализации основной сложностью они считают разобщенность групп поддержки [2].

Следует заметить, что сценарный подход предполагает формирование и отбор оптимальных сценариев из наиболее вероятных. При этом предлагаемые данной исследовательской группой сценарии имеют различную степень вероятности и приоритетности. Сценарии «Инерция» и «Рантье» выглядят заранее неперспективными, и в итоге исследование сводится к обоснованию выгоды для России реализации сценария «Модернизация», хотя механизмов его реализации авторы не предлагают.

По нашему мнению, по инерционному пути Россия развивалась до 2004 г. Это означало использование накопленного советского экономического потенциала, но на основе рыночных отношений. С целью создания широкого слоя собственников крупные промышленные комплексы дробили и привати-

зировали по частям, в результате потребовалось время для поиска и возобновления утраченных экономических связей. Сохранение крупных монополистов или олигополистических структур в базовых для советской экономики отраслях сопровождалось созданием большого количества мелких предприятий, в основном в сфере торговли, общественного питания и средних – в строительстве и недвижимости, связи и транспорте. Так как реализация данной стратегии не предполагала масштабных инвестиций, в трансформационный период не было создано новых конкурентоспособных направлений развития российской экономики.

Стратегию «Рантье», на наш взгляд, не следует связывать с перераспределением ресурсов на социальные и оборонные расходы, ее реализацию можно соотнести с созданием и функционированием Стабилизационного фонда. По мнению главного идеолога создания Стабфонда, министра финансов А. Кудрина, «для обеспечения долгосрочной стабильности требуется преобразование нефтегазовых активов из физической формы (разведанных запасов природных ресурсов) в финансовую (Нефтегазовый фонд) и финансирование расходов в объемах инвестиционного дохода на эти активы» [3].

Однако, на наш взгляд, стратегия «Рантье» предполагает наличие следующих предпосылок, существующих в странах, где такая стратегия успешно реализуется: высокого уровня жизни, небольших территориальных и человеческих ресурсов, отсутствия возможностей реструктуризации экономики в пользу высокотехнологичных отраслей, монархического политического режима. Во-первых, по показателям ВВП на душу населения, Россия значительно отстает от стран-рантье, накапливающих природную ренту (Норвегия, США (Аляска), Кувейт). Во-вторых, обладая значительными территориальными и

человеческими ресурсами и возможностями диверсификации экономики, можно использовать накопленную ренту для инвестирования внутри страны.

По мнению Ю. Воронина, Ю. Максимова, сформированные в конце XX-го столетия различные финансовые фонды за счет сверхвысоких цен на нефть и другие природные ресурсы – это реакция международных финансовых институтов на необходимость выплачивать огромные финансовые средства экспортерам. Чтобы не потерять управления этими сверхприбылями, «золотой миллиард» навязывает через мировые финансовые институты использование средств стабфондов сугубо в своих странах, в своих ТНК, для поддержания своих валют. Соответственно сверхприбыли стран-экспортеров работают на экономики развитых стран [1].

Очевидно, что стратегия «Рантье» неперспективна для российской экономики, так как консервирует ее зависимость от конъюнктуры мировых цен на нефть, не предполагает реструктуризации экономики, а только использует доходы от инвестирования ренты в финансовые активы в качестве стабилизатора бюджетных доходов. Вместе с тем отказ от стратегии также спровоцирован развитием мирового экономического кризиса и необходимостью финансировать дефицит бюджета из средств Резервного фонда.

Таким образом, возврат к стратегии «Инерция» невозможен ввиду исчерпания ресурсов восстановительного роста после трансформации российской экономической системы. Отказ от стратегии «Рантье» произошел в связи с необходимостью расходования накопленной природной ренты, и возврат к данному сценарию может произойти только спустя несколько лет, в случае восстановления накоплений в Резервном фонде. Хотя, на наш взгляд, данный вектор развития становится маловероятным, так как он, очевидно, является менее

выгодным для развития экономики Российской Федерации: инвестирование в валюту и иностранные ценные бумаги имеет меньшую доходность в сравнении с реальными инвестициями.

Стратегия «Мобилизация» связана с активным вмешательством государства в экономику, с так называемым «назначением» приоритетных направлений развития и их финансированием из средств бюджета. Можно предположить, что в условиях кризиса переход к данной стратегии происходит автоматически.

По мнению В. Полтеровича, при плохом инвестиционном климате и несовершенном рынке роль государства должна быть более значительной. И самое главное: для технологически отсталой страны недостаточно пытаться использовать «точечные» конкурентные преимущества (тем более, что их почти нет); необходимо искать пути переоснащения каждой отрасли в рамках единого стратегического плана [4].

Следует согласиться с мнением о том, что роль государства, в том числе и в экономической сфере, в современной России снижать не следует. Во-первых, это обусловлено исторической спецификой развития нашего государства, где многие реформы и стратегии модернизации осуществлялись в основном «сверху», во-вторых, современный экономический кризис объективно усилил значение государства в борьбе с последствиями кризисных явлений.

В своем выступлении на конференции «Современное государство и глобальная безопасность» в Ярославле российский президент отметил, что «когда мир стал перед лицом кризиса, реализацию антикризисных программ на себя взвалили не транснациональные корпорации, а правительства стран» [6].

Вместе с тем антикризисные программы, в том числе и в России, в связи с дефицитом бюджетных средств не могут обеспечить переоснащение

каждой отрасли, к тому же в рамках смешанной экономической системы такая задача непосильна любому государству. В связи с этим на современном этапе все же следует выделять приоритетные направления. В России они выбраны для реализации в рамках государственных холдингов и корпораций. К таким направлениям относится развитие следующих высокотехнологичных отраслей:

- ✓ авиационной промышленности и двигателестроения,
- ✓ ракетно-космической промышленности,
- ✓ судостроительной промышленности,
- ✓ радиоэлектронной промышленности,
- ✓ атомного энергопромышленного комплекса,
- ✓ информационно-коммуникационных технологий.

Президент Российской Федерации также назвал пять векторов стратегического развития страны. «Во-первых, мы станем одной из лидирующих стран по эффективности производства, транспортировке и использованию энергии. Разработаем и выведем на внутренние и внешние рынки новые виды топлива. Во-вторых, сохраним и поднимем на новый качественный уровень ядерные технологии. В-третьих, российские специалисты будут совершенствовать информационные технологии, добьются серьёзного влияния на процессы развития глобальных общедоступных информационных сетей, используя суперкомпьютеры и другую необходимую материальную базу. В-четвёртых, мы будем располагать собственной наземной и космической инфраструктурой передачи всех видов информации; наши спутники будут «видеть» весь мир, помогать нашим гражданам и людям всех стран общаться, путешествовать, заниматься научными исследованиями, сельскохозяйственным и промышленным произ-

водством. В-пятых, Россия займёт передовые позиции в производстве отдельных видов медицинского оборудования, сверхсовременных средств диагностики, медикаментов для лечения вирусных, сердечно-сосудистых, онкологических и неврологических заболеваний» [10].

Несмотря на усиления государственного влияния в этих сферах и финансовую поддержку, правительство собирается сокращать количество приоритетных направлений в связи с нехваткой бюджетных средств.

Как уже упоминалось, в рамках сценария «Модернизация» предполагается направить усилия на косвенные методы регулирования, создание благоприятных институциональных условий, активизацию и вовлечение бизнеса в процесс разработки и реализации инновационных проектов. На наш взгляд, данный сценарий весьма продуктивен, но может быть реализован только в долгосрочной перспективе, после выхода из кризиса, так как в турбулентной экономической среде у бизнеса остается меньше стимулов формирования инновационных высокотехнологичных проектов. Хотя существует опыт некоторых стран (Великобритания, Франция, Германия и др.), где именно кризис в экономике стимулировал создание технопарков, которые становились эффективным механизмом выхода из кризисных ситуаций, способствовали экономическому процветанию регионов, обеспечивали создание новых рабочих мест. Вместе с тем технопарки выступают формой интеграции сфер высшего образования, науки, промышленности, предпринимательства, региональных и местных органов управления, а также различных источников финансирования. Поэтому говорить о стимуляции бизнес-проектов без участия государства даже в этом случае не вполне корректно. Скорее, здесь речь идет о партнерстве бизнеса, общества и государства.

На наш взгляд, стратегия реструктуризации экономики страны должна быть связана с институциональными преобразованиями для улучшения функционирования бизнес-среды и выбором приоритетов государственной поддержки некоторых высокотехнологичных отраслей за счет инвестиций рентных доходов государства. Выбор небольшого количества направлений развития и модернизации связан, прежде всего, с ограниченностью бюджетного финансирования в условиях кризиса, а также неэффективностью «распыления» накопленных средств на слишком большое количество объектов и появления так называемых «долгостроев». Вместе с тем в ряде случаев требуется отказ от прямого государственного финансирования, целесообразно предоставлять рентные доходы государства бизнесу на условиях кредитования (срочности, возвратности и платности) через развитие воспроизводственной инфраструктуры. В свою очередь стратегические направления не могут быть автоматически реализованы без улучшения институциональной среды: рыночной инфраструктуры, институтов государственного управления, судебной системы и пр.

#### Библиографический список

1. Воронин Ю., Максимов Ю. Как разумно распорядиться Стабилизационным фондом // Российская Федерация сегодня. – 2006. - № 9, С. 36-38.
2. Григорьев Л., Плаксин С., Салихов М. Посткризисная структура экономики и формирование коалиций для инноваций // Вопросы экономики, № 4, 2008.
3. Кудрин А. Механизмы формирования нефтегазового баланса бюджета России // Вопросы экономики, 2006, №8, С.13.
4. Полтерович В. Стратегии модернизации, институты и коалиции // Вопросы экономики, № 4, 2008.
5. А.Кудрин: Правительство РФ в 2009г. может потратить из Резервного фонда до 500 млрд руб. // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] Доступ: <http://www.minfin.ru/ru/press/speech/index.php?id4=6794>, свободный. Заглавие с экрана. Язык русский.
6. Медведев Д.А. Выступление на Международной конференции «Современное государство и глобальная безопасность» 14 сентября 2009 года // Официальный сайт Президента Российской Федерации [Электронный ресурс] Доступ: <http://news.kremlin.ru/transcripts/5469>, свободный. Язык русский. Заглавие с экрана.
7. Налоговики собрали в 2008г. более 10 трлн руб. // РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс] Доступ: <http://top.rbc.ru/economics/11/02/2009/279912.shtml>, свободный. Заглавие с экрана. Язык русский.
8. Программа антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 год. 24.03.2009 // Официальный сайт Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] Доступ: <http://www.government.ru/content/governmentactivity/antikrizismeriprf/5431178.htm>, свободный. Заглавие с экрана. Язык русский.
9. Резервный фонд // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] Доступ: <http://www1.minfin.ru/ru/reservefund/statistics/volume/index.php?id4=5796>, свободный. Заглавие с экрана. Язык русский.
10. Россия, вперед! Статья Дмитрия Медведева 10 сентября 2009 года // Официальный сайт Президента Российской Федерации [Электронный ресурс] Доступ: <http://news.kremlin.ru/news/5413>, свободный. Язык русский. Заглавие с экрана.

### Bibliographic list

1. Voronin U., Maksimov U., How will give order Stabilization fund reasonably?// Russian Federation today . – 2006. - № 9, p. 36-38.
2. Grigorev L., Plaksin S., Salihov Postcrisis structure of economy and forming of coalitions for innovation// The questions of economy, № 4, 2008
3. Kudrin A. Mechanism of forming of nonoil and gas balance of Russian budget// The questions of economy, № 2006, №8, p.13.
4. Polterovich V. Strategies of modernization, institution and coalitions// The questions of economy, №4, 2008.
5. Kudrin A. Russian government may spend from Reserve fund to 500 milliard roubles in 2009// Ministry of finance of Russian Federation official site// <http://www.minfin.ru/ru/press/speech/index.php?id4=6794>
6. Medvedev D. The appearance in international conference «The modern state and the global security»// President of Russia official site// <http://news.kremlin.ru/transcripts/5469>
7. Tax-inspectors collected more 10 billion roubles in 2009// RusBusinessConsulting// <http://top.rbc.ru/economics/11/02/2009/279912.shtml>
8. The program of anticrisis measures of Government of Russian Federation on 2009// Government of Russian Federation official site// <http://www.government.ru/content/governmentactivity/antikrizismeriprf/5431178.htm>
9. Reserve fund// Ministry of finance of Russian Federation official site// <http://www1.minfin.ru/ru/reservefund/statistics/volume/index.php?id4=5796>
10. Russia forward! Article of Dmitry Medvedev. 10 September 2009// President of Russia official site// <http://news.kremlin.ru/news/5413>.

## РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ, ЕЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ

*В.С.Золотарев, Н.И.Невская, Т.Г. Комарова*

### ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В СВЕТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

#### Аннотация

В статье рассматривается взаимосвязь развития человеческого капитала и формирования информационного общества в России. На основе данных федеральной государственной статистики проведен анализ динамики формирования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в России. Отдельно выделены организации и домашние хозяйства, использующие ИКТ. Особый акцент сделан на состоянии грамотности населения в освоении ИКТ. Анализ проведен с применением различных статистико-математических методов: средних и относительных величин, индексный метод, метод рядов динамики, метод кластеров и др.

#### Annotation

In the article the interrelation of development of the human capital and formation of an information society in Russia is considered. On the basis of data of federal state statistics the analysis of dynamics of formation of information-communication technologies (ICT) is lead to Russia. The organizations and the house facilities economy using ICT are separately allocated. The special accent is made on a condition of literacy of the population in development ICT. The analysis is lead with application of various statistic-mathematical methods: average and relative sizes, an index method, a method of lines of dynamics, a method of groupings and clusters, etc.

#### Ключевые слова

Человеческий капитал, информационное общество, информация и знания, кластер, информатизация, информационно-коммуникационные технологии

#### Keywords

The human capital, information society, the information and knowledge, cluster, information, information-communication technology.

Информационное общество – это общество, в котором информация и знания становятся главными факторами развития человеческого капитала и рассматриваются как путь в будущее человеческой цивилизации.

Именно это фиксирует Окинавская хартия глобального информационного общества, которая подписана руководителями 7 ведущих стран и Президентом России В.В.Путиным в августе 2000г.

Понятие «информационное общество» вошло в научный оборот еще в начале 60-х гг. прошлого века.

К этому времени в большинстве стран уже были разработаны и реализованы государственные программы формирования информационного общества. Одновременно широкое использование получило развитие и внедрение информационно-коммуникационных технологий – (ИКТ).

Россия несколько с запозданием приступила к разработке и реализации таких программ. В результате в 2007г. она занимала лишь 70-е место<sup>1</sup> в мире по использованию ИКТ и 62-е место по уровню технологического развития, находясь по результатам между Коста-Рикой и Пакистаном.

В современном мире перед человечеством открылись новые возможности: кто владеет информацией, владеет миром. Новый мир – это мир компьютеров и Интернета, мир сотовых телефонов и факсов, мир сетей связи и телевидения, мир высоких технологий, от масштабов и эффективности использования которых напрямую зависит благополучие народов и государств. Мощь и богатство государства определяются не той суммой знаний, которая «мертвым грузом» лежит где-то в недрах фундаментальной науки, а зависят от возможностей максимально широкого овладения этими знаниями и, следовательно, скорости их распространения или, иначе говоря, дееспособности сети коммуникаций. Чем выше темпы производства и распространения знаний, тем быстрее они претворяются в технологии.

Россия располагает широкими возможностями развития, так как, несмотря на ее отставание от многих стран мира, она имеет определенные достижения отечественной науки (например, школы российских ученых и программистов признаны во всем мире). Российскими компаниями, несмотря на их молодость, накоплен опыт производства товаров и услуг, использующих современные технологии. В значительной степени компьютеризированы многие отрасли хозяйства, в частности, банковская сфера и сфера государственного управления. Все глубже осознается необходимость использования вычислительной техники и ИКТ в бизнесе и го-

сударственном управлении, в здравоохранении и культуре, в науке и образовании. Все это создает условия для развития человека, а, развиваясь, человек создает новые, более совершенные средства информации.

В России уже в 1999г. была разработана Концепция формирования информационного общества.

Цель Концепции – определение российского пути построения информационного общества.

Стратегической задачей России на данном историческом этапе стало полномасштабное вхождение в глобальное информационное общество в качестве его полноправного участника при сохранении политической независимости, национальной самобытности и культурных традиций.

В деятельности органов власти по разработке и реализации государственной политики в области развития информационного общества в России можно выделить несколько этапов.

На первом (1991–1994гг.) формировались основы в сфере информатизации.

Второй этап (1994–1998гг.) характеризовался сменой приоритетов от информатизации к выработке информационной политики.

Третий этап, который длится и поныне, – этап формирования и реализации политики в сфере построения информационного общества. На этом этапе Правительством РФ была принята Федеральная целевая программа (ФЦП) «Развитие единой образовательной информационной среды (2001–2005 годы)», [9], а с 2002г. в России реализуется ФЦП «Электронная Россия 2002–2010гг.» [10]. В 2004г. была разработана Концепция Федерального агентства по здравоохранению и социальному развитию, оказавшая влияние на развитие человеческого капитала. В 2005г. разработана Концепция ФЦП «Развитие информатизации в России на период до

<sup>1</sup> <http://www.msia.ru/forum/topic1724.html>

2010 года» и отдельно Программа действий.

Определенная работа проделана по организации информатизации в субъектах Федерации. В августе 2006г. Правительство Российской Федерации утвердило новую редакцию ФЦП «Электронная Россия–2», подкрепив ее дополнительными финансовыми средствами.

В 2008г. в рамках названной Программы были осуществлены работы по теме «Подготовка рейтинга информационного развития субъектов Российской Федерации и уровня использования технологий электронного правительства в федеральных органах исполнительной власти и в органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации».

Проделанная работа по информатизации российского общества оказала влияние на развитие человеческого капитала. Реализация программ по информатизации потребовала повышения компьютерной грамотности населения. Особая роль в обучении компьютерной грамотности и освоении новейших информационных технологий стала отводиться изучению информатики, которая с 1985г. включена в учебные планы всех средних школ страны и с 1991г. всех высших учебных заведений России. С 2007г. все средние школы России подключены к Интернету и оснащены базовыми пакетами программ по освоению компьютерной грамотности и новейших информационных технологий. В рамках приоритетного национального проекта «Образование» осуществляется внедрение открытого отечественного программного обеспечения и организация компьютерно-правового ликбеза в вузах и школах.

В новых условиях экономического развития для России оказались приемлемыми два варианта формирования и развития информационного общества.

Первый вариант – догоняющий – повторение того пути, который уже прошли другие страны, в основном, европейские. Он требует значительных капиталовложений за короткое время. Кроме того, этот путь будет требовать существенного изменения российского менталитета и переориентации общественного сознания на цели, приоритеты и направления развития, свойственные информатизированному обществу.

Второй вариант – альтернативный – нахождение пути, ориентированного на российские критерии и характеристики качества жизни, социально-культурные особенности, требующего в сегодняшних социально-экономических условиях лишь минимальных капиталовложений со стороны государства. Этот путь – нетрадиционный, неапробированный, однако, он требует ускорения темпов экономического роста, улучшения политической стабильности и проявления политической воли исполнительной и законодательной власти, поставившей задачу перехода к информационному обществу в качестве главного приоритета.

И тем не менее для России более приемлем второй путь, включающий:

- информатизацию всей системы общего и специального образования – от детского сада до окончания высшей школы и последующих форм подготовки и переподготовки специалистов, способствующую повышению роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик человеческого капитала;

- формирование и развитие индустрии информационных и коммуникационных услуг, в том числе домашней компьютеризации, ориентированной на массового потребителя;

- обеспечение сферы информационных услуг духовным содержанием, отвечающим российским культурно-историческим традициям, в том



числе организация мощного русскоязычного сектора в Интернете.

Концепция формирования информационного общества в России послужила теоретической основой экономической части Программы «Развитие информатизации России на период до 2010 года» [6]. Мониторинг и реализация Программы информатизации России проводятся на основе выработанной системы показателей и ее индикаторов.

Анализ результатов ежегодных обследований, проводимых в России, показывает, что во многих субъектах Российской Федерации формируется современная информационно-технологическая инфраструктура, реа-

лизуются проекты и программы региональной информатизации.

Прежде всего, отмечается рост затрат на ИКТ. Только за 4 года (2004–2008гг.) общая величина затрат на ИКТ выросла на 204,3 млрд. рублей, или более чем в 2 раза. Затраты на приобретение программных средств возросли на 1/3, или на 26 млрд. руб.; почти в 3 раза увеличились затраты на оплату услуг связи. Затраты на оплату услуг сторонних организаций и специалистов увеличились на 45,6 млрд. руб., или более чем в 3 раза. Эти изменения сопровождались изменением структуры затрат (таблица 1).

Таблица 1. Распределение затрат организаций на ИКТ по видам (в процентах к итогу)<sup>1</sup>  
(Российский статистический ежегодник. 2009: Стат.сб./Росстат. - М., 2009. С. 504)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Затраты на ИКТ - всего	100	100	100	100	100	100
в том числе:						
на приобретение вычислительной техники	52,3	45,4	37,3	33,7	31,2	27,5
на приобретение программных средств	7,7	9,8	11,0	11,3	14,7	15,9
на оплату услуг связи	20,9	23,9	25,9	31,4	29,4	31,4
из них оплата доступа к сети Интернет	-	-	-	5,7	6,0	6,6
на обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием информационных и коммуникационных технологий	0,7	0,8	1,6	0,8	0,7	0,8
на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по информационным и коммуникационным технологиям (кроме услуг связи и обучения)	11,3	11,6	14,7	15,2	16,5	17,5
прочие затраты	7,1	8,5	9,5	7,6	7,5	6,9

В 2003г. наибольший удельный вес на ИКТ приходился на приобретение вычислительной техники (52,3 %), к 2008г. он снизился до 27,5 % и почти сравнялся с затратами на оплату услуг связи. Одновременно с этим росла доля затрат на приобретение программных

средств, снизился удельный вес затрат на приобретение вычислительной техники, но повысился удельный вес затрат по другим направлениям информатизации общества, что наглядно видно на рисунке 1.

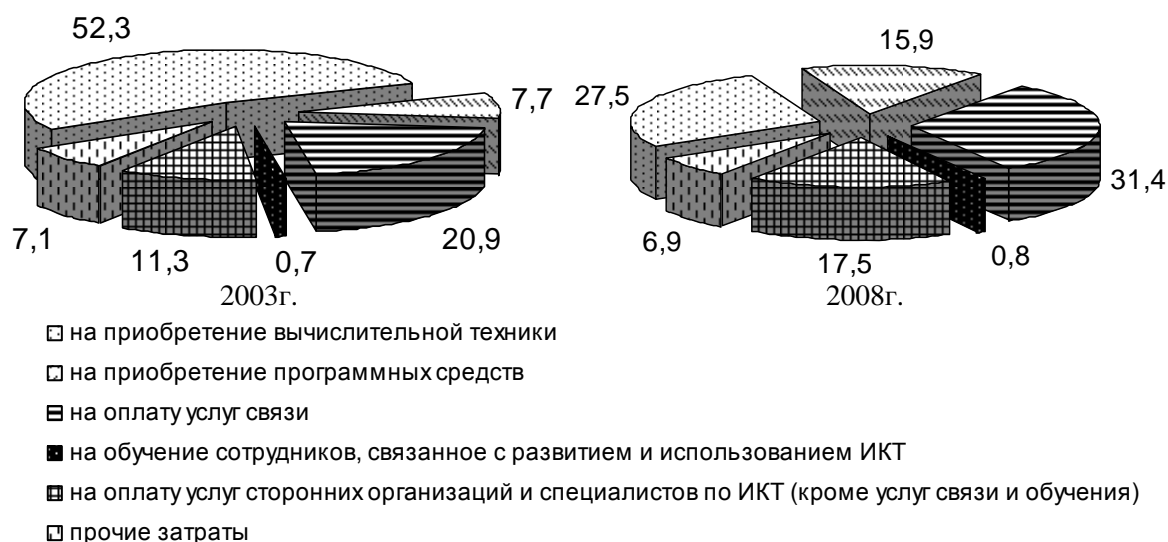


Рис. 1. Динамика структуры затрат на ИКТ за 2003–2008гг.

Кроме того в затратах на оплату услуг связи появились с 2006г. и в дальнейшем стали расти затраты на доступ к Интернету.

С ростом затрат на доступ к Интернету выросло и число предприятий, пользующихся услугами Интернета. В 2008г. почти 3/4 организаций, использовавших глобальные информационные сети, пользовались услугами Интернета, и более 20 % имели веб-сайты. Наряду с использованием глобальных информационных сетей организации различных сфер деятельности, широко используются персональные компьютеры.

В 2008г. число персональных компьютеров по сравнению с 2003г. увеличилось почти в 2 раза, а число персональных компьютеров в составе

локальных вычислительных сетей – более чем в 2 раза. Это привело к увеличению числа персональных компьютеров на 100 работников организаций с 18 в 2003г. до 32 единиц в 2007г. Число компьютеров с доступом в Интернет увеличилось соответственно с 4 до 13 единиц. Интернет стал широко использоваться для размещения (получения) заказов на товары (работы, услуги) организациями, осуществлявшими продажу (закупку) товаров (работ, услуг) по заказам, полученным в интерактивном режиме специальной формы, размещенной на веб-сайте или с использованием другого специализированного программного обеспечения.

Внедрение ИКТ по-разному проходило в округах России (таблица 2).

Таблица 2. Число организаций, использовавших ИКТ, по округам Российской Федерации в 2008г. (в процентах от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации), [8]

	Организации, использовавшие						Организации, имевшие веб-сайт
	персональные компьютеры	ЭВМ других типов	локальные вычислительные сети	электронную почту	глобальные информационные сети	из них сеть Интернет	
Российская Федерация	93,7	14,5	59,3	74,4	74,7	73,7	22,8
Центральный федеральный округ	93,1	14,9	59,3	73,2	72,6	70,6	25,7
Северо-Западный федеральный округ	94,2	15,0	61,5	76,8	77,4	76,7	28,1

Продолжение таблицы 2

Южный федеральный округ	93,9	14,3	60,5	73,3	74,5	74,1	19,8
Северо-Кавказский федеральный округ	94,4	12,2	39,6	59,1	65,8	65,5	15,8
Приволжский федеральный округ	95,0	13,2	57,3	75,4	76,4	75,5	22,0
Уральский федеральный округ	96,0	19,8	67,2	80,1	81,5	80,9	24,1
Сибирский федеральный округ	91,5	12,4	57,7	71,2	69,1	68,3	18,5
Дальневосточный федеральный округ	93,1	14,0	56,0	72,0	74,0	73,3	17,9

В 2008г. самыми низкими показателями по использованию персональных компьютеров выделялся Сибирский федеральный округ, невысокие показатели сложились в Центральном и в Дальневосточном федеральных округах. Если же рассмотреть данную проблему в разрезе секторов экономики округов и субъектов Федерации, то вырисовывается более пестрая картина. Между

субъектами и округами Российской Федерации сложились существенные различия в уровне использования ИКТ населением, предприятиями и органами власти.

Применение многоуровневого кластерного анализа позволило выделить группы субъектов Федерации по величине показателей использования ИКТ за 2008г.

Таблица 3. Характеристика кластеров по величине ИКТ и ИРЧП за 2008г.

Кластер	В процентах					ИРЧП
	Персональные компьютеры	ЭВМ других типов	Локальные вычислительные сети	Электронная почта	Глобальные информационные сети	
1	98,9	28,3333	80,0333	92,0333	91,7667	0,881
2	90,18	10,7971	48,0343	62,48	63,2486	0,765114
3	97,1429	15,1071	62,4167	78,931	79,6929	0,77331

Для выявления взаимосвязи с показателями ИРЧП была использована процедура иерархических кластеров k-Means и программная продукция STATGRAPHICS [4]. Получены следующие результаты (таблица 3).

В 1-й кластер вошли 3 субъекта с самыми высокими показателями информатизации, и в этих же субъектах

самые высокие показатели ИРЧП. Большинство субъектов попали в третий кластер – это 42 субъекта со средними показателями. 2-й кластер объединил 35 субъектов со средними показателями использования информатизации и в этом кластере средний ИРЧП (таблица 4).

Таблица 4. Распределение субъектов Российской Федерации по кластерам по величине ИКТ и ИРЧП за 2008г.

1 кластер	2 кластер		3 кластер	
1. г. Москва	1. Брянская обл.	22. Кировская обл.	1. Белгородская обл.	22. Респ. Татарстан
2. г. Санкт-Петербург	2. Ивановская обл.	23. Нижегородская обл.	2. Владимирская обл.	23. Удмуртская Респ.
3. Тюменская обл.	3. Калужская обл.	24. Саратовская обл.	3. Воронежская обл.	24. Чувашская Респ.
	4. Костромская обл.	25. Ульяновская обл.	4. Московская обл.	25. Оренбургская обл.

Продолжение таблицы 4

	5. Курская обл.	26. Респ. Тыва	5. Рязанская обл.	26. Пензенская обл.
	6. Липецкая обл.	27. Алтайский край	6. Тверская обл.	27. Пермская обл.
	7. Орловская обл.	28. Красноярский край	7. Ярославская обл.	28. Самарская обл.
	8. Смоленская обл.	29. Иркутская обл.	8. Респ. Карелия	29. Курганская обл.
	9. Тамбовская обл.	30. Омская обл.	9. Архангельская обл.	30. Свердловская обл.
	10. Тульская обл.	31. Томская обл.	10. Калининградская обл.	31. Челябинская обл.
	11. Респ. Коми	32. Респ. Саха (Якутия)	11. Ленинградская обл.	32. Респ. Алтай
	12. Вологодская обл.	33. Хабаровский край	12. Мурманская обл.	33. Респ. Бурятия
	13. Псковская обл.	34. Камчатская обл.	13. Новгородская обл.	34. Респ. Хакасия
	14. Респ. Ингушетия	35. Еврейская автономная обл.	14. Респ. Адыгея	35. Кемеровская обл.
	15. Кабардино-Балкарская Респ.		15. Респ. Дагестан	36. Новосибирская обл.
	16. Респ. Калмыкия		16. Краснодарский край	37. Читинская обл.
	17. Карачаево-Черкесская Респ.		17. Ставропольский край	38. Приморский край
	18. Респ. Северная Осетия - Алания		18. Астраханская обл.	39. Амурская обл.
	19. Чеченская Респ.		19. Ростовская обл.	40. Магаданская обл.
	20. Волгоградская обл.		20. Респ. Башкортостан	41. Сахалинская обл.
	21. Респ. Марий Эл		21. Респ. Мордовия	42. Чукотский автономный округ

Проведенный кластерный анализ позволяет еще раз подтвердить вывод о том, что развитие и использование ИКТ содействуют развитию человеческого капитала.

Среди субъектов Российской Федерации выделены субъекты с максимальными и минимальными показателями по числу организаций, использовавших ИКТ (таблица 5).

Таблица 5. Распределение субъектов Российской Федерации по числу организаций, имеющих тах и min показатели использования ИКТ в 2008г.

	Максимум, %	Минимум, %
Персональные компьютеры	Воронежская обл., г. Москва, Респ. Адыгея, Кабардино-Балкарская Респ., Чеченская Респ., Респ. Тыва, Респ. Хакасия, Чукотский автономный округ (100)	Тамбовская обл. (76,7)

Продолжение таблицы 5

ЭВМ других типов	г. Москва (35,1)	Еврейская автономная область (1,5)
Локальные вычислительные сети	г. Москва (88,8)	Чеченская Респ. (19,5)
Электронная почта	г. Москва (96,8)	Респ. Тыва (33,8)
Глобальные информационные сети	г. Москва (97,2)	Респ. Тыва (25,1)
Организации, имевшие веб-сайт	г. Москва (66)	Респ. Ингушетия (4)
ИРЧП	г. Москва (0,907)	Респ. Тыва (0,691)

Из 80 субъектов Российской Федерации только 8 субъектов имели максимальные или близкие к ним показатели, характеризующие использование ИКТ.

Самые низкие показатели были в Республике Тыва и здесь же – самые низкие показатели ИРЧП (0,691), что опять же еще раз подтверждает вывод о том, что информатизация России является одним из факторов развития человеческого капитала. Способствует развитию человеческого капитала и то, что формирование информационного общества в России связано не только с развитием ИКТ в организациях. Не менее важную роль играет создание возмож-

ностей их пользования среди населения (домашняя информатизация).

Федеральная служба государственной статистики на основе материалов обследования домашних хозяйств в 2008г. показала, что уровень использования средств информатизации по-разному складывается в домохозяйствах городов и сельской местности.

Доступ к Интернету в 2008г. имели лишь 16 % сельских домохозяйств, то есть почти в 2 раза меньше, чем городские домохозяйства. По применению домашних компьютеров различия еще заметнее (таблица 6).

По-разному складывается распределение домохозяйств и в зависимости от количества детей в семье.

Таблица 6. Распределение в 2008г. домашних хозяйств по возможностям пользоваться услугами сети Интернет в зависимости от величины доходов (по материалам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств на конец года; в процентах) [8]

	Все домашние хозяйства	из них						не имеющие доступа к сети Интернет
		имеющие доступ к сети Интернет	в том числе					
			с домашнего компьютера	по месту работы	по месту учёбы	интернет-кафе	другое	
Домохозяйства по 10-процентным группам обследуемого населения:								
первая (с наименьшими располагаемыми ресурсами)	100	11,3	6,0	3,9	2,6	0,6	0,3	88,7
вторая	100	18,2	11,0	5,9	3,1	1,2	0,7	81,8
третья	100	22,1	14,6	7,4	3,5	0,7	0,6	77,9
четвертая	100	25,6	16,7	8,9	3,4	0,9	0,8	74,4
пятая	100	30,1	20,3	10,2	4,1	1,1	1,0	69,9
шестая	100	33,5	24,6	13,5	4,2	0,9	1,3	66,5
седьмая	100	44,7	34,7	17,5	4,4	1,0	1,0	55,3
восьмая	100	49,3	38,8	21,2	2,7	0,7	1,1	50,7
девятая	100	44,6	34,1	23,0	2,0	1,0	0,8	55,4
десятая (с наибольшими располагаемыми ресурсами)	100	44,4	29,8	23,9	3,3	1,3	1,5	55,6

В основном доступом к Интернету пользуются семьи с 1 ребенком в возрасте до 16 лет. И чем больше детей в семье, тем возможности пользоваться услугами Интернета ниже. Вероятнее всего, не само количество детей в семье, а уровень ее среднедушевого дохода обуславливает эти различия. Таким образом, на возможности домохозяйства пользоваться услугами Интернета оказывают влияние их доходы. Домохозяйства с более высокими доходами имели более высокие показатели доступа в Интернет как с домашнего компьютера, так и по месту работы. Почти половина богатого населения страны пользуется услугами Интернета и только лишь 11,3 % – из бедного населения. В сравнении с другими развитыми странами это очень низкие показатели.

Вместе с тем если в целом по России в развитии информатизации намечились положительные сдвиги, то в разрезе субъектов по-прежнему имеют место низкие показатели с существенными различиями между субъектами. В то время, когда жители Москвы и Санкт-Петербурга имеют несколько мобильных телефонов, подключенных к разным операторам мобильной связи, в отдельных субъектах Российской Федерации показатель распространения сотовой связи значительно ниже общероссийского. Самый доступный путь информатизации домашних хозяйств, каким является развитие сотовой связи, пока не получил широкого применения в отдельных регионах. Недостаточно активно проводится работа по созданию электронного правительства. Положительным в реализации «Программы электронного правительства» является свободный доступ к федеральной государственной статистике, открытие сайта по оказанию отдельных услуг населению и т.д.

Однако Россия имеет традиционно низкие значения по индексу готовно-

сти страны к развитию электронного правительства. В 2008г. был опубликован очередной индекс (E-Government Readiness Report 2008). Лидерами в данном индексе являются США, Дания и Швеция.

Проведенный анализ показал, что, несмотря на некоторые положительные сдвиги в развитии и внедрении ИКТ, Россия еще не добилась существенного изменения своего положения среди стран мира. В связи с этим формирование и реализация ИКТ для России по-прежнему остаются одной из важных проблем ее развития.

#### Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информационных технологиях и о защите информации» (принят ГД ФС РФ 08.07.2006г.).
2. Приказ Мининформсвязи РФ от 10.10.2006 № 130 «Об образовании Совета региональной информатизации при Мининформсвязи России».
3. Воронина Т.П. Информационное общество: сущность, проблемы. М.: 1995.
4. Кластерный анализ. Метод К средних. <http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stcuan.html>
5. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов. Одобрена решением Президента Российской Федерации 23 ноября 1995г. № ПР-1694.
6. Концепция формирования информационного общества в России. Одобрена решением государственной комиссии по информатизации при Государственном комитете Российской Федерации по связи и информатизации от 28 мая 1999г. № 32.
7. Корчагин Ю.А. Взаимосвязь информации и человеческого капитала. <http://lerc.012345.ru/informatics/0001/0006/>

8. Российский статистический ежегодник. 2009: Стат.сб./Росстат. – М.: 2009.
9. Федеральная целевая программа «Развитие единой образовательной информационно-среды (2001–2005 годы)».
10. Федеральная целевая программа «Электронная Россия 2002–2010гг.».
11. <http://www.msia.ru/forum/topic1724.html>

#### **Bibliographic list**

1. The federal law from 27.07.2006 № 149-FZ «About an information technology and about information protection» (SD the Russian Federation 08.07.2006г is accepted.).
2. The order of Mininformsvjazi of the Russian Federation from 10.10.2006 № 130 «About formation of Council of regional information at Mininformsvjazi of Russia»
3. Voronina T.P. The Information society: essence, problems. M. 1995.
4. The cluster analysis. A method K averages <http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stcuan.html>

5. The concept of formation and development of a uniform information field of Russia and corresponding state information resources. It is approved by the decision of the President of the Russian Federation on November, 23rd 1995г. № PR-1694.
6. The concept of formation of an information society in Russia. It is approved by the decision of the state commission on information at the State committee of the Russian Federation on communication and information from May, 28th 1999г. № 32.
7. Korchagin U.A. Interrelation of the information and the human capital. <http://lerc.012345.ru/informatics/0001/0006/>
8. The Russian statistical year-book. 2009: Stat.sb./Rosstat. – M, 2009. – 795 with.
9. The federal target program «Development of the uniform educational information environment (2001-2005)».
10. The federal target program «Electronic Russia 2002–2010гг.».
11. <http://www.msia.ru/forum/topic1724.html>

*А.Н. Бычкова*

### **ВЗАИМОСВЯЗЬ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ**

#### **Аннотация**

Статья посвящена проблемам воспроизводства основного капитала в современной России. Автором предложена теоретическая концепция, характеризующая модель воспроизводственного процесса, позволяющая объяснить процессы распределения и перераспределения инвестиционных потоков по различным видам ресурсов экономической системы в зависимости от воздействия различных макроэкономических факторов.

#### **Annotation**

The article is devoted to problems of reproduction of a fixed capital in modern Russia. The author offers the theoretical concept describing model of process of reproduction, allowing to explain processes of distribution and redistribution of investment streams by various kinds of resources of economic system depending on influence of various macroeconomic factors.

### Ключевые слова

Инвестиционный процесс, механизм управления, основной капитал, предельная доходность, цена приобретения, предельные издержки использования, взвешенная оценка.

### Key words

Investment process, the mechanism of management, fixed capital, limiting profitability, acquisition price, limiting costs of use, windowed estimate.

Актуальность предлагаемой к обсуждению темы вряд ли требует каких-либо подтверждений. Для обеспечения эффективности механизма управления воспроизводственным (инвестиционным) процессом необходимо детализировать структуру данного механизма. Так, любой механизм управления включает в себя три основных элемента: управляемую систему, управляющую систему и формы управляющих воздействий. В рамках исследуемой темы классическая структура механизма управления может быть конкретизирована следующим образом. Управляющая подсистема включает в себя: 1) законодательство, определяющее «правила» регулирования (управления) в части реализуемых функций и применяемых методов; 2) институциональную структуру, формируемую в рамках законодательных ограничений и включающую также неформальные структуры, образующиеся в результате взаимодействия официальных субъектов; 3) информационную структуру потоков и банков данных, возникающих в результате взаимодействия формальных и неформальных субъектов в рамках правового регулирования информационных потоков и стихийного развития процессов информатизации делового взаимодействия и институциональной среды.

К объекту управления или управляемой подсистеме рассматриваемого механизма управления необходимо отнести собственно процесс воспроизводства основного капитала. Формы управляющих воздействий или качественные характеристики функции как

реакции центра на сообщения субъектов системы, определяются функциями классического менеджмента, то есть планированием (прогнозированием), организацией, мотивацией, контролем и анализом результатов управляющих воздействий, а также отличаются глубиной воздействия, степенью интенсивности и целиком и полностью зависят от состояния управляемой системы.

Весьма существенно влияет на содержание форм управляющих воздействий определение самого объекта управления – основного капитала. Здесь возможно два подхода: «узкая» трактовка основного капитала как имущественных ценностей предприятия, многократно участвующих в процессе отдельных циклов хозяйственной деятельности и переносимых на продукцию использованную стоимостью частями и включающих здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства и другие виды капитальных активов; «широкая» трактовка основного капитала как накопленного запаса экономических благ, вовлекаемого в экономический процесс как инвестиционный ресурс и фактор производства с целью получения потока доходов, включающего основные элементы, а также произведенные активы (земля и ее недра), нематериальные активы (человеческий капитал) и долгосрочные финансовые инвестиции (финансовый капитал), являющиеся сложными и многообразными объектами воспроизводственного процесса. Воспользуемся вторым подходом для построения теорети-



ческой модели воспроизводства основного капитала.

Интенсивность инвестиционного процесса в целом определяется характером инвестиционной функции, то есть существующей на текущий момент максимальной величиной инвестиционного спроса, который, в свою очередь, по мнению Дж. М. Кейнса, определяется «соотношением предельной эффективности капитала и рыночной ставки процента» [2, с. 33]. Аналогичные мысли можно найти у К. Маркса, у И. Фишера, в инвестиционной модели Лейонхурвурда. Безусловно, процентная ставка – величина, определяющая направление и интенсивность движения денежных потоков во всех сферах экономики, не только в инвестиционной. Но процент – это производная величина, которая, в свою очередь, зависит и от инфляции, и от среднего уровня цен. В частности, И. Фишер в работе «Оценивание и процент» высказывал мысль о том, что «процент – это переменная, эндогенная по отношению к ценам» [1, с. 283]. Дж. М. Кейнс также подтверждал идею, что цены несут в себе информацию о «будущей ценности денег, что весьма важно, так как они напрямую воздействуют на готовность создавать новые активы экономическими агентами» [2, с. 137]. Поэтому расчеты на будущее должны оказывать воздействие на настоящее через цены спроса на оборудование с длительным сроком службы. В силу такой значимости ценового фактора можно выделить *цену ресурсов (финансового капитала, труда, земли и основного капитала)* как некую объективную составляющую, оказывающую непосредственное и первостепенное влияние на предпочтение инвесторов в долгосрочном аспекте.

При этом важно отметить, что понятие цены ресурсов включает в себя два элемента: во-первых, цену ресурса, которая возникает при его приобретении, и цену потока доходов от исполь-

зования этого актива (стоимость или издержки использования ресурса) для инвестора. И тот, и другой аспекты существенно влияют на решение инвестора о направлении вложений. Цена приобретения ресурса, по сути, представляет собой объем инвестиционных вложений, и соответственно уровень дифференцированности цен определяет доступность данного ресурса для различных категорий инвесторов. Вторым элементом – цена потока доходов от использования актива может быть представлена, например, дивидендными выплатами, определяющими доходность для внешнего инвестора, которая сопоставляется с уровнем процентной ставки: если доходность вложений более привлекательна по сравнению с процентной ставкой, то выбор инвестора будет однозначным – в пользу инвестирования. Но с другой стороны, повышенный уровень дивидендных выплат создает риск недофинансирования развития предприятия, которое использует только внутренние источники, что создает риск снижения эффективности вложений в будущем. Тогда, для того чтобы максимизировать прибыль в целом, объем использования каждого ресурса необходимо корректировать таким образом, чтобы величина предельной доходности одного ресурса равнялась издержкам использования дополнительной единицы этого ресурса. В этом случае к издержкам использования можно отнести, например, для трудовых ресурсов – заработную плату, затраты на обучение, аттестацию и финансирование мотивационных схем; для финансовых ресурсов – комиссионное вознаграждение посредникам и стоимость информации; для земельных ресурсов – затраты на поддержание качества земельных ресурсов, и, наконец, для основного капитала – стоимость текущих и капитальных ремонтов, стоимость модернизации за счет амортизационных фондов. Чем существеннее их величина либо возрас-

тает неопределенность в изменении этой величины в будущем, тем сложнее инвесторам принимать решение об инвестировании средств в развитие этого вида ресурсов.

Таким образом, существуют три прямые основные причины, определяющие направление и объем инвестиционных потоков: **предельная доходность ресурса, цена приобретения ресурса и предельные издержки использования ресурса**. Сочетание этих причин, а также рисков изменения этих причин, определяет направление и объем инвестиционных потоков. При этом прибыль от инвестиций и издержки использования ресурса рассчитываются с учетом дисконтирования, а цена приобретения ресурса включает настоящую стоимость создания ресурса и должна учитывать будущую стоимость платежей за использование этого ресурса.

И с этой точки зрения, процентная ставка – это фактор инвестиций, который зависит «частично от состояния предпочтения ликвидности и частично от количества денег, измеряемого в единицах

заработной платы», если пользоваться трактовкой Дж. М. Кейнса [2, с. 229]. Важно при этом учитывать, что процент – это инструмент государственного регулирования экономических процессов, позволяющий создавать искусственные ситуации, лишь в той или иной степени соответствующие реальным процессам. «Не низкая процентная ставка увеличивает торговлю, но при увеличении торговли национальный капитал делает процентную ставку низкой», – замечал Д. Норе в «Очерках о торговле» [3, с. 106]. Воздействие на процентную ставку Дж. М. Кейнс считал возможным, но в ряде ситуаций малоэффективным способом изменения инвестиционных ожиданий [2, с. 156], что лишь подтверждает опосредованное ее влияние на инвестиционные процессы и обосновывает выделение основных факторов первого уровня. Представим проанализированные выше факторы в виде модели (см. рисунок), в которой наглядно отражаются инвестиционные потоки в направлении разных видов ресурсов.



Рис. 1. Модель воспроизводственного процесса

Объяснить функционирование этой модели можно следующим образом: любой инвестор, анализируя свою

перспективу вложений, в первую очередь задается вопросом о том, хватит ли его капитала на приобретение инвести-

ционного ресурса (в нашей модели – это цены приобретения ресурсов). Далее анализируется максимально возможный объем дохода, который можно получить на эти вложения (предельная доходность). Затем величина издержек по использованию этого ресурса определяет окончательный выбор объекта инвестиций (основной капитал, финансовый капитал, земля или труд). При этом прирост национального дохода возникает в случае положительного влияния всех прочих факторов: процентной ставки, инфляции, изобретений, налогов, рисков и др.

Таким образом, к факторам второго уровня, способствующим расширению воспроизводственного процесса либо ограничивающим его, необходимо отнести процентную ставку и другие указанные выше факторы. Так, крупные *изобретения* привлекают инвестиционный капитал, обещая получение сверхприбылей на эффекте масштаба. Когда они появляются, инвестиционный спрос растет, вызывая бум, и в этом случае влияние фактора второго порядка становится преобладающим. Но изобретения, потрясающие инвестиционный рынок, случаются не каждый год, тем более, что сфера таких изобретений все-таки имеет локальный характер. В целом же уровень инвестиционной активности определяется уровнем или «физическими условиями» предложения в отраслях, производящих капитальные блага. Далее, безусловным фактором, определяющим наличие и интенсивность инвестиционного потока, является уровень *инфляции*. Даже невысокие темпы инфляции, увеличивая риски и стоимость инвестиционных кредитов, делают невыгодным процесс инвестиционных вложений. Фактор инфляции является внешним по отношению к основным причинам, но при критическом уровне инфляции инвестиционный поток может перестать реагировать на изменение основных причин, и в такой

ситуации капиталы направляются за рубеж. Динамический характер предложенной модели может быть также охарактеризован в терминах эластичности инвестиционного потока в воспроизводственном процессе на макроэкономическом уровне.

Структура «сбережения – потребление» (см. рисунок) определяет объем инвестиционного капитала, а результат инвестиционного процесса в виде дохода, полученного на вложенные средства, при воздействии мультипликатора влияет на национальный доход в экономике в целом. При изменении какого-либо фактора первого или второго уровня происходит перераспределение инвестиционного потока в пользу того или иного вида ресурса. Признаком оптимального сочетания всех условий максимизации инвестиционного потока в модели будет показатель максимума совокупной прибыли на все виды инвестиций. При этом максимум инвестиционного потока по каждому виду ресурса достигается тогда, когда предельная эффективность будет равна или выше предельных издержек использования плюс цена приобретения ресурса. Максимизировать же совокупный инвестиционный поток, направленный в адрес основного капитала, в частности, можно, влияя в первую очередь на цены, эффективность и издержки использования основного капитала.

Справедливость предлагаемой модели может быть подтверждена статистическим материалом по динамике и структуре инвестиционных потоков. В качестве алгоритма оценки уровня привлекательности инвестиционного ресурса или целого направления инвестиционных вложений можно использовать взвешенные балльные оценки, экспертным способом распределив баллы по соответствующим критериям каждого фактора. К критериям фактора предельной доходности, например, можно отнести уровень текущей рентабельности

отрасли и динамику изменения этого показателя; фактор цен может включать критерий диапазона цен – узкий, ограничивающий доступ к инвестиционным ресурсам, или широкий. В качестве критерия фактора издержек использования ресурса можно принять риски инвесторов для данного вида ресурса, так как уровень рисков коррелирует с уровнем затрат. При этом наличие конкретного риска для каждого фактора уменьшает (например, на один балл) общее количество баллов, просуммированных по факторам. Экспертным способом, распределив веса для каждого фактора, можно, используя статистические данные о развитии различных сфер экономики РФ, провести сравнительную оценку средневзвешенной величины привлекательности инвестиционного ресурса в баллах и динамики инвестиционной активности по видам ресурсов. Проведенный автором анализ подтверждает корреляцию балльной оценки и основных показателей по динамике и удельному весу вложений в основной капитал и альтернативные сферы, например, финансовый капитал, недвижимость, что в свою очередь позволяет определять пути максимизации инвестиционных потоков в основной капитал, пользуясь структурой факторов, определяющих суммарную балльную оценку. В силу того что в балльной взвешенной оценке уровень рисков определяется с точки зрения инвесторов, то, основывая программы развития на предложенном подходе, можно добиться совмещения интересов инвесторов и государства. Такие программы приобретают характер конкретных мер для развития той или иной сферы, так как факторы индивидуальны для каждого ресурса и направления инвестиционных вложений в целом.

Таким образом, алгоритм балльной взвешенной оценки может являться методической основой реализации предложенной теоретической модели. Достоинством же самой модели воспроизводственного процесса является структурирование причин, воздействующих на инвестиционный процесс, комплексный подход к учету влияния всех факторов, что позволяет обеспечить сбалансированный процесс управления воспроизводством, в частности, основного капитала.

#### **Библиографический список**

2. Автономов, В. В. История экономических учений: учеб. пособие / под ред. В. Автономова, О. Ананьиной, Н. Макашевой. - М. : ИНФРА-М, 2004. – 784 с.
3. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / пер. с англ. проф. Н.Н. Любимова ; под ред. д.э.н, проф. Л.П. Куракова. - М. : Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.
4. Майбурд, Е. Г. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров. – М. : Дело, Вита-Пресс, 1996. – 544 с.

#### **Bibliographic list**

1. Avtonomov V. V. Histor of economic doctrines: the manual / under V. Avtonomova, O. Ananjina, N. Makashevoj's edition. - M.: INFRA-M, 2004. - 784 p.
2. Keynes D. M. The general theory of employment, interest and money / transl. from English prof. N. N. Ljubimova ; under doctor of science, prof. L. P. Kurakova's edition. - M.: Gelios ARV, 1999. – 352 p.
3. Mayburd, E.G. Introduction in a history of economic idea. From prophets up to professors. - M.: Business, Vita-Press, 1996. – 544 p.

## **АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ИПОТЕЧНОГО РЫНКА В РОССИИ В ПЕРИОД МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА В 2008-2009 г.**

### **Аннотация**

Статья посвящена актуальной в настоящий момент теме – анализу состояния ипотечного кредитования в России в период кризиса, проблемы ипотечных активов и перспективы.

### **Annotation**

The article is dedicated to an actual issue nowadays – an analysis of mortgage loans state in Russia during the period of crisis, the problems of mortgage actives and perspectives.

### **Ключевые слова**

Ипотека; жилищный рынок; просроченная задолженность, процентная ставка, реструктуризация.

### **Key words**

Mortgage; real estate market; failed to pay on time; restructuring

Десятилетие кризиса 1998 года Россия отметила с мировым размахом, наступлением нового кризиса. Потрясения, произошедшие на мировых финансовых рынках, сильно затронули Россию. Финансовые западные «пузыри» спровоцировали быстрый спад экономики в нашей стране. Мы вернулись к тем же последствиям, что и в 1990-х годах – высокой инфляции, кризису неплатежей, безработице, которая не только серьезно подрывает экономику, но и порождает социальную нестабильность, бартер, дефицитный бюджет, девальвацию рубля.

Банковская система претерпела значительные изменения, что в конечном итоге неизбежно привело к ее укрупнению. Несмотря на то что российская экономика пострадала в меньшей степени, чем экономики некоторых западных стран, и не так сильно и уязвимо, как в 1998-м году, последствия мирового финансового кризиса значительно сказались на всех сферах, в том числе и на ипотечном кредитовании.

Безработица, ухудшение платежеспособности привели к тому, что граждане теряют способность оплачивать ипотечные кредиты. По данным Банка России, просроченная задолженность по ним в кризисном, четвертом, квартале прошлого года выросла вдвое. Наибольшие проблемы возникли с погашением кредитов в иностранной валюте – просрочка по ним выросла втрое: не погашается каждый десятый банковский кредит. Значительная доля просрочки наблюдается даже у тех банков, где применялась консервативная модель оценки кредитного качества заемщиков. В большей степени пострадали госбанки и кредитные организации, работающие по стандартам АИЖК, что подтверждается данными ЦБ, согласно которым у банков, входящих в первую пятерку, доля просрочки по ипотечным кредитам в кредитном портфеле составляет почти 2,2%. У банков, занимающих по величине активов места с 6-го по 20-е – 0,4%, с 21-го по 50-е – 1,1%. Доля просроченных ипотечных кредитов в валютном кредитном портфеле пяти

крупнейших российских банков достигла 10%. Просрочка по рублевым кредитам составила 0,89%. У большинства заемщиков, которые брали валютные кредиты, доходы были рублевые, и при девальвации их платежеспособность резко снизилась [1].

Крупнейшие банки применяли агрессивную стратегию выдачи ипотечных кредитов, участвуя в реализации нацпроекта «Доступное жилье», при котором количество шло в ущерб качеству. В результате значительная доля этих кредитов была вынесена на просрочку. В самом АИЖК доля просроченных ипотечных кредитов в портфеле составила на первое января этого года 8%, или 8,4 млрд. руб. Только за последние месяцы 2008 года просрочка по ипотеке увеличилась вдвое – до 11,5%. [4]

Большая часть просрочки приходилась на долю заемщиков, чьи доходы значительно снизились в период кризиса.

Реальная ситуация с задолженностью по ипотеке оказалась еще хуже, чем предполагалась. Далеко не все банки показывали проблемную задолженность. Вначале речь шла об увеличении неплатежной просрочки – сроком до 90 дней, однако вскоре она переходила в статус проблемной, поскольку найти работу и восстановить платежеспособность для большинства заемщиков оказалось сложно. По мере того как ухудшалась платежеспособность заемщиков, а стоимость жилья падала (а вместе с ней и залоговая стоимость кредита), ситуация с просрочкой только ухудшалась и доля «плохих» кредитов на балансах банков возрастала. В результате банки были вынуждены формировать дополнительные резервы по проблемным ссудам, что приводило к снижению капитала банков.

На существенный рост просроченной задолженности банки отреагировали сокращением кредитных портфелей в общем и доли ипотечных кре-

дитов в составе кредитного портфеля, в частности, а также увеличением залогов. Если на первое июля 2008г. отношение полученных залогов к кредитному портфелю (корпоративному, розничному и межбанковскому) составляло 98%, то сейчас этот показатель вырос в 1,3 раза – до 128%. Проблемы с реализацией залогов могут существенно увеличить риски отдельных банков и банковского сектора в целом. В частности, именно это стало причиной кризиса ликвидности в сентябре 2008 г.: рыночная стоимость ценных бумаг, находящихся в залоге, резко снизилась, и залогодержатели потребовали от заемщиков увеличения залогов. В настоящее время на фоне роста «плохих» долгов развивается другой опасный процесс – снижение цены заложенной недвижимости. И если стоимость жилья снизилась на 20-30%, то падение стоимости коммерческой недвижимости было более существенным. Что же касается недостроенных объектов, стройвариантов, то говорить об их рыночной стоимости весьма сложно из-за чрезвычайно низкой ликвидности. Изменение стоимости залога оказывает существенное влияние на поведение заемщика: если стоимость обеспечения становится меньше непогашенного остатка задолженности, то заемщику нет смысла дальше тянуть лямку и продолжать оплачивать кредит. Залог переходит в собственность кредитора. Далее залоговая недвижимость попадает на рынок и способствует дальнейшему снижению цен на недвижимость, что, в свою очередь, ведет к новым отказам от обслуживания кредитов. Так закручивается спираль ускоренного падения цен на недвижимость.

Рост ипотеки замедлился и в связи с повышением процентных ставок и первоначального взноса. Существующие в 2006г. - первой половине 2008г. ставки в 10-14%, со второй половины 2008 г. стали расти на несколько пунктов, достигнув в итоге к сентябрю

2009г. 18-20%, а первоначальный взнос увеличился с 10% до 30-50%. Как считают аналитики, в предыдущие годы рост ипотеки в России и на других развивающихся рынках во многом поддерживался доступом банков к дешевым источникам фондирования и снижением процентных ставок по всему миру. Теперь, когда в перспективе несколько лет ожидается рост ставок, банки менее охотно стремятся наращивать объемы долгосрочного ипотечного кредитования в своих портфелях. Российские банки сократили свою зависимость от ипотеки и сконцентрировались на кредитах с более коротким периодом погашения.

Несмотря на то что ипотека имеет высокую социальную значимость, принадлежащее государству ОАО «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию» (АИЖК) в III квартале 2008 г. ужесточило условия рефинансирования ипотеки, а ВТБ-24 принял решение о фактическом прекращении покупки портфелей ипотечных кредитов. Так как большинство региональных банков рефинансировали ипотечные кредиты через государственную программу, рост стоимости рефинансирования оказался очень важным фактором замедления роста рынка недвижимости.

АИЖК в 2009 г. кардинально поменяло приоритеты своей деятельности, перейдя от выкупа ипотечных кредитов у банков к решению проблем ипотечных заемщиков. Основным направлением в работе агентства стала помощь заемщикам, чьи доходы снизились в связи с кризисом. Решение пустить в этом году практически все полученные АИЖК от государства средства в размере 51,6 млрд. руб. из 60 млрд. руб. на реструктуризацию ипотечных кредитов фактически означало санкционированную государством остановку ипотеки в стране. Учитывая, что остальные 8,4 млрд. руб. были потрачены в прошлом году, денег на выкуп ипотечных кредитов нет. Рефинансировать

АИЖК можно будет новые кредиты с первоначальным взносом не 10%, а 30%. Кроме того, агентство будет выкупать исключительно закладные по кредитам, выданным на приобретение единственного жилья заемщика.

Работать в таких условиях могли только госбанки. Для региональных банков невозможность рефинансировать накопленные портфели при одновременном росте просрочки обернулась реальной угрозой коллапса. Фактически государство спасало от такого коллапса только АИЖК, чей огромный ипотечный портфель на тот период показал не первый месяц резкий рост просрочки.

При этом банкиры отмечают, что при принятии решения у властей просто не было выбора. Видя, как развивается ситуация с неплатежами по ипотеке, отказаться от поддержки ипотечных заемщиков означало бы увеличить социальную напряженность и полностью дискредитировать этот продукт.

В итоге по результатам I полугодия 2009 года рынок ипотечных кредитов вернулся на четыре года назад. Банки отказались от большинства программ, объемы ипотечного кредитования сократились почти в 10 раз, как сообщает Санкт-Петербургское ипотечное агентство [2]. Все выдаваемые кредиты – рублевые. Заемщики активно обращаются в банки за реструктуризацией выданных в основном в 2006-2007 гг. кредитов.

Вместе с тем длинная просроченная задолженность по ипотеке в АИЖК растет. Просрочка по ипотечным кредитам, находящимся на сопровождении у АИЖК, выросла за второй квартал 2009 г. с 11,1% до 12,5%, говорится в отчете агентства. При этом доля кредитов, просроченных свыше 180 дней, увеличилась с 4,9% до 7% от всего портфеля (он составил 89,8 млрд. руб. по состоянию на тридцатое июня 2009 г.). Агентство объясняет это тем, что длинная просрочка часто требует су-

дебного взыскания, а процедура рассмотрения дела затягивается на год и более. Все это время кредит числится просроченным. [4].

Кредиты в управлении АИЖК, просроченные на 90-180 дней, выросли за 2 квартал 2009 г. лишь на 0,1 пункта до 2,9%. Зато объем закладных с просрочкой 30-90 дней снизился с 3,4% от портфеля до 2,6%. В последний раз снижение короткой просрочки агентство фиксировало в отчете за 3 квартал 2008 г. на 0,1 пункта – до 1,7%. АИЖК объясняет это улучшением работ по отбору и сопровождению кредитов. [4].

В то же время риск роста неплатежеспособности сохраняется. По оценкам различных экспертов, снижение цен на жилье по России может составить 10-60%. При падении цен на 30% в зону риска попадают заемщики, первый взнос которых составлял менее 30% стоимости квартиры. На конец первого полугодия 2009 г. доля таких заемщиков в АИЖК составляла 42,3% [4].

В результате роста просроченной задолженности по ипотечным кредитам банки накопили в своем портфеле значительную долю дефолтных кредитов. Столкнувшись с этой проблемой, они имеют несколько вариантов ее решения. Это, во-первых, реструктуризация, если есть надежда, что заемщик все же сможет платить в дальнейшем. Во-вторых, продажа заложенной недвижимости, если восстановления платежеспособности ожидать не приходится. В-третьих, реоформление ипотеки на другого заемщика.

Реструктуризация банку невыгодна, так как за лояльность к заемщику банк расплачивается снижением собственной ликвидности. Кроме того, подобные уступки не гарантируют возврата долга в дальнейшем. Поэтому такие программы в основном предлагают госбанки, где есть доля государственной поддержки. Даже в Сбербанке доля реструктурированных кредитов на первое

июня 2009 г. составила всего 0,2% от объема розничного портфеля, из которых 90% – конвертация непросроченных валютных кредитов в рублевые. [3] Возможность реструктуризации в той или иной форме предлагают банки ВТБ 24, «Уралсиб», МБРР, Банк жилищного финансирования, Банк Москвы, «Абсолют», Собинбанк, ХКФ, Банк «Возрождение» и другие.

Продажа квартир – это дополнительные издержки по реализации залога, а также возможные потери, связанные со снижением стоимости недвижимости, покрыть которые не всегда сможет первоначальный взнос и даже уже уплаченная заемщиком часть кредита. Да и не факт, что вырученные от продажи средства удастся инвестировать в другой более прибыльный и надежный актив, ведь брать кредиты по нынешним ставкам готовы немногие.

Некоторые банки предлагают ипотеку на прежних условиях, надеясь, что низкие ставки и длительный срок кредитования помогут потенциальным заемщикам закрыть глаза на довольно высокие (относительно рыночных) цены на недвижимость. Финансовому институту остается лишь провести оценку нового клиента и реоформить на него кредит. Но так как заемщики рассчитывают купить квартиру по текущей рыночной стоимости, а не по докризисной, реальных сделок по реоформлению ипотечных кредитов пока немного.

Вместе с тем падение цен на рынке недвижимости вкупе со снижающейся ставкой рефинансирования ЦБ, которая в настоящий момент достигла рекордного минимума в 8,75%, существующий, пусть и в меньших масштабах, спрос на ипотечные кредиты, заставил многие банки снова обратить свое внимание на ипотеку. Так, сразу несколько крупных банков из топ-30 рассмотрели и некоторые приступили к выдаче кредитов по стандартам АИЖК. До сих пор игроки такого уров-



ня не проявляли интереса к сотрудничеству с агентством, предпочитая работать по собственным стандартам. Чтобы поддержать возрождающийся спрос на ипотеку, банки готовы поделиться процентными доходами с АИЖК, оставив за собой лишь комиссионные.

До сих пор крупные банки предпочитали работать по своим стандартам, так как стандарты агентства считались слишком рискованными. Кроме того, сохраняя у себя на балансе кредиты, банки получали процентный доход. В случае продажи агентству они бы лишились его полностью или частично (в зависимости от срока передачи кредита АИЖК).

Возможность рефинансировать кредиты в АИЖК не единственный стимул для перехода крупных банков на работу по стандартам агентства. Еще одним плюсом является возможность заработать комиссионный доход на сотрудничестве с АИЖК. Не имея возможности рефинансировать ипотеку по своим стандартам, банки ее не выдают и, следовательно, не зарабатывают на ипотечных кредитах. Перепродавая выданные кредиты АИЖК, банки не получают от них процентных доходов, но хотя бы заработают на комиссии и сопровождении кредитов, которую платит агентство. Это хорошая возможность, не формируя свой портфель, работать на обороте.

В августе АИЖК объявило о снижении базовой процентной ставки с 11,05 до 10, 8% годовых в рублях. В АИЖК надеются, что это подтолкнет банки-партнеры агентства к снижению ипотечных ставок. Некоторые банки уже сейчас готовы снизить процентные ставки, как, например, Московский кредитный банк, который с октября 2009 года начал выдавать ипотечные кредиты под 10% годовых на срок до 10 лет.

ВТБ 24 готов выдать кредиты на покупку строящегося жилья. Речь идет впрочем преимущественно об объ-

ектах тех девелоперов, которые являются клиентами ВТБ. Таким образом банк помогает улучшить финансовое состояние корпоративных заемщиков своей материнской структуры, но и для частных клиентов условия по новому продукту весьма привлекательны. Срок ипотеки – до 50 лет, максимальный размер кредита не более 70% от рыночной стоимости квартиры. На этапе строительства объекта ставка по кредиту в зависимости от суммы первоначального взноса и срока кредита составляет от 16,6% в рублях, а после оформления прав собственности на жилье ставки по кредиту составят от 14,1% в рублях.

Подобные программы предлагают и другие ведущие российские банки, среди них Сбербанк и Газпромбанк. В Сбербанке, например, ставка по таким кредитам на 20 лет составляет 13,25-13,75% в рублях после регистрации права собственности. У Газпромбанка ставки значительно выше: 18% годовых на этапе строительства, 17% годовых в рублях после оформления права собственности (при сроке кредита до 15 лет) и 19 и 17,5% годовых соответственно для кредита на 25 лет.

Несмотря на все негативные факторы рынок ипотеки постепенно оживляется. Банкам следует разрабатывать новые виды ипотечных программ, которые, с одной стороны, минимизировали бы банковские риски, а с другой, позволили бы удовлетворить неснижающуюся потребность граждан в обеспечении жильем и тем самым снять социальную напряженность в этой сфере. Государству, со своей стороны, необходимо рассмотреть возможность внедрения новых форм поддержки граждан в приобретении-строительстве жилья, в том числе и субсидирование ставки по ипотеке, подобно автокредитам. Отложенная совместная работа кредитных организаций и государства является основным условием перспективного развития ипотечного кредитования в России.

**Библиографический список**1. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)2. [www.ipoteka.spb.ru](http://www.ipoteka.spb.ru)3. [www.banki.ru](http://www.banki.ru)4. [www.ahml.ru](http://www.ahml.ru)*О.А. Мурылёва*

**ХАРАКТЕРИСТИКА РИСКОВ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ  
ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

**Аннотация**

В статье рассматриваются риски, наиболее значимые опасности и угрозы социально-экономического развития Южного федерального округа. Анализ рисков проводится в соответствии с приведенной классификацией рисков регионального развития по критерию их возникновения: внешние и внутренние.

**Annotation**

The article presents the risks, the most significant dangers and threats of social and economic development of Southern federal district. The analysis of risks is spent according to the resulted classification of risks of regional development by criterion of their occurrence: external and internal.

**Ключевые слова**

Риск, авария, катастрофа, регион

**Keywords**

Risk, failure, accident, region

Социально-экономическое развитие страны непосредственно зависит от развития её регионов, что обусловлено необходимостью формирования и функционирования единого экономического пространства. Регион сегодня становится главным объектом экономических и политических отношений. Очень важно в этой ситуации определить специфику и приоритеты формирования региональной экономики, основанные на сравнительных преимуществах того или иного региона, особенностях его исторического и культурного развития.<sup>1</sup>

В результате трансформационных преобразований

национального пространства России структура территориально-организационной системы функционально объединяет регионы страны (табл. 1). (см. ниже)

Одним из федеральных округов, играющих важную роль в политической, экономической и социальной жизни России, является Южный федеральный округ. Указом Президента РФ от 19.01.2010 г. № 82<sup>2</sup> из Южного федерального округа выделен Северо-Кавказский федеральный округ.

В Южном федеральном округе остались: Астраханская, Волгоградская и Ростовская области, Краснодарский край, Республика Адыгея и Республика

<sup>1</sup> Нагоев А.Б. Депрессия и кризис в региональном развитии // Финансы и кредит. 2009.- № 48(384).- с. 36

<sup>2</sup> <http://graph.document.kremlin.ru>

Калмыкия. Таким образом, в состав ЮФО входят не 13 регионов, как прежде, а 6.

Преимуществами Южного федерального округа являются исключительно благоприятные климатические условия, выгодное географическое положение, высокий агроклиматический потенциал, уникальные рекреационные ресурсы и высокая степень обеспеченности трудовыми ресурсами.

Ограничениями для развития субъектов, входящих в состав ЮФО, является неоднородность уровня развития, слабая инфраструктурная обеспеченность, низкий уровень квалификации трудовых ресурсов. К регионам со стабильно низким уровнем жизни относятся: Республика Адыгея и Республика Калмыкия<sup>1</sup>. У реализации сценария устойчивого развития субъектов, входящих в состав Южного федерального округа, существуют определенные риски и угрозы. К настоящему времени в экономической теории ещё не разработано общепринятой и одновременно исчерпывающей классификации рисков. Это связано с тем, что на практике существует очень большое число различных проявлений рисков, при этом в силу традиции один и тот же вид риска может обозначаться разными терминами. Кроме того, зачастую оказывается весьма сложным разграничить отдельные виды риска.

Под классификацией риска понимают его распределение на группы по определённым признакам для достижения поставленных целей. Классификация (от лат. *classic* – разряд, класс и *facio* – делаю, раскладываю), разбиение множества (класса) объектов на подмножества (подклассы) по определённым

<sup>1</sup> Ярашева А.В. Депрессивные и отстающие территории в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития. М.: ЭТНА МНГ, 2003.

ным признакам.<sup>2</sup> Классифицировать риски можно по разным критериям (классификационным признакам): причинам возникновения; функциональным видам и отраслям предпринимательства, ареалу и масштабам последнего; этапам решения проблем; длительности воздействия, возможности страхования, уровню допустимости и т. д. Например, для количественной оценки риски дифференцируются как системные и несистемные. Системные риски — риски макроэкономического характера (инфляционный, политический, процентный и т.д.), несистемные риски — специфические риски, характерные определенному проекту.

Научно обоснованная классификация рисков позволяет четко определить место каждого из них в их общей системе. Она создаёт возможности для эффективного применения соответствующих методов и приёмов управления риском.

В таблице 2. представлена классификация рисков, которые могут возникнуть в процессе ведения хозяйственной деятельности в регионе. Внешние риски для ЮФО в настоящее время состоят в следующем.

1. Для экономики Южного федерального округа, как для региона, чья экономическая специализация связана с обслуживанием экспортно-импортных потоков, наиболее остро ощущается ухудшение макроэкономических показателей страны в целом (снижение цен на мировом рынке и на рынках специализации в РФ: углеводородов, металла, химических удобрений и др.). Ухудшение мировой конъюнктуры на рынках специализации РФ для Южного федерального округа несет множество структурных рисков: при понижении цены на нефть мировой рынок зерновых, спрос на котором вызван развитием производств альтернативных видов топлива, отреагирует

<sup>2</sup> Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1989, с. 259

снижением цены и спроса; ухудшится общая экономическая ситуация в стране, а следовательно, произойдет сокращение грузопотоков, что повлияет на

развитие транспортно-логистического комплекса региона и сферы оптовой торговли, ухудшится ситуация на потребительском рынке;

Таблица 1. Структура территориально-организационной системы России

Уровни системы	Экономические районы (комплексы)	Уровни управления
Макро	Основная экономическая зона (макро - комплекс 1)	Федеральный округ
	Крупный экономический район (макро – комплекс 2)	Область, край, республика
Мезо	Средний экономический район (мезо - комплекс)	Административный округ (провинция)
Микро	Низовой экономический район (микро – комплекс 1)	Город, низовой административный район
	Первичный социум (микро – комплекс 2)	Территория муниципального совета, сельсовета

Таблица 2. Классификация рисков для субъектов ЮФО

Риски	
Внутренние	Внешние
Технологические риски	Ухудшение макроэкономических показателей
Низкий уровень инновационной активности	Повышение конкурентоспособности импортных товаров
Кадровые риски	Политические риски
Бюджетные риски	Риски национальных конфликтов
Рост инфраструктурных ограничений	
Транспортные риски	
Экологические риски	
Природно-естественные риски	

2. Высокий уровень конкуренции на рынках специализации Южного федерального округа как в страновом, так и в мировом масштабе. Конкуренция на рынках специализации региона (АПК, машиностроение, химия, легкая промышленность и др.) будет только усиливаться в силу возможного повышения конкурентоспособности импортных товаров и услуг на российском рынке (доля импорта в обороте розничной торговли стабилизировалась на уровне 40% с тенденцией к повышению). Катализатором, стимулирующим усиление пози-

ций импорта по отдельным товарным группам, может стать вступление России в ВТО. Существенным фактором, в силу которого доля импорта по отдельным группам продолжает расти, является также соотношение цена-качество: например, сельхозпроизводители предпочитают покупать импортную технику, несмотря на то что стоимость ее гораздо выше отечественной, из-за ее эксплуатационных характеристик.

3. Политические риски. Принятие решения о выделении из ЮФО Северо-Кавказского федерального округа

– позволяет говорить о новом качестве общественно-политических отношений и о преодолении масштабных геополитических и этнополитических рисков.

4. Риски национальных конфликтов. Для ЮФО серьёзной остается опасность распространения национализма и религиозного экстремизма, что обусловлено близким расположением территории с СКФО, особенностями структуры гражданского общества и его взаимодействия с властью.

Внутренние риски для ЮФО в настоящее время заключаются в следующем.

1. Ключевой проблемой развития секторов специализации субъектов Южного федерального округа является технологическая отсталость. Несмотря на то что в регионе сосредоточены высокотехнологичные производства «советского типа», научные институты и высшие учебные заведения странового значения, предприятия региона не обладают значимыми в международном масштабе технологиями.

Степень износа основных фондов на предприятиях машиностроения составляет от 50 до 80%. Несмотря на то, что на многих предприятиях сохранились конструкторские бюро, большинство из них практически не функционирует. Взаимодействие с научно-исследовательскими организациями во всех сферах развито крайне слабо.

Возрастанию технологического риска способствует значительная изношенность основных фондов, в том числе и в особо опасных производственных процессах, недостаточный уровень охраны труда и техники безопасности, слабая эффективность государственного управления безопасностью в производственной сфере. Уровень техногенной опасности, вероятность возникновения аварийных ситуаций в общем случае определяются насыщенностью территории округа потенциально опасными производственными объектами.

Необходимо отметить, что инженерно-технические и технологические возможности защиты элементов техносферы от аварий в значительной степени ограничены, в том числе психофизическими и физиологическими возможностями человека. Об этом свидетельствует тот факт, что более половины всех техногенных аварий и катастроф происходит не по причинам отказа техники, а по вине человека.<sup>1</sup>

По количеству техногенных ЧС в Южном федеральном округе выделяются субъекты с наибольшим промышленным потенциалом. Почти четверть всех техногенных ЧС происходит в Краснодарском крае, Ростовской (20,8 %) и Волгоградской (16,8 %) областях.<sup>2</sup>

Количество ЧС техногенного характера в округе имеет устойчивую тенденцию роста как в абсолютном выражении, так и по отношению к природным ЧС. В 2004 г. техногенные ЧС составляли 61 % общего количества ЧС в округе, в 2005 г. — 66 %, в 2006 г. — 83 %. В последние годы в Южном федеральном округе в среднем происходит 85 чрезвычайных ситуаций техногенного характера. Почти половина из них приходится на пожары на промышленных объектах и в жилом секторе, среди которых абсолютно преобладают бытовые пожары (44,9 %). Далее по встречаемости следуют аварии на автомобильном транспорте (14,1 %), магист-

<sup>1</sup> Атлас природных и техногенных опасностей и рисков чрезвычайных ситуаций в Российской Федерации / Под общ. ред. С.К. Шойгу. М.: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография», 2005;

Безопасность России. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера. М.: МГФ «Знание», 1999.

<sup>2</sup> Шагин С.И., Разумова Н.В. Техногенные опасности на территории Южного федерального округа России // Экология и промышленность. 2009. №1. С.48.

ральных трубопроводах (10,4 %), авиационном транспорте (8,6 %).

Количество крупных техногенных пожаров, классифицируемых как чрезвычайная ситуация, в том числе с массовой гибелью людей, составляет в округе в среднем несколько десятков в год. Однако общее количество пожаров на производственных объектах и в жилом секторе ежегодно достигает нескольких десятков тысяч. Наибольшая опасность ЧС, связанных с пожарами в зданиях и сооружениях, характерна для территории Краснодарского края, Волгоградской и Ростовской областей. Пожары наносят огромный материальный ущерб. Суммарное число погибших при пожарах в округе составляет тысячи, пострадавших — десятки тысяч человек.

2. Низкий уровень инновационной активности является ещё одним значимым риском для ЮФО. В силу низкой инновационной активности в регионе и отсутствия связи между промышленными предприятиями, которые в основном ориентированы на импорт технологий и разработчиков (НИИ, вузов и т. д.) пока нет оснований для изменения ситуации в технологическом состоянии секторов экономики Южного федерального округа. Несмотря на то, что в регионе делаются серьезные шаги по развитию инновационной системы, регион не обладает пока значимым инновационным потенциалом.

3. Риски, связанные с трансформацией рынка труда также характерны для ЮФО.

Спрос на трудовые ресурсы в регионе постоянно растет, и дефицит на рынке труда уже ощутим. Это подтверждается как высокими показателями безработицы, так и снижением возрастных барьеров при приеме на работу (доля лиц, принадлежащих к возрастной группе 40–49 лет, составляет в структуре безработных 20,1% (в РФ — 23,3%), доля лиц, принадлежащих к возрастной

группе 20–29 лет, составляет в структуре безработных 27,4% (в РФ — 31,4%)).

Данный процесс будет усиливаться в связи с демографическими тенденциями (высокой естественной убылью населения и истощением традиционных источников миграционного потока в южные регионы) и инертностью системы образования (которая не может обеспечить переход из одной профессиональной деятельности в другую, так как в одних сферах численность занятых будет сокращаться, а в других ее будет катастрофически не хватать).

Наиболее проблемными с точки зрения поиска и привлечения персонала будут традиционные производства (отдельные сегменты машиностроения, легкой промышленности, металлургия, сельское хозяйство и др.), которые характеризуются не самыми благоприятными условиями труда и невысокой заработной платой. Как правило, данные виды деятельности уже характеризуются высоким средним возрастом работающих.

Одновременно на рынке труда существует квалификационный дисбаланс.

Существующие диспропорции на рынке труда во многом объясняются несоответствием системы профобразования запросам рынка труда. В настоящее время на рынке труда региона наиболее востребованы высококвалифицированные рабочие и инженерные кадры.

4. В силу концентрации экономической активности, в пределах Южного федерального округа в регионе высоки риски усиления территориальных диспропорций. Основными проблемами развития территорий уже сейчас являются высокая степень износа инженерных инфраструктур и их отсутствие, диспропорции на рынке труда, отсутствие инфраструктурно подготовленных инвестиционных площадок, отсутствие мест приложения труда, что ведет к миграционному оттоку из небольших го-

родов, а также появлению «застойной бедности» (в силу демографических особенностей территорий, особенностей рынка труда и т. д.).

5. В регионе рост инфраструктурных ограничений. Прежде всего это касается

энергосистемы Юга России, которая является дефицитной в силу роста энергопотребления.

Аварии на объектах электроэнергетики округа, особенно крупные, приводящие к длительным перерывам в электроснабжении на значительных территориях с высокой концентрацией населения и хозяйственных объектов, причиняют большой экономический и моральный ущерб. Аварийность энергетических систем в значительной степени определяется степенью износа оборудования, особенно на электрических сетях и трансформаторных подстанциях. Основная доля таких объектов на территории округа была построена и сдана в эксплуатацию в 60 — 70-е годы прошлого века, поэтому степень износа многих из них в настоящее время превышает 70 %, что ведет к частым отказам и сбоям.

Значительную техногенную опасность на территории округа представляют объекты топливно-энергетического комплекса. Многие из них имеют выработку проектного ресурса на уровне 75 — 90 %, что увеличивает риск возникновения на них чрезвычайных ситуаций.

Огромное число объектов, входящих в систему газораспределения, высокая взрыво- и пожароопасность используемого углеводородного сырья, значительные величины технологического давления в сетях — все это создает постоянную угрозу аварий на объектах газовой отрасли и предопределяет повышенные требования к надежности и безопасности их функционирования.

Основными причинами аварийности на газопроводах являются стресс-

коррозионное разрушение труб и внешние механические воздействия. Аварийные ситуации вследствие внешнего механического повреждения газопроводов чаще всего являются следствием несанкционированного проведения земляных работ и других видов деятельности в охранных зонах.

Существуют ограничения для социально-экономического развития ЮФО в состоянии транспортной инфраструктуры. Ключевыми недостатками сложившегося транспортного комплекса являются:

- слабый уровень развития логистики, что негативно сказывается на объемах, скорости и эффективности перевозок;

- недостаточный уровень транспортной связи с Москвой;

- отсутствие законченных широтных полукольцевых направлений, соединяющихся в единую систему путей сообщения;

- исчерпание пропускной способности приграничных таможенных переходов и подводящих к ним путей сообщения;

- наличие мостов и путепроводов в неудовлетворительном состоянии на трассах федеральных и основных автомобильных дорог;

- недостаточная обеспеченность территории автомобильными дорогами I и II технических категорий.

В пределах округа наибольшее количество ДТП с тяжелыми последствиями происходит на федеральных автомобильных дорогах "Кавказ" и "Дон". Наибольшая опасность ЧС, связанных с автомобильными авариями, характерна для территории Краснодарского, Волгоградской и Ростовской областей.

Увеличение чрезвычайных ситуаций, вызванных ДТП, приходится на летние и зимние месяцы. Летом это вызвано увеличением потока автотранс-

порта на федеральных трассах Краснодарского края и Ростовской области, в связи с началом сезона отпусков, а в зимние месяцы – в связи с неблагоприятными погодными условиями.

6. Существенным фактором замедления социального экономического развития ЮФО рост экологических рисков.

Рост городов ЮФО, подпитываемый растущими потребностями населения, усложнением производственных, экономических и социальных взаимосвязей, способствует процессам загрязнения атмосферного воздуха, водных объектов, почв, увеличению количества отходов, вытесняет с улиц зеленые насаждения.

Состояние рек в ЮФО можно охарактеризовать как близкое к катастрофическому. В бедственном положении находится река Дон. Около 10% всей акватории Черного моря – бескислородная зона, что привело к потере около 5 млн.т. рыбы.<sup>1</sup> Отсутствие очистных сооружений, сброс промышленных и коммунально-бытовых стоков являются главной причиной загрязнения рек и морей.

Для крупных городов ЮФО, где чрезвычайно велик парк легковых автомобилей, особое значение имеет охрана воздуха городов от загрязнения свинцом при сгорании бензина. Результатом загрязнения воздуха в городах ЮФО является повышение заболеваемости населения, ущерб от которого складывается из затрат на лечение больных, потерь рабочего времени и преждевременной смертности.

Анализ многолетних наблюдений за возникновением природных ЧС показывает, что на территории Южного федерального округа в течение календарного года наблюдаются практически все

<sup>1</sup> Чепурных Н.В., Новоселов А.Л., Дунаевский Л.В. Экономика природопользования: эффективность, ущерб, риски. – М.: Наука, 1998. – с.12

опасные природные явления, последствия от которых могут привести к возникновению ЧС.

Анализ чрезвычайных ситуаций за последние 5 лет, произошедших на территории Южного региона, указывает на то, что наиболее катастрофическими ЧС (по количеству пострадавшего населения, причиненному материальному ущербу) являются подтопления населенных пунктов и территорий, вызванных резким повышением уровней воды в реках и водохранилищах.

7. Обеспечение природно-экологической устойчивости требует решения и демографической задачи – сохранения устойчивой численности населения.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что аварии и катастрофы представляют собой постоянный источник серьезной опасности – сложных рисков, связанных с возникновением различного рода чрезвычайных ситуаций, и оказывают существенное влияние на жизнедеятельность населения и устойчивое социально-экономическое развитие региона.

Адекватная оценка современных рисков и реакция на них предполагает региональную корректировку проводимых реформ и создание соответствующей нормативной базы на региональном и федеральном уровнях.

#### Библиографический список

1. Нагоев А.Б. Депрессия и кризис в региональном развитии // Финансы и кредит. 2009.- № 48(384).- с. 36
2. Ярашева А.В. Депрессивные и отстающие территории в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития. М.: ЭТНА МНГ, 2003.
3. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1989, с. 259
4. Атлас природных и техногенных опасностей и рисков чрезвычайных ситуаций в Российской Федерации / Под



- общ. ред. С.К. Шойгу. М.: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография», 2005.
5. Безопасность России. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера. М.: МГФ «Знание», 1999.
  6. Шагин С.И., Разумова Н.В. Техногенные опасности на территории Южного федерального округа России // Экология и промышленность. 2009. №1. С.48.
  7. Чепурных Н.В., Новоселов А.Л., Дунаевский Л.В. Экономика природопользования: эффективность, ущербы, риски. – М.: Наука, 1998. – с.12
  8. Данилов-Данильян В.И., Лосев К.С. Экологический вызов и устойчивое развитие. Учебное пособие. М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 416с.
  9. Атлас природных и техногенных опасностей и рисков чрезвычайных ситуаций в Российской Федерации / Под общ. ред. С.К. Шойгу. М.: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография», 2005.
  10. <http://graph.document.kremlin.ru>

#### **Bibliographic list**

1. Nagoev A.V. Depression and crisis in regional development // the Finance and the credit. 2009. № 48 (384). P. 36
2. Yarasheva A.V. depressive and backward territories in the Russian Federation:

- problems and prospects of development. M., 2003.
3. The philosophical encyclopaedic dictionary. M.: the Soviet encyclopedia, 1989, P. 259
  4. The atlas of natural and technogenic dangers and risks of extreme situations in the Russian Federation / Under общ. ред. S.K.Shojgu. M.: ИПЦ « Design. The information. Cartography », 2005.
  5. Safety of Russia. Protection of the population and territories against extreme situations of natural and technogenic character. M.: "Knowledge", 1999.
  6. Shagin S.I., Разумова N.V. technogenic of danger in territory of Southern federal district of Russia // Ecology and the industry. 2009.- №1.- P.48.
  7. Chepurnykh N.V., New settlers A.L., Dunaevsky L.V. economy of wildlife management: efficiency, damages, risks. - M.: the Science, 1998. - P.12
  8. Danilov-Danilyan V.I., Losev K.S. ecological a call and steady development. The manual. M.: Progress-tradition, 2000. – P. 416.
  9. The atlas of natural and technogenic dangers and risks of extreme situations in the Russian Federation / S.K.Shojgu. M.: «Design. The information. Cartography», 2005.
  10. <http://graph.document.kremlin.ru>

*А.В. Козлов*

## **СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

### **Аннотация**

В данной статье комплексно рассматриваются современные аспекты, тенденции и закономерности современного регионального развития туристических услуг в условиях экономической глобализации мирохозяйственных связей. Особо исследуются факторы и условия повышения конкурентоспособности и привлекательности туристических услуг в различных странах мира, показатели их измерения. В частности, детально изучается характеристика индекса конкурентоспособности сектора туризма по показателям: качества управления на федеральном и региональном уровне, состояния бизнес – среды и инфраструктуры, состояния человеческих, культурных и природных ресурсов. В статье сформулированы основные шаги развития туристической индустрии в регионе.

### Annotation

The given article considers the modern aspects, tendencies and laws of contemporary tourist service growth in regions in the conditions of world economic relations' globalization. Upon closer investigation there are factors and circumstances of increasing competitiveness and attractiveness of tourist service in different countries, figures of their measurement. In particular, the characteristics of competitive ability index of tourism sector in management quality of federal and regional levels; business environment conditions and infrastructure; human, culture and natural resources. The basic steps of travel industry development in the region are formulated in the article.

### Ключевые слова

Туристический бизнес, индекс развития, конкурентоспособность, инфраструктура, природные и культурные ресурсы, глобализация, мировая экономика, региональная экономика, международный туризм, активизация рынка туризма.

### Key words

Travel industry, growth index, competitiveness, infrastructure, natural and cultural resources, globalization, world economy, regional economy, international tourism, travel market activation.

В последние годы значение туристических услуг и их место в ВВП многих развитых государств значительно возросли. В некоторых случаях за счет туризма формируется до 30 и более % ВВП (Мексика, Испания и т.д.) [1. С. 37]. Стремительное развитие сферы туристических услуг опосредовало формирование мощной туристической инфраструктуры: функционируют регулярные трансконтинентальные туристические маршруты, сформированы транснациональные гостиничные цепи и консорциумы. Туристические маршруты охватывают практически всю территорию земного шара. В соответствии с оптимистическим прогнозом развития мирового туризма формировались национальные и региональные программы развития туристических услуг, предусматривающие расширение гостиничных сетей, туристического транспорта, досуговой инфраструктуры и точек общественного питания.

Однако в настоящее время обозначилась и стала отчетливо проявляться тенденция по формированию сдерживающих факторов развития туризма.

Они могут быть сведены к трем основным составляющим: 1. Подорожанию продуктов питания в мировом масштабе из-за продовольственного кризиса. 2. Удорожанию туристических маршрутов из-за роста стоимости транспортной составляющей вследствие проградидентного повышения цен на углеводороды и электроэнергию. 3. Инфляционным ожиданиям населения, опосредованным разворачивающимся финансовым кризисом. Если первые два пункта сдерживающих факторов действуют в одном направлении, безусловно, ограничивая развитие мирового туризма, то третий пункт – инфляционные ожидания населения – действует разнонаправленно. Так, часть потенциальных туристов отказывается от осуществления своих туристических планов, опасаясь остаться без средств, при этом другая их часть, напротив, стремится как можно более полно удовлетворить свои туристические амбиции, исходя из посыла, что раз вследствие инфляции они не могут приобрести что-нибудь по-настоящему дорогостоящее и достаточно ликвидное, то лучше постоянно дешевеющие день-

ги использовать на цели туризма для получения собственного удовольствия.

Другой данностью современного этапа развития экономики выступает некоторая регионализация туризма и необходимость учета воздействия глобальных тенденций в туристической сфере не только на федеральном, но и на региональном уровне. Это обстоятельство обусловлено значительным вовлечением регионов в международную деятельность по обмену услуг, в том числе и туризма.

В данном контексте целесообразным представляется обобщение зарубежного опыта, а также опыта различных регионов РФ в сфере регионального туризма, что в дальнейшем может способствовать разработке комплекса универсальных мер для обеспечения возможности трансформационных изменений в туристической сфере региона, учитывающих влияние глобализационных тенденций мировой экономики в контексте туристических услуг.

В региональном аспекте кризис в условиях экономической глобализации так воздействует на туристические интенции<sup>1</sup> населения и условия осуществления туристического бизнеса, что следует ожидать оживления относительно недорогих туров, в том числе определенные реминисценции<sup>2</sup> в смысле автобусного туризма, автотуризма, организации туров по железной дороге. Осуществление таких туристических поездок подразумевает относительно короткие маршруты от места постоянной дислокации туристов. Следовательно, можно ожидать увеличения туристических потоков в регионы, отвечающие указанным условиям. В этой ситуации регионы, ранее мало представлен-

ные на туристическом рынке, могут получить определенные возможности по развитию данного направления на своей территории. Эффективность данной практики предполагает использование опыта успешных вариантов применения мероприятий по быстрому расширению туристического присутствия в регионе.

При этом необходимо иметь и рационально учитывать критерии для сравнения эффективности применения тех или иных наборов мероприятий для расширения регионального туризма.

Предваряя описание удобоваримых критериев, следует отметить четко проявившуюся повсеместно коммерциализацию туризма. Являясь одной из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики, туризм становится привлекательной сферой деятельности в России, а следовательно, в ее регионах и муниципальных образованиях [2]. Как известно, всемирный совет путешествий и туризма оценивает, что в докризисный период на сектор T&T (Travel & Tourism) приходилось 10,4% глобального ВВП, 12,2% мирового экспорта и 9,5% инвестиций [3].

Также можно отметить, что публичное использование собственных возможностей граждан в плане потребления туристических услуг является важным фактором роста и благосостояния, поскольку благотворно влияет на занятость, увеличивает национальный продукт и улучшает платежный баланс территории, предоставляющей туристические услуги. Следовательно, туристическая индустрия вовлекает в своеобразное соучастие множество граждан, прямо не связанных с туристической отраслью, что оказывает позитивное влияние на оживление экономической активности в регионе. Способствуя созданию оптимальной среды для туризма, правительства совершенствуют инфраструктуру, кроме того, постоянное присутствие туристов в регионе положительно влияет на рост культурного

<sup>1</sup> Намерение, цель, направление или направленность в потреблении туристических услуг.

<sup>2</sup> В данном случае подразумевается возврат к менее комфортным, но более доступным по ценовому критерию турам.

кругозора и экологической устойчивости, фиксируя внимание местных жителей на ценностях окружающей среды, поощряя бизнес к природоохранным улучшениям.

В целях объективизации явлений в туристической индустрии и для создания равных стартовых условий, Мировой экономической форум для анализа факторов конкурентоспособности сектора приступил к расчету и целенаправленному анализу специального индекса ТТСИ (the Travel & Tourism Competitiveness Index). В 2007 г. индекс был рассчитан для 124, а в 2008 г. – для 130 стран. Анализ факторов конкурентоспособности в 2007-2008 гг. был выполнен в контексте продвижения процесса экономического развития. Показатель ТТСИ измеряет факторы и черты привлекательности для развития сектора туризма в разных странах. Индекс

базируется на трех обширных группах параметров, которые способствуют конкурентоспособности и обеспечивают ее. Группы включают более 70 показателей и объединяются в три предварительных показателя, а именно: качество управления, качество бизнес-среды и инфраструктуры, качество человеческих и природных ресурсов. Первый показатель учитывает местные особенности (страновые и региональные), которые относятся к политике и сфере действия правительства; второй затрагивает элементы деловой среды и производственной инфраструктуры; третий включает человеческие, культурные и природные составляющие ресурсного богатства страны (региона). Основное содержание сущностного наполнения указанного индекса представлено в таблице 1.

Таблица 1. Характеристика составляющих индекса конкурентоспособности сектора туризма [2]

Составляющие индекса конкурентоспособности сектора туризма (ТТСИ)		
Показатель качества управления на федеральном и региональном уровне	Показатель состояния бизнес-среды и инфраструктуры	Показатель состояния человеческих, культурных и природных ресурсов
Политические правила и регуляторы	Инфраструктура осуществления авиаперевозок	Человеческий капитал
Общая криминогенность окружающей среды	Инфраструктура автомобильного/ж/д транспорта	Отношение населения к туристам
Безопасность и защита интересов отдыхающих	Специальная туристическая инфраструктура	Природные ресурсы
Потенциал службы местного здравоохранения применительно к отрасли туризма	Состояние информационно-коммуникационных технологий	Культурные ресурсы
Приоритетность туризма в политических решениях	Ценовая конкурентоспособность в индустрии туризма	

Ниже представлен краткий комментарий по некоторым разделам.

Среди политических регуляторов важна степень, в которой иностранная собственность и прямые иностранные инвестиции поддерживаются страной, и то, как защищены имущественные права.

Безопасность и защита интересов отдыхающих – критический фактор конкурентоспособности туризма, здесь учитывается уровень общей преступности, насилия и терроризма, дорожных происшествий.

Забота о туризме выражается в бюджетных приоритетах, которыми

правительство может обеспечить финансирование существенных проектов развития; обозначении своих намерений, что может иметь эффект в виде привлечения частных вложений.

К характеристикам инфраструктуры туризма отнесено не только жилье (число гостиничных номеров), но и крупные компании по аренде автомобилей и финансовая инфраструктура для туристов (банкоматы и др.).

Ценовая конкурентоспособность означает доступность цен на товары и услуги, авиабилеты, топливо, размещение.

Человеческие ресурсы гарантируют доступ к ресурсам, необходимым для роста и развития отрасли. При этом учитывается здоровье и уровень образования и подготовки, качество которых зависит не только от образовательной системы страны, но и привлечения частного сектора к улучшению специализированной подготовки персонала и обслуживания.

Отношение населения к туристам измеряется степенью открытости страны и общества для туризма и иностранных посетителей, причем не только населения, но и бизнес-лидеров, относящих туризм к важным деловым контактам. Мера туристической открытости – расходы и денежные поступления в доле от ВВП, которая дает ощущение важности туризма относительно размера страны.

Природные ресурсы, обеспечивающие конкурентные преимущества страны, включают места Всемирного наследия, число видов животных, характеризующее богатство фауны, долю охраняемых территорий.

Размещение культурных ресурсов в каждой стране – важнейший фактор конкурентоспособности туризма во всем мире. В этом блоке отмечаются места мирового культурного наследия (перечень ЮНЕСКО), спортивные ста-

дионы, международные выставки и ярмарки.

По данным второго ежегодного Доклада, в 2008 г. наивысший индекс ТТСИ имели: Швейцария, Австрия и Германия. Последующие места в первой десятке заняли: Австралия, Испания, Великобритания, США, Швеция, Канада и Франция [2].

Российская Федерация занимает 64-е место из 130 (в 2007 г. – 68-е из 124). Нашими соседями в верхней части списка являются Доминиканская Республика и Китай, в нижней части списка – Индия и Египет.

Так, можно отметить, что Российская Федерация имеет относительно высокие оценки по природным (22 место) и культурным (34) ресурсам, благодаря наличию мест Мирового культурного наследия из списка ЮНЕСКО, а также относительно хорошо развитой инфраструктуре воздушных сообщений (33 место). Однако автомобильный и ж/д транспорт, а также собственно инфраструктура туризма, особенно из-за малого количества доступных гостиничных номеров, оценены низко (83 и 66 места соответственно). Заслуживают серьезного внимания слабые позиции безопасности и защиты (127 место) в связи с высоким уровнем преступности и насилия, недостатком доверия к правоохранительным органам в отношении обеспечения защиты, а также высоким уровнем дорожно-транспортных происшествий. Россия оценена как страна, имеющая очень неблагоприятную среду – и деловую (по крайне высоким ограничениям иностранной собственности, не очень хорошей защите имущественных прав и визовым требованиям для посетителей из многих стран – 110 место), и природоохранную (117). В целом сектор туризма в стране не выглядит как государственно приоритетный (по этой позиции она находится на 125 строчке указанного рейтинга).

Учитывая параметры индекса ТТСИ, можно считать, что они достаточно полно учитывают факторы формирования и развития въездного туризма как важного сектора хозяйственной деятельности, отражают международный подход к их оценке и позволяют фиксировать проблемные позиции и ориентиры управленческого воздействия в данной сфере. Следовательно, данный индекс имеет смысл учитывать при оценке потенциала региона на своеобразной конкурентной туристической арене.

Можно констатировать, что экономическое значение туризма в Российской Федерации в последние годы растет, однако его вклад в национальный доход остается скромным и насчитывает от 3 до 5% объема ВВП. По данным статистики, в структуре платных услуг населению в 2007 г. культурно-рекреационные составляли всего 6,1%, в том числе 1,5 – туристские; 1,6 – санаторно-оздоровительные; 0,7 – физкультуры и спорта; 2,3% – культуры [4].

Следует отметить, что, помимо общемировых тенденций развития туризма и, в частности, его некоторой регионализации, в современном развитии отечественной туристической индустрии стали отчетливо проявляться ряд существенных векторов его дальнейшего существования.

Так, стало различимо формирование туристического каркаса. На туристическом рынке начинают активно позиционировать себя такие регионы, как: Байкал, Урал, Алтай, Ростовская область, Краснодарский край, Ставропольский край (Кавминводы). Росту приоритетности туризма способствует государственная поддержка в создании туристско-рекреационных зон и строительство комплекса Олимпийских игр в Сочи.

Стратегическое оформление культурно-рекреационной специализации экономики макрорегионов очерчено

в направлениях их развития, представленных в проекте Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г., где обозначено:

- сохранение и активное включение культурного наследия в технологии культурного туризма Центрального района;
- развитие историко-культурного кластера, экологического туризма и приморской рекреации Северо-Запада;
- активизация культурного, экологического и спортивного туризма с государственной поддержкой историко-культурных центров Севера;
- стимулирование «брендов» оздоровительных, горнолыжных и приморских курортов (в том числе курортов Черноморского побережья, Кавказских Минеральных Вод) с последующим распространением инфраструктурных инвестиций государства на новые курортные центры (Дагестан, Тамань и иные);
- развитие внутрирегиональной рекреации пригородного типа и водного туризма по Волге и ее притокам;
- развитие морской рекреации, экологического и экстремального туризма на основе уникальных природных ландшафтов Камчатки, Приморья, Курил.

Согласно Концепции, интенсификация использования ресурсов должна подкрепляться развитием транспортной и туристической инфраструктуры.

Глобализация российского туристического рынка проявляется во внедрении сетевых форматов в гостиничном и торговом обслуживании с включением в мировые сети и формированием отечественных сетей, что должно повысить стандарты и уровень качества услуг. Происходит консолидация и укрупнение бизнеса по линии специализированных услуг с объединением туроператоров, владельцев гостиниц и др.[5].

Следующей тенденцией является межрегиональная интеграция. Межре-

гиональный подход проявляется на стадии формирования туристического продукта. Его использование лежит в русле мировых тенденций межстрановой интеграции для взаимного роста конкурентоспособности объединяющихся стран. Так, в рамках региональной организации АСЕАН подготовлены общие требования к уровню квалификации обслуживающего персонала в туристической индустрии, предполагается установление общих стандартов для отелей, сферы питания. Страны Юго-Восточной Азии планируют ввести единую туристическую визу во все страны АСЕАН, создать единые для всех государств туристические центры, а также продвигать на международных туристических выставках Юго-Восточную Азию как единое туристическое направление, предлагая комбинированные туры, например, маршрут Таиланд – Лаос [6]. Подобные тематические маршруты – винный, фестиваль – действуют и в Европе.

Усиление конкуренции международных туристических центров и рост туристических потоков подвинул и регионы Северо-Запада к объединению в рамках концепции «Новый взгляд на Россию/Windows on Russia». Предполагается создание общего маркетингового центра, дополнительно к турпродукту «Серебряное кольцо» планируется разработка новых продуктов – «Русская зима» и «Загадки русской души». В Ростовской области также предпринимаются определенные попытки для интенсификации туризма. Так, в целях информационного сопровождения туристов, прибывающих в Ростовскую область, в 2008 г. при организационной и информационной поддержке Минэкономики области было создано некоммерческое партнерство «Ростовский региональный туристско-информационный центр» (ТИЦ). Учредителями ТИЦ выступили: ОАО «Дон-Плаза», ООО «Выставочный центр «ВертолЭкспо», ООО «Туристическо-

коммерческая фирма «Рейна-тур», федеральное государственное учреждение культуры «Государственный музей-заповедник М.А. Шолохова». В целях оперативного информирования туристов о рекреационных возможностях области ТИЦ приобрел 3 информационных терминала для установки их в зданиях аэровокзала, железнодорожного вокзала г. Ростова-на-Дону [11].

Укрепление культурно-рекреационной сферы регионов. Внимание к туристической отрасли как к перспективному и приоритетному элементу хозяйственного комплекса проявилось вследствие ухудшения социально-экономического положения российских регионов в период финансового кризиса. Активизация нового ресурса экономики сопровождается практически повсеместной разработкой региональных программ развития туризма с планированием роста его вклада в ВРП, а также методической проработкой самой оценки [7]. Удельный вес туризма в ВРП с учетом популярности региона в мнении въездных туристов колеблется существенно: от 13,7% в Краснодарском крае до 6,5% в Карелии, 3,6% в Новгородской области, 0,6% в Бурятии [8]. В этом контексте для Ростовской области знаковой явилась [Областная целевая программа «Развитие туризма в Ростовской области на 2008 – 2010 годы»](#). Под ее эгидой осуществлено 17 инвестиционных проектов по созданию туристических объектов, в том числе новых средств размещения. В 2008 году объем инвестиций на реализацию указанных проектов составил 579,5 млн. рублей [11].

Можно констатировать, что рассмотренные выше основные тенденции развития регионального туризма в России следует воспринимать как серьезный шаг на пути к формированию территориальных кластеров (туристско-продуктовых цепочек), а также выработки единой маркетинговой стратегии,

что отражает нацеленность участников туристического рынка на восприятие новых технологий в развитии российского туризма [9].

В свою очередь, не вызывает сомнений тот факт, что проектирование направления развития туристической отрасли в конкретном регионе требует проработки методологических подходов. В этом смысле положительным представляется опыт центра стратегических разработок «Северо-Запад», который выполнял туристические проекты в рамках подготовки стратегий субъектов РФ, разрабатывал концепции развития туризма в Новгородской, Астраханской областях и Красноярском крае [10].

Реализация подобных программ развития традиционно ориентирует на следующие основные шаги в развитии туристической отрасли региона:

- анализ туристического потенциала (состав, масштаб, значимость, качество ресурсов, существующая и потенциальная степень коммерциализации);
- анализ рынка туризма, что даст понимание того, какое место занимает рассматриваемая территория как дестинация<sup>1</sup> на туристической карте и какие ниши она может занять в перспективе;
- выбор приоритетных туристических направлений, опирающийся на легкость коммерциализации возможных ресурсных позиций;
- разработку механизмов развития туризма с использованием принципов:
  - комплексного освоения территории для создания принципиально новой туристической инфраструктуры в регионе;
  - кластерного подхода, призванного через организацию коммуникации между всеми участниками туристического бизнеса и поддерживающих отраслей обеспечить максимальный мультипликативный эффект деятельности;

<sup>1</sup> Имеется в виду территория со всевозможными удобствами и услугами для туристов.

- культурной политики развития человеческого потенциала в качестве ресурса гостеприимства при сохранении культурной идентичности населения, которая также является туристическим ресурсом территории.

В Ростовской области сделаны существенные шаги в этом направлении. Так, в рамках реализуемой программы развития туризма в целях выявления имеющихся на территориях муниципальных образований области туристических ресурсов был проведен мониторинг туристических ресурсов и объектов туристической индустрии. Обследования были проведены по 14 муниципальным образованиям области города Ростов-на-Дону. В результате сформирована информационная база данных, в которую вошли уже известные и вновь выявленные объекты, в том числе: 975 объектов туристической индустрии и туристской инфраструктуры, 253 природных и 1880 социально-культурных объектов туристского значения [11].

Однако, несмотря на определенные успехи Ростовской области в плане оживления мероприятий, ориентированных на активизацию въездного туризма, и существующие позитивные примеры подобного характера извне, следует учитывать, что бесконтрольный перенос отмеченных положительных примеров развития туристической отрасли как в различных регионах мира, так и в РФ, не является гарантией успеха сам по себе. Требуется с высокой степенью достоверности рассчитывать адаптированный индекс конкурентоспособности сектора туризма для анализируемого региона, что позволит реально учитывать особенности ментальности проживающего населения и его отношения к въездным туристам, а также возможность вовлечения региональных бизнес-структур к ускоренному развитию туристической отрасли в Ростовской области.



### Библиографический список

1. Квартальнов В.А. Туризм. М., 2000. С.37.
2. Дмитриева Т.Е., Щенявский В.А. Сектор туризма: уровни и подходы к формированию // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Выпуск 5. 2009.
3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability [Electronic resource].
4. Какова доля туризма в ВВП страны? RATA news: ежедневная электронная газета для профессионального турбизнеса. – 2007. – 08-01 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ratanews.ru>.
5. Смирнова И. Туризм как ресурс / И. Смирнова // Российское экспертное обозрение. Новые ресурсы России. – 2008. – №1(24). – С. 39-43.
6. Головин С. Туризм объединяет / С. Головин // Эксперт. – 2006. – №5. – 6 февр. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.expert.ru/>.
7. Дмитриева Т.Е. Культурно-рекреационный потенциал муниципального развития / Т.Е. Дмитриева, В.А. Щенявский // Регион. – 2008. – № 8. – С. 43-47;
8. Степанова С.В. Влияние туризма на социально-экономическое развитие региона (на примере Республики Карелии) / С.В. Степанова: автореферат диссертации к.э.н. – Петрозаводск, 2008.
9. Мовилы В.В. Новые технологии развития туризма / В.В. Мовилы: стенограмма выступления // материалы круглого стола «Перспективы развития въездного туризма на Северо-Западе». – Санкт-Петербург, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr-nw.ru>.
10. Смирнова И. Управление развитием туризма в регионе / И. Смирнова: презентация доклада // Материалы ЦСР «Северо-Запад». – Санкт-Петербург, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr-nw.ru>.
11. Информационный портал администрации РО – Режим доступа: <http://www.donland.ru>.

### Bibliographic list

1. V.A. Kvartalnov. Tourism. Moscow. 2000. P. 37.
2. T. Dmitrieva, V. Shchenyavskiy. Tourism Sector: Stages and Forming Approaches // Changes in Economy and Society: facts, tends, forecast. Ed.5. 2009.
3. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability [Online resource].
4. What Amount Does Tourism Contribute to a Country's GDP? RATA news: Digital Dairy Newspaper for Professional Travel Business. – 2007 – 08-01 [Online resource]. – Access: <http://www.ratanews.ru>
5. I. Smirnova. Tourism as a Resource / I. Smirnova // Russian Expert Review. Russia's new resources. – 2008. – №1 (24). – PP.39-43.
6. S. Golovin. Tourism Unites / S. Golovin // An Expert. – 2006. - №5. – feb.,6. [Online resource]. – Access: <http://www.expert.ru/>.
7. T. Dmitrieva. Recreational Potential for Municipal Development / T. Dmitrieva, V. Shchenyavskiy // the Region. – 2008. - №8.
8. S. Stepanova. Tourist Influence on Socio-Economical Development of the Region (Case Study of Republic of Karelia) / S. Stepanova: Abstract of a thesis of Ph.D. in Economics. – Petrozavodsk, 2008.
9. V. Movily. New Technics of Travel Development / V. Movily: shorthand of a speech // Materials of a Round-table Discussion “Outlook For Incoming Tourism Development in the North-West Region”. – St. Petersburg, 2007. [Online resource]. – Access: <http://www.csr-nw.ru>.
10. I. Smimova. Tourism Development Management in the Region / I Smimova: Presentation of a report // Materials of the CSR “North-West”. – St. Petersburg, 2007. [Online resource]. – Access: <http://www.csr-nw.ru>.
11. Information Portal of Rostov Region Administration - [Online resource]. – Access: <http://www.donland.ru>.

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭТАПОВ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В РАМКАХ ПРОЦЕДУР БАНКРОТСТВА

### Аннотация

В статье исследованы особенности развития предприятия в условиях его не-состоятельности. Выделены направления развития сквозь призму этапов: 1-й этап «До банкротства» (до возбуждения дела о банкротстве), 2-й этап «Банкротство» (с момента возбуждения дела о банкротстве), 3-й этап «После банкротства». Каждый из этапов описан с позиций следующих ключевых компонент: внешнего регулирования, характерных признаков, участников и траектории развития. Фундаментальной и специфичной чертой развития предприятия в рамках процедур банкротства определено конфликт заинтересованных сторон.

### Annotation

The article considers the peculiarities of a company development under circumstances of its invalidity. The development trend is distinguished in the light of stages: 1<sup>st</sup> stage Pre-bankruptcy (before the initiation of bankruptcy proceedings), 2<sup>nd</sup> stage Bankruptcy (since the initiation of bankruptcy proceedings), 3<sup>rd</sup> stage Post-bankruptcy. Each stage is described from the position of the following key components: external regulation, features, participants and trajectory of development. The clash of stakeholders' interests and conflict are determined as fundamental and specific features of enterprise development in the context of bankruptcy procedures.

### Ключевые слова

Развитие предприятия, банкротство, кризис, заинтересованные стороны, конфликт интересов

### Key words

Enterprise development, bankruptcy, crisis, stakeholders, clash of interests

Банкротство – неотъемлемый элемент рыночной экономики, служащий механизмом ее оздоровления и обеспечивающий функции воспроизводства и сохранения ее системных свойств.

Банкротство является конечным результатом кризисного развития предприятия, при котором оно характеризуется неспособностью удовлетворять требования кредиторов. Опираясь на многолетний опыт не только наблюдения, но и работы с кризисными предприятиями, можно добавить, что банкротство – непредсказуемый, нелинейный, трудно поддающийся управлению процесс изменения внутренних компонент предприятия, пре-

образующий его состояние до абсолютно неустойчивого и неравновесного.

Наряду с этим связывать банкротство с фактической смертью, ликвидацией предприятия неуместно. И в банкротстве имеет место процесс развития. Согласно теории систем, развитие системы представляет собой движение к постоянно меняющимся целям, трансформирующее ее структуру. Известны многие примеры, когда спады производства и снижение основных показателей деятельности оказывались полезными для конкретных предприятий, поскольку приводили к реструктуризации собственности, реинжинирингу бизнес-процессов или к просто-

му переориентированию предприятия на другие цели, которые, в конечном итоге, приводили его к рыночному успеху.

Именно в силу своей совместимости с рыночной экономикой, масштабы возникновения явления банкротства колоссальны. Известно, что современная коммерческая организация является открытым к проникновению внешних воздействий социальным организмом. Поэтому ни одна из таких не застрахована от распространения внутренних кризисных импульсов, полученных из внешних сигналов. Кроме того, бесспорным является то, что все они рано или поздно зададутся вопросом банкротства.

Отмеченное делает актуальным исследование темы банкротства, особенно рассмотрение характерных признаков развития предприятия до процедуры банкротства, в процедуре банкротства и после нее.

Основной задачей предлагаемой статьи является исследование трансформации этапов развития предприятия сквозь призму банкротства, выявление и описание наиболее важных компонент, характеризующих и описывающих явление банкротства. Для этого была построена таблица 1. В ней выделено 3 этапа в развитии предприятия, которое гипотетически может быть подвержено банкротству:

1-й этап. «До банкротства» (до возбуждения дела о банкротстве),

2-й этап. «Банкротство» (с момента возбуждения дела о банкротстве),

3-й этап. «После банкротства» (по окончании дела о банкротстве).

Логика построения таблицы основана на последовательности описания трансформации наиболее важных компонент развития предприятия.

### *Внешнее регулирование развития предприятия.*

Первым отличительным признаком развития предприятия сквозь призму банкротства является включение особого механизма регулирования со стороны законодательства. Первый и третий из выделенных этапов находятся в правовом поле действующего законодательства. Второй же этап четко регламентирован Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)», имеющим преваляющее действие по отношению к действующему законодательству РФ.

Объективная необходимость в особом регулировании и регламентировании процедуры банкротства в современных рыночных условиях обуславливается рядом причин:

1. Экономическая несостоятельность одного предприятия сказывается на финансовом положении других субъектов хозяйствования, являющихся его контрагентами, поэтому очень важно отработать наиболее оптимальный механизм оздоровления должника и достижения его финансовой стабильности.

2. Суровая регламентация банкротства поднимает уровень экономической ответственности руководства за принимаемые решения, что повышает общую эффективность и результативность деятельности возглавляемого им предприятия.

3. Вмешательство государства в форме детализированной прописи реализации процедуры банкротства в некоторой степени продиктовано известной силой влияния последнего на социальную, экономическую и политическую жизнь страны. Задача государства состоит в том, чтобы сделать эту процедуру как можно безболезненной для обществ

Таблица 1. Особенности развития предприятия сквозь призму банкротства

	Трансформация наиболее важных компонент развития предприятия			
	Внешнее регулирование	Характерные признаки	Участники	Траектория развития
<b>1-й этап «до банкротства»</b>	Регулирование осуществляется действующим законодательством РФ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- замедление темпов развития предприятия;</li> <li>- снижение платежеспособности;</li> <li>- надвигающийся кризис;</li> <li>- обострение конфликта интересов.</li> </ul>	Количество участников неограниченно и регулируется имеющимися правоотношениями (собственники, работники, органы управления, органы власти, налоговые органы, кредиторы, дебиторы и т.д.)	Нет регламентации. Предприятие автономно и абсолютно не ограничено в выборе пути развития (можно все, что не запрещено).
<b>2-й этап «банкротство»</b>	Вступает в силу ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», который имеет превалирующее действие по отношению к действующему законодательству РФ. ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» - это свод норм и правил поведения участников в процессе банкротства предприятия, а также их права, закрепленные законом.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- остановка темпов развития предприятия;</li> <li>- наступление неплатежеспособности;</li> <li>- фактическое наступление кризиса;</li> <li>- конфликт интересов.</li> </ul>	Количество участников «жестко» определено законом: <ul style="list-style-type: none"> <li>- трудовой коллектив;</li> <li>- кредиторы;</li> <li>- уполномоченный орган;</li> <li>- собственники предприятия;</li> <li>- арбитражный управляющий;</li> <li>- СРО.</li> </ul> Процесс банкротства контролируется арбитражным судом.	Четкая регламентация стадий банкротства предприятия с определением предельных временных сроков каждой стадии: <ul style="list-style-type: none"> <li>- наблюдение;</li> <li>- финансовое оздоровление;</li> <li>- внешнее управление;</li> <li>- конкурсное производство.</li> </ul>
<b>3-й этап «после банкротства»</b>	Возобновляется регулирование действующим законодательством РФ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие развития</li> <li>- полная ликвидация предприятия.</li> <li>- частичное разрешение конфликта интересов</li> </ul> <b>ЛИБО</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- набирание оборотов в темпе развития;</li> <li>- восстановление платежеспособности;</li> <li>- преодоление кризиса;</li> <li>- полное урегулирование конфликта интересов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Прекращение правоотношений участников в связи с ликвидацией.</li> <li><b>ЛИБО</b></li> <li>Восстановление правоотношения участников в полном объеме или с изменениями.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Прекращение деятельности предприятия.</li> <li><b>ЛИБО</b></li> <li>Деятельность предприятия осуществляется в соответствии с возобновленным планом развития.</li> </ul>

4. Необходимость четкой регламентации института банкротства обоснована еще и тем, что оно несет в себе огромное влияние на отношения собственности. Ведь методы и инструменты банкротства объективно должны предполагать осуществление перераспределения. Очень важно, чтобы такое протекало под строгой буквой закона, обеспечивающей его справедливую форму. В противном случае будет иметь место не только криминальный, но и неэффективный с позиции рыночной экономики трансферт капитала.

*Характерные признаки развития предприятия.*

Согласно положениям антикризисного управления, ключевыми признаками предприятия, развитие которого рассматривается сквозь призму банкротства, являются следующие:

Во-первых, это темп роста. Ясно, что существует огромное количество причин ухудшения финансового состояния предприятия, но все они, в конечном итоге, способствуют замедлению темпов развития, без которого невозможен в принципе период «до банкротства». Вступление предприятия во второй этап характеризуется полной остановкой темпов развития.

Во-вторых, и это вытекает из отечественного законодательства, предприятие должно испытать на первом этапе ухудшение показателей платежеспособности. *Несостоятельность (банкротство) юридического лица* -- признанная арбитражным судом неспособность юридического лица в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей. В соответствии с п.2 ст.3 Закона [1], *юридическое лицо* считается не способным удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обяза-

тельства и (или) обязанность не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены, то есть законодатель предусмотрел возможность отслеживать предприятием свою платежеспособность, дав на это, только по юридическим нормам, 3 месяца. Банкротство (2 период) де-факто, означает наступление неплатежеспособности.

В-третьих, это кризис. В развитии любого промышленного предприятия существует вероятность наступления кризиса, и во многих случаях этого нельзя избежать. Но не всякий кризис приводит к банкротству, но банкротство, как было выявлено ранее, обязательно является результатом глубокого проникновения или распространения кризиса. Поэтому первый этап в динамике можно назвать этапом надвигающегося кризиса, а второй этап является фактическим наступлением кризиса.

В-четвертых, процедура банкротства – это, прежде всего, конфликт, столкновение противоположных интересов должника и кредиторов.

В современном мире функционирование любого предприятия затрагивает интересы различных субъектов, что в условиях ограниченных ресурсов нередко приводит к возникновению конфликтов между теми из них, чьи виды имеют ярко выраженную взаимоисключающую направленность. Наиболее открыто проявляются интересы и остро стоит вопрос конфликта в процедуре банкротства. Это обусловлено самой критической ситуацией функционирования предприятия в стадии глубокого распространения кризиса, когда его ресурсы особенно ограничены и не позволяют перекрыть все законно установленные справедливые интересы заинтересованных сторон.

Конфликт интересов есть концептуальное зерно банкротства. Разноплановое и противоречивое отноше-

ние к явлению банкротства среди ее непосредственных заинтересованных сторон предопределяет существование конфликта интересов. Каждая из них требует своего, целиком справедливого и обоснованного, удовлетворения. И нет желания ни у одной из них мириться, идти на компромиссы и уступать. Слишком поляризованным становится развитие предприятия сквозь призму банкротства и слишком скорого разрешения требует образовавшийся конфликт, от результатов которого зависят практически все аспекты развития. Итак, первый этап – период накопления противоречивых интересов, период обострения конфликта, а второй – период разворачивания конфликта в своей полной силе, период открытия активных позиций и ведения тактической борьбы.

Раскрыта трансформация характерных признаков развития предприятия в период несостоятельности: нет необходимости описывать третий этап «после банкротства». Объясняется это тем, что он альтернативен и допускает как полную ликвидацию предприятия и в этом случае отсутствие дальнейшего его развития и частичное разрешение конфликта интересов с непреодолимым ущербом некоторых из заинтересованных сторон, так и набирание оборотов в темпе развития с восстановлением платежеспособности, преодолением кризиса и полным урегулированием конфликта интересов.

*Участники. Траектория развития предприятия.*

Эти компоненты развития предприятия целесообразно описывать вместе, поскольку они являются отражением специфики самой процедуры банкротства которая, будучи жестко регламентированной, четко определяет как участников банкротства, очерчивая, таким образом, круг тех заинтересованных лиц, вправе принимающих участие в судьбе должника, так и путь развития, устанавливая конкретные стадии бан-

кротства с определением предельных временных сроков каждой из них. В отличие от этапа «банкротство» функционирование предприятия во «внебанкротных» периодах характеризуется отсутствием особых регламентов: количество участников не ограничено, и предприятие автономно в выборе пути развития.

Однако у предприятия в процедурах банкротства имеются перспективы развития. Законодателем созданы необходимые условия для его оздоровления, и в этих целях предусмотрены две процедуры: финансовое оздоровление и внешнее управление. Несмотря на различную специфику этих мер по выводу предприятия из кризиса, безусловным фактором успеха является преодоление «конфликта интересов» участников банкротства.

Решение обозначенной проблемы конфликта участников банкротства состоит в определении механизмов балансирования их интересов, приводящих к взаимовыгодному компромиссу. Нахождение пути выхода из кризиса возможно через реализацию мероприятий:

- определение основных стейкхолдеров (заинтересованных сторон) банкротства;
- выявление цели (выявляются конкретные требования к исходу, результатам процедуры) и ожиданий стейкхолдеров (приводится реалистическая оценка положения дел и возможных результатов процедуры с позиций каждой заинтересованной стороны);
- определение силы влияния стороны (проводится на основе сравнительной характеристики по шкале от 0 до 10);
- определение других интересов к процедуре (выявляются все интересы, в том числе и скрытого или потенциального характера);

– обнаружение несовпадения интересов и конфликтов между стейкхолдерами;

– использование рычагов по управлению конфликтами с учетом сравнительных коэффициентов влияния с наиболее оптимальным исходом для каждой из сторон.

Таким образом, определен новый предмет для дальнейших исследований: банкротство как ограниченное внутренне (ввиду острого финансового голода) и внешне (ввиду дополнительных ограничений законодательства) состояние предприятия, по отношению к которому существуют взаимоисключающие, конфликтные интересы различных сторон, часть из которых имеет к тому же реальные рычаги управления и контроля.

Вполне обоснованно подчинить дальнейшее исследование разработке взвешенной и ориентированной на конечный результат стратегии, заключающейся в организации процессной структуры управления деятельностью предприятия, соответствующей целям нахождения наиболее предпочтительного пути разрешения сложившихся противоречий между заинтересованными сторонами.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 г. № 127.

#### **Bibliographic list**

1. Federal law “Of insolvency (bankruptcy)” of the 26.10.2002. №127.

*Н.М. Фоменко*

## **МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ ВЫБОРА ПАРТНЕРОВ ВИРТУАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **Аннотация**

При выборе партнеров виртуального предприятия оценка финансово-экономического положения предприятий и их рейтинга приобретает особую значимость. Рассмотрены основные методы оценки рейтинга партнеров, и представлены их основные преимущества и недостатки. Приведен пример расчета финансового и делового риска, включающего сведения результатов в единую оценку рейтинга вероятного партнера.

### **Annotation**

Choosing the partners of the virtual enterprise the financing rating of the enterprise is of great importance. The basic methods of partners' rating summing-up are considered and their general advantages and disadvantages are presented here. There is an example of the calculations of the financial and business risks including the results putting into the rating single valuation of the probable partner.

### **Ключевые слова**

Рейтинг (или оценка) партнера; субъективное заключение специалистов—экспертов; автоматизированные системы скоринга; линейная многофакторная регрессия; показатели финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов; оценка делового риска партнеров; скоринг-модель; дискриминантный анализ.

### Keywords

Rating of the partner, the personal conclusion of the specialists-experts; scoring system automation, line multifactor regression, the date of the financial business activity of the economic subjects; the risk estimation of partners; scoring-modal, discriminate analysis.

Постановка проблемы. Виртуальные предприятия (ВП) являются одной из современных организационных форм производства. На развитие ВП повлияли: глобализация рынков, растущее значение качества товара, его цены и степени удовлетворения потребителей, повышение важности устойчивых отношений с потребителями (индивидуальными заказчиками), а также растущее применение новых информационных и коммуникационных технологий [3].

Существует множество толкований ВП [6, 7], однако, как правило, речь идет о сети партнеров (предприятий, организаций, отдельных коллективов и людей), совместно осуществляющих деятельность по разработке, производству и сбыту определенной продукции.

С учетом особенностей практического функционирования ВП можно определить как временную кооперационную сеть предприятий (организаций, отдельных коллективов), обладающих ключевыми компетенциями для наилучшего выполнения рыночного заказа, базирующуюся на единой информационной системе [3].

С маркетинговой точки зрения, цель ВП – это получение прибыли путем максимального удовлетворения нужд и потребностей потребителей в товарах (услугах) быстрее и лучше потенциальных конкурентов. Очевидно, что данная цель присуща всем ориентированным на рынок предприятиям.

Однако ВП, как правило, ориентируются не на удовлетворение нужд и потребностей какого-то «усредненного» сегмента рынка, а на выполнение определенных рыночных заказов вплоть до

удовлетворения определенных запросов конкретных потребителей (заказчиков).

Выбор партнеров предприятия является одним из главных этапов создания виртуального предприятия. Суть проблемы состоит в том, чтобы, опираясь на их финансово-экономическое положение и рейтинг, выбрать наилучшего поставщика вне структуры предприятия, потому что ошибка на данном этапе в дальнейшем может привести к снижению качества продукции, увеличению срока выполнения заказа и прочее, что отрицательно скажется на деятельности ВП.

Варианты реализации. Рейтинг (или оценка) партнера — это сложный комплексный показатель, учитывающий все важнейшие параметры финансово-хозяйственной и производственной деятельности предприятия.

Можно выделить два основных метода оценки рейтинга партнера: субъективное заключение специалистов—экспертов; автоматизированные системы скоринга (to score — отмечать) [1].

Метод субъективной оценки является на сегодняшний день основным способом оценки партнеров. Данный метод имеет ряд недостатков, из которых, в первую очередь, нужно выделить следующие: субъективизм экспертизы (решение эксперта основано только на его личном опыте, интуиции и знаниях), нестабильность результатов оценки (они могут зависеть от эмоционального состояния и личных пристрастий эксперта), ограничение числа рассматриваемых заявок, что объясняется физическими возможностями экспертов.

В отличие от субъективной оценки, автоматизированные скоринг-



системы, построенные на основе математико-статистического анализа и применяемые в основном для оценки кредитной истории «прошлых» клиентов, предполагают более объективную оценку партнера. К преимуществам скоринговых систем относят: снижение уровня неверно принятых решений, быстроту рассмотрения значительного количества заявок (партнеров), характеризующихся, в свою очередь, значительным числом показателей, беспристрастность в принятии решений, отсутствие необходимости длительного обучения персонала, и, что немаловажно, нет необходимости обращаться к признанным специалистам—экспертам.

Выбор скоринг-моделей оценки рейтинга партнера обусловлен целым рядом обстоятельств. В общем скоринг представляет собой классификационную задачу, где исходя из имеющейся информации необходимо получить функцию, наиболее точно разделяющую выборку клиентов на «плохих» и «хороших» [8]. Но предварительно необходимо преобразовать имеющуюся информацию в форму, поддающуюся анализу. Существует два основных подхода, которые пригодны для работы как с количественными, так и с качественными характеристиками анализируемых объектов.

В первом случае необходимо преобразовать каждый признак в отдельную двоичную переменную. Этот подход неудобен в том плане, что приводит к большому количеству переменных, хотя он не навязывает никаких дополнительных отношений между зависимой и независимыми переменными.

Во втором случае необходимо преобразовать каждую характеристику в переменную, которая будет принимать значения, соответствующие отношению числа «плохих» клиентов с данным признаком к числу «хороших» клиентов с этим же признаком. Более усложненный вариант – взять логарифм этого отно-

шения. Таким образом, каждый признак получает числовую величину, соответствующую уровню его «рискованности».

Традиционными и наиболее распространенными являются регрессионные методы, прежде всего линейная многофакторная регрессия:

$$p = w_0 + w_1 x_1 + w_2 x_2 + \dots + w_n x_n,$$

где  $p$  - вероятность дефолта,  $w$  - весовые коэффициенты,  $x_1, x_2, \dots$  - характеристики клиента.

Недостаток данной модели заключается в том, что в левой части уравнения находится вероятность, которая принимает значения от 0 до 1, а переменные в правой части могут принимать любые значения от  $-\infty$  до  $+\infty$ .

Логистическая регрессия позволяет преодолеть этот недостаток:

$$\log(p/(1-p)) = w_0 + w_1 x_1 + w_2 x_2 + \dots + w_n x_n$$

Для применения логистической регрессии необходимы более сложные расчеты для получения весовых коэффициентов и, следовательно, более мощный инструментарий. В настоящее время логистическая регрессия является лидером скоринговых систем. Преимущество логистической регрессии еще и в том, что она может подразделять клиентов как на две группы (0 - плохой, 1 - хороший), так и на несколько групп (1, 2, 3, 4 группы риска).

Все регрессионные методы чувствительны к корреляции между характеристиками, поэтому в модели не должно быть сильно коррелированных независимых переменных.

Линейное программирование также приводит к линейной скоринговой модели. Провести абсолютно точную классификацию на плохих и хороших клиентов невозможно, но желательно свести ошибку к минимуму. Задачу можно сформулировать как поиск весовых коэффициентов, для которых ошибка и будет минимальной.

Методика построения скоринг-моделей. Оценка рейтинга партнера включает расчет финансового риска (анализ количественных переменных) и делового (анализ качественных переменных) [4,5].

Количество показателей финансово-хозяйственной и производственной деятельности предприятия, характеризующих состояние потенциального партнера, с одной стороны, может быть весьма значительно, а с другой стороны, для анализа целесообразно использовать доступные данные. Этим и обусловливается выбор данных для анализа и расчета рейтинга.

Для отбора наиболее информативных количественных переменных финансового риска может быть использован инструментальный дискриминантного анализа, а для отбора качественных показателей финансово-

хозяйственной деятельности партнера – метод экспертных оценок.

Приведем пример расчета финансового и делового риска, включающих сведения результатов в единую оценку рейтинга вероятного партнера.

В таблице 1 представлен фрагмент данных значений показателей финансово-хозяйственной деятельности ряда экономических субъектов при создании ВП в ОАО «ВЗМЭО».

Отбор факторов  $x_1$ ,  $x_2$  и  $x_3$  был осуществлен в ходе дискриминантного анализа, где  $x_1$  – коэффициент текущей ликвидности;  $x_2$  — коэффициент соотношения собственных и заемных средств;  $x_3$  — коэффициент рентабельности активов.

Переменная, описывающая ситуации (состояние вероятного партнера), имеет следующие градации: 0 – неудовлетворительное состояние; 1 – удовлетворительное состояние.

Таблица 1. Фрагмент данных финансово-хозяйственной деятельности предприятий – потенциальных партнеров ОАО «ВЗМЭО»

Код объекта	Финансовый рейтинг	Показатели		
		$x_1$	$x_2$	$x_3$
001	1	2,18	1,98	0,19
002	1	2,5	3,25	0,47
003	0	0,43	-0,16	-0,1
004	0	0,4	0,39	0,01
005	0	0,33	-0,1	-0,15
006	1	2,6	3,4	0,51
007	1	2,13	2,23	0,27
008	0	0,49	0,51	0,07
009	1	2,41	3,1	0,42
010	1	2,58	1,46	0,25
011	1	2,1	2,75	0,31
012	0	0,36	-0,21	0,01
013	1	2,21	1,73	0,17
014	1	2,23	3,35	0,35
015	0	0,31	-0,25	-0,07

На основе анализа данных построена регрессионная зависимость для оценки финансового рейтинга ( $R_{\phi}$ ):

$$R_{\phi} = -0,235 + 0,512x_1 + 0,129x_2 - 0,97x_3.$$

Статистические характеристики уравнения:  $R_2 = 0,98$ ;  $CO = 0,064$ ;  $t_{b_0} = -5,94$ ;  $t_{b_1} = 11,9$ ;  $t_{b_2} = 2,69$ ;  $t_{b_3} = -3,1$ .  $F_{\text{факт}} = 285,9$ .

Оценка делового риска выполняется на основе выбранных характеристик предприятий-партнеров (обычно методом экспертного опроса). Предпо-

ложим, что для оценки делового риска партнеров выбраны следующие характеристики:  $x_1$  – отраслевой анализ рынка;  $x_2$  – ассортимент и качество продукции;  $x_3$  – качество менеджмента (управления). Для выбранных характеристик предлагается шкала интервальных оценок, приведенная в таблице 2, а в таблице 3 приведен фрагмент данных деловой активности предприятий.

Таблица 2. Шкала интервальных оценок

№ п/п	Наименование критерия	Шкала оценки	
		Интервал	Характеристики качественной оценки
1	Отраслевой анализ рынка	8-10	1. Положительные тенденции развития отрасли, низкая конкуренция на рынке, предприятие контролирует значительную долю рынка, достаточно широкий ассортимент продукции, высокое качество продукции, низкая зависимость от одного или группы поставщиков (оптовых покупателей).
		4-7	2. Стабильное развитие отрасли, средняя конкуренция на рынке, предприятие контролирует незначительную долю рынка, средний ассортимент продукции, среднее качество продукции, средняя зависимость от одного или группы поставщиков (оптовых покупателей).
		1-3	3. Негативные тенденции развития отрасли, высокая конкуренция на рынке, предприятие контролирует малую долю рынка, узкий ассортимент продукции, низкое качество продукции, высокая зависимость от одного или группы поставщиков (оптовых покупателей)
2	Ассортимент и качество продукции	8-10	1. Достаточно широкий ассортимент продукции, высокое качество продукции, низкая зависимость от одного или группы поставщиков (оптовых покупателей).
		4-7	2. Средний ассортимент продукции, среднее качество продукции, средняя зависимость от одного или группы поставщиков (оптовых покупателей).
		1-3	3. Узкий ассортимент продукции, низкое качество продукции, высокая зависимость от одного или группы поставщиков (оптовых покупателей)
3	Качество менеджмента (управления)	8-10	1. Высокие успехи управленческой команды, низкая текучесть кадров, организационная структура соответствует масштабам бизнеса.
		4-7	2. Средние успехи управленческой команды, средняя текучесть кадров, организационная структура имеет отдельные недостатки.
		1-3	3. Низкие успехи управленческой команды, высокая текучесть кадров, организационная структура неадекватна масштабам бизнеса.

Таблица 3. Фрагмент данных деловой активности предприятий

Код объекта	Рейтинг деловой активности	Показатели		
		$x_1$	$x_2$	$x_3$
001	1	8	7	6
002	1	9	6	5
003	0	4	3	1
004	0	5	2	3
005	0	4	3	3
006	1	5	6	8
007	1	8	7	6
008	0	4	6	3
009	1	8	7	6
010	1	9	6	5
011	1	7	5	6
012	0	4	4	5
013	1	8	8	7
014	1	7	6	6
015	0	5	5	4

На основе анализа данных построена регрессионная зависимость для оценки делового рейтинга ( $R_d$ ):

$$R_d = -1,01 + 0,112x_1 + 0,037x_2 + 0,146x_3$$

Статистические характеристики уравнения:  $R^2 = 0,97$ ;  $CO = 0,084$ ;  $t_{b0} = -12,6$ ;  $t_{b1} = 6,95$ ;  $t_{b2} = 1,84$ ;  $t_{b3} = 7,69$ .

$$F_{\text{факт}} = 164,3.$$

Итоговая комплексная скоринг-модель может быть определена следующим образом:

$$R = w_1 R_\phi + w_2 R_d, \text{ где}$$

$R$  - итоговый расчетный рейтинг партнера;  $w_1, w_2$  - веса показателей,  $w_1 + w_2 = 1$ .

*Оптимизационные методы решения задач скоринга.* Рассмотрим более подробно пути построения скоринг-

моделей на основе использования методов линейного программирования.

Очевидно, что провести абсолютно точную классификацию на плохих и хороших партнеров невозможно, однако можно свести ошибку к минимуму. В этом случае задачу можно сформулировать как поиск коэффициентов линейной скоринговой модели, для которой ошибка, как разность между значением модельной функции и фактическим отнесением субъекта к определенному классу ( $y_i = 0/1$ ), будет минимальной.

Финансовую скоринг-модель ( $R_\phi$ ) будем искать в виде:

$$R_\phi = f(x_1, x_2, x_3) = a_1 x_1 + a_2 x_2 + a_3 x_3 + a_0, \text{ где}$$

$x_1$  - коэффициент текущей ликвидности;  $x_2$  - коэффициент соотношения собственных и заемных средств;  $x_3$  - коэффициент рентабельности активов;  $a_1, a_2, a_3$  - весовые коэффициен-

ты показателей;  $a_0$  – свободный коэффициент уравнения.

Задача поиска конкретного вида функции финансовой скоринг-модели формулируется следующим образом. Необходимо найти оптимальные значения коэффициентов скоринг-модели путем поиска минимума целевой функции  $Z = \sum [f_i(x_1, x_2, x_3) - y_i]^2 \rightarrow \min$  при следующих ограничениях:  $0,01 \leq a_i \leq 1$  для  $i = 1, 2, 3$ ;  $-10 \leq a_0 \leq 10$ .

Решение задачи методами линейного программирования (функция Поиск решения MS Excel) на данных, приведенных ранее, позволило найти следующий конкретный вид финансовой скоринг-модели:

$$R_{\phi} = 0,478x_1 + 0,011x_2 + 0,01x_3 - 0,17389$$

при значении целевой функции  $Z = 0,086478$ .

Аналогичным образом возможно нахождение скоринг-модели деловой активности ( $R_d$ ) в виде:

$$R_d = \psi(z_1, z_2, z_3) = b_1z_1 + b_2z_2 + b_3z_3 + b_0$$

, где

$z_1$  – отраслевой анализ рынка;  $z_2$  — ассортимент и качество продукции;  $z_3$  — качество менеджмента (управления);  $b_1, b_2, b_3$  - весовые коэффициенты показателей;  $b_0$  – свободный коэффициент уравнения.

Поиск оптимальных значений коэффициентов функции скоринг-модели деловой активности (для ограничений значений коэффициентов, аналогичных вышеприведенным) при значении целевой функции  $Z = 0,341424$ , приводит нас к следующему ее конкретному виду:

$$R_d = 0,15089x_1 + 0,01x_2 + 0,12786x_3 - 1,04039.$$

*Адекватность построенных моделей (точность классификации)* обязательно должна проверяться. Для этой цели пользуются либо методом «скользящего экзамена» для небольших выборок (модель строится на всей выборке за исключением одного партнера, выбран-

ного наугад, затем проверяется на этом партнере, и так перебираются все партнеры), либо при достаточно большой выборке она подразделяется на две части: на одной модель строится, на другой - проверяется.

*Некоторые выводы.* Скоринг-системы, построенные на основе математико-статистического анализа, обеспечивают более объективную оценку партнера, снижение уровня неверно принятых решений, быстроту рассмотрения значительного количества заявок, характеризующихся, в свою очередь, значительным числом показателей, беспристрастность в принятии решений.

При использовании скоринг-систем отсутствует необходимость в длительном обучении персонала экспертизе партнеров или обращении к признанным специалистам—экспертам.

Как методы регрессионного анализа, так и линейного программирования, применяемые для нахождения коэффициентов линейных скоринг-моделей, позволяют получить уравнения, достаточно хорошо описывающие фактические данные. Суммы квадратов ошибок достаточно незначительны. Методы нахождения параметров скоринг-моделей не критичны как к числу анализируемых данных, так и количеству характеристик, используемых в уравнении..

#### Библиографический список

1. Андреева Г. Скоринг как метод оценки кредитного риска // Банковские технологии. № 6. 2000. [http://www.bizcom.ru/bank\\_business/2000-06/02.html](http://www.bizcom.ru/bank_business/2000-06/02.html)
2. Асанов А. А., Борисенков П. В. и др. Метод многокритериальной классификации ЦИКЛ и его применение для анализа кредитного риска // Экономика и математические методы. — 2001. — №2. - С. 14-20.
3. Катаев А.В. Анализ особенностей организации и управления виртуальными

предприятиями //Административно-управленческий портал  
<http://www.aup.ru/>

4.Лукин М.И. Комплексная скоринг-модель оценки кредитного риска предприятий-заемщиков //Вестник Воронежского гос. ун-та. Воронеж: ВГУ, 2004. - Вып. 2. - С. 160-167.

5.Лукин М.И. Модель оценки кредитного риска потенциальных заемщиков // Вестник ВГУ. Воронеж:: Воронеж, гос. ун-т, 2004. - Вып. I. - С. 96-103.

6.Райсс М. Границы «безграничных» предприятий: перспективы сетевых организаций //Проблемы теории и практики управления, №1, 1997.

7.Тарасов В. Причины возникновения и особенности организации предприятия нового типа. //Проблемы теории и практики управления, №1, 1998.

8.Desai V. S., Conway D. G., Crook J. N., Overstreet G. A. Credit scoring models in the credit union environment using neural networks and genetic algorithms//IMA J. Mathematics applied in business and industry. 8/1997.

#### **Bibliographic list**

1.Andreeva G. Scoring as a method of credit risk estimate//Bank technology.

2.Asanov A.A. , Borisenkov P.V. and others. The method of multicriteria classification TSIKL/Cycle and its usage for the credit risk analysis// Economics and

mathematical methods.-2001. - №2.- p.14-20

3.Kataev A.V. The analysis of the peculiarities of the organization and management of virtual companies// Administration-management portal

4.Lukin M.I. Complex scoring-model of the credit risk estimate of borrowing companies//Vestnik of Voronezh State University. Voronezh: VSU,2004.- Ed. 2 –p.160-167

5.Lukin M.I. The model of credit risk estimate of the potential borrowing companies// Vestnik VSU. Voronezh: Voronezh, state un-ty, 2004. – Ed.1.- p. 96-103

6.Raiss M. The limits of the “unlimited” companies: the perspectives of the net organizations// The problems of the theory and the practice of management, №1, 1997

7.Tarasov V. The reasons of the appearing and the peculiarities of the organization of new type companies.// The problems of the theory and the practice of management, №1, 1998

8.Desai V. S., Conway D. G., Crook J. N., Overstreet G. A. Credit scoring models in the credit union environment using neural networks and genetic algorithms//IMA J. Mathematics applied in business and industry. 8/1997.

*Н.А. Лобахина*

### **МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕИ СОЗДАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

#### **Аннотация**

В условиях мирового системного кризиса сектор малого предпринимательства, обеспечивая гибкость и своевременную реакцию на происходящие изменения внешней среды, является одним из важнейших элементов системы стабилизации экономики страны. Всесторонняя поддержка малого бизнеса, помощь в организации собственного дела – сегодня одни из приоритетных направлений деятельности как на федеральном, так и на региональном уровне, а выбор и обоснование бизнес-идеи становятся одной из самых актуальных проблем для начинающих предпринимателей. В статье рассматрива-

ется разработка методологии формирования бизнес-идеи создания малых предпринимательских структур.

### **Annotation**

Under the global systemic crisis, the small business sector, providing flexibility and timely response to ongoing changes in the external environment, is one of the most important elements of the system to stabilize the economy of the country. Full support of small business, assistance in organizing their own business are one of the priorities for action at both the federal and regional level today, and the choice and justification of the business idea is one of the most pressing problems for start-ups. The development of the methodology forming business idea of creating small businesses is observed there in the article.

### **Ключевые слова**

Бизнес-идея, методология формирования бизнес-идеи, малое предпринимательство, методика мозгового штурма, PEST-анализ, SWOT-анализ.

### **Keywords**

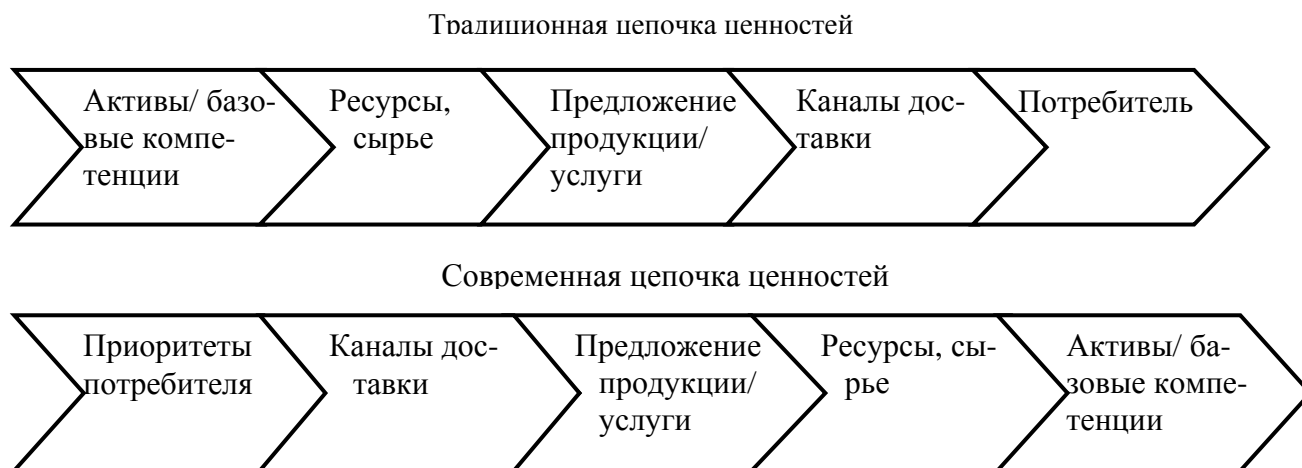
Business idea, the methodology for creating business ideas, small business, the technique of brainstorming, PEST-analysis, SWOT-analysis.

Развитие малых предпринимательских структур в условиях усиления кризисных тенденций, в рамках стабилизации экономическо-производственной системы является одной из наиболее важных задач как для страны в целом, так и для отдельных регионов, в частности. Сегодня экономика страны представляет собой пирамиду, на вершине которой находятся крупные предприятия, численностью работников от 251 и более, формирует же платформу малый бизнес, включающий в себя микро (до 15 человек)- и малые предприятия (до 100 человек). В развитых странах доля малого предпринимательства в ВВП страны колеблется на уровне 60-70%, относительно РФ этот показатель не достигает и 20%. В условиях резко меняющейся экономической парадигмы в сторону ориентации на потребителя, можно смело заявить, что стабильность экономики находится в прямой зависимости от состоя-

ния сферы малого предпринимательства.

Следует отметить, что актуальность развития именно малого сектора экономики обусловлена функциональными особенностями структур, выгодно отличающими их в современных условиях от крупных предприятий.

В условиях рынка все большую актуальность приобретает смена приоритетов от производителя, диктующего правила потребителю, к потребителю, диктующему, что и когда производить производителю, все сильнее проявляется необходимость в реверсе существующих цепочек ценности [1] (рисунок 1) является структурой, отличающейся значительной гибкостью и способностью к быстрой и своевременной реакции на изменение запросов потребителей, удовлетворению как явного, так и скрытого, потенциального, спроса на рынке.



*Рис. 1 Реверс цепочки ценности*

В качестве еще одной ключевой функциональной особенности малого предпринимательства, обуславливающей степень его значимости в кризисный период для экономики как страны в целом, так и для регионов, в частности, является реализация им социальной функции.

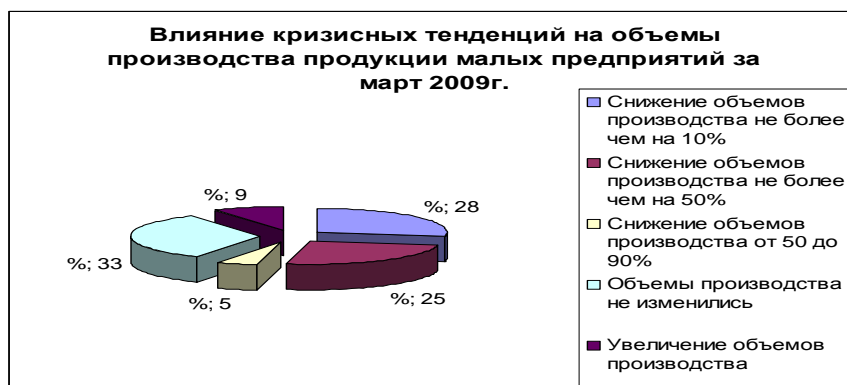
Значительное количество высвобождающейся в связи с ликвидацией и сокращением кризисных предприятий рабочей силы пополняет списки безработных. Эта проблема создает социальную напряженность, принимающую серьезные масштабы. Агрессия населения и неспособность государственных институтов принять адекватные меры могут привести к коллапсу гражданского общества и спровоцировать критические последствия.

В этой ситуации одним из наиболее эффективных инструментов снижения социальной напряженности является совершенствование системы поддержки и развития малого предпринимательства на уровне региона. Малый бизнес – приоритетная сфера, позволяющая человеку начать с нуля, используя минимальное количество стартовых активов и опираясь в большей степени на способности и персональные навыки самого субъекта предпринимательства.

В условиях экономического риска выбор и обоснование бизнес-идеи становятся едва ли не самой актуальной проблемой для начинающих предпринимателей. Это связано с нестабильным спросом, высоким уровнем конкуренции на большинстве рынков, личностными характеристиками и уровнем знаний индивида. Тем не менее старт нового бизнеса в условиях кризиса, как бы это ни противоречило традиционным стереотипам, может оказаться достаточно удачным мероприятием. Многие успешные предприятия родились именно в период рецессии. Например: компания General Electric Co. появилась в период паники 1873 года, а Hewlett-Packard была основана во время Великой депрессии.

Опираясь на результаты ежемесячного (март 2009) мониторинга влияния кризисных явлений на деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, зарегистрированных на территории Ростовской области, в котором принимали участие 165 респондентов из 12 городских округов и 43 муниципальных района области, был проведен анализ влияния кризисных тенденций на объемы производства малых предприятий (рисунок 2 [3]).





*Рис. 2. Анализ влияния кризисных тенденций на объемы производства малых предприятий Ростовской области*

Наряду со значительным уменьшением значения показателя на большинстве предприятий, стоит отметить, что 54 респондента (33%) оценили ситуацию как стабильную, а 15 (9%) предприятий констатировали увеличение объемов производства по отношению к аналогичному периоду прошлого года. Опираясь на результаты анализа, можно сделать вывод о том, что, по мнению респондентов, влияние кризисных тенденций на сферу малого предпринимательства воспринимается не как угроза внешней среды, а как возможность для развития бизнеса.

В рамках программы поддержки малого и среднего предпринимательства администрация Ростовской области предлагает ряд программ по субсидированию части затрат разной направленности. Практически все мероприятия программы обладают высоким экономическим эффектом и позволяют начать или развить бизнес, имея минимум собственных средств. В этой ситуации ключевой проблемой для начинающего предпринимателя становится выбор сферы деятельности и собственно бизнес-идеи.

Предпринимательская деятельность начинается на уровне мышления – от зарождения предпринимательской идеи до принятия решения [2].

Идея – это в широком смысле — мысленный прообраз какого-либо предмета, явления, принципа, выделяющий его основные, главные и существенные черты.

Таким образом, под бизнес-идеей можно понимать мысленно сформулированный и оформленный в текстовом носителе прообраз бизнеса, характеризующий его предмет, объект, основные бизнес-процессы и желаемый результат деятельности.

Под предметом бизнес-идеи следует понимать основное направление деятельности будущего предприятия, виды продукции или краткие характеристики услуг, которые будут формировать финансовые результаты.

В качестве объекта бизнес-идеи может выступать образ будущей компании: кто будет участвовать в бизнесе? в каком качестве? стоит ли привлекать внешних инвесторов и т.д. При определении характеристик объекта бизнес-идеи следует также оценить собственные финансовые возможности и принять решение об организационно-правовой форме и составе участников бизнеса.

Основные бизнес-процессы включают в себя приблизительные характеристики производства, ресурсы, которые потребуются для создания готового

продукта. На этапе анализа бизнес-процессов не имеет смысла углубляться в технологические тонкости, достаточно создать концептуальную модель.

Как правило, возникающих и предложенных идей на практике гораздо больше, чем реально реализованных.

Процесс формирования бизнес-идеи можно представить в виде сово-

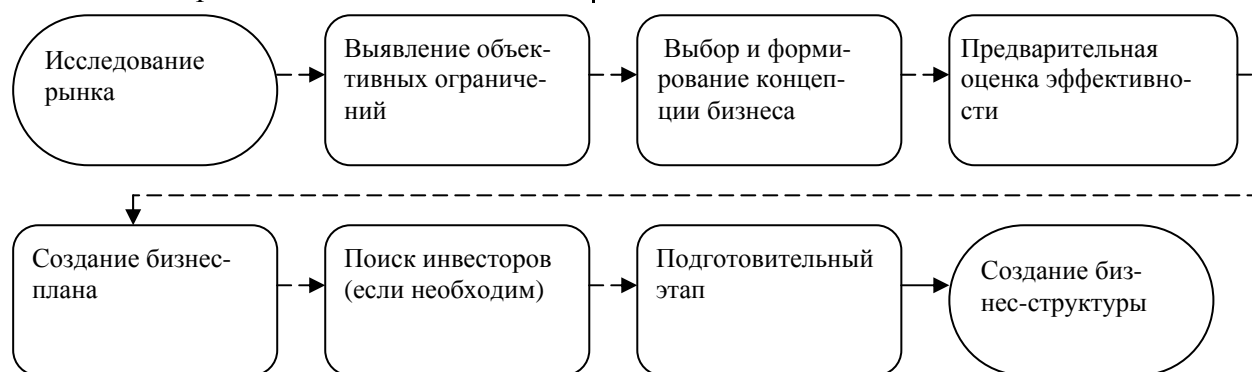


Рис. 3 Алгоритм формирования и реализации бизнес-идеи  
Источник: составлено автором

Основной проблемой на этапе создания бизнес-идеи является оценка и отбор наиболее адекватных и привлекательных.

Первый этап – исследование рынка, предполагает проведение анализа свободных ниш на рынке. Следует оценить внешние факторы в регионе, которые оказывают непосредственное влияние на предпринимательские структуры. Наиболее важным источником возникновения бизнес-идей являются потребности страны, региона, города, района, то есть социальный заказ. Например, в Ростовской области приоритетными являются направления деятельности, связанные с защитой окружающей среды, инновационными технологиями, ремесленничеством и народными художественными промыслами, въездным туризмом [3].

Носителями информации о возможностях развития бизнеса могут быть также печатные издания (газеты, журналы, книги и т.п.), люди (консультанты, эксперты, аналитики, научные работники, преподаватели вузов т.п.), технико-

купности последовательных этапов, каждый из которых предполагает сбор информации, а также проведение аналитической работы с применением различных инструментов. Этапы формирования и реализации бизнес-идеи представлены на рисунке 3.

информационные системы (радио, телевидение, компьютерные сети). Обычно потенциальные предприниматели пользуются этими носителями информации случайно, стихийно, а потому недостаточно. В совокупности вся информация о возможных идеях развития организации может составить банк идей, разработок, технологий и т.п.

Одним из наиболее эффективных инструментов анализа на первом этапе служит PEST-анализ.

PEST - акроним для политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые используются, чтобы оценить рынок для организационной или бизнес-единицы. PEST-анализ - полезный инструмент понимания рынка, позиции компании, потенциала и направления бизнеса. Для простоты и удобства анализа все факторы принято совместно рассматривать в виде четырехпольной таблицы.

Второй этап – выявление объективных ограничений создания бизнеса. На этом этапе проводится анализ таких фак-

торов, как: наличие собственного капитала; возможность привлечения средств со стороны; необходимость привлечения квалифицированного персонала; индивидуальные способности (таланты), навыки предпринимателя; субъективная привлекательность отдельных сфер деятельности для предпринимателя; допустимые временные затраты на создание и ведение бизнеса; максимальный срок окупаемости проекта; минимальная норма прибыльности.

На третьем этапе выбора и формирования концепции бизнеса происходит соответственно генерация самой идеи с учетом информации, полученной на первом и втором этапе.

Одним из наиболее эффективных методов на этом этапе можно считать метод «мозгового штурма». Для генерации бизнес-идей должна быть выбрана группа из нескольких человек, заинтересованных в создании бизнеса. Под генерацией понимается формирование общего списка подходящих видов бизнеса. В него могут входить как реальные, так и, на первый взгляд, совершенно неосуществимые бизнес-идеи. После составления списка методом голосования из него выбираются максимально подходящие идеи.

Результат «мозгового штурма», направленного на генерацию наиболее перспективных для области бизнес-идей, проведенного в г. Ростове-на-Дону, представлен в таблице 1. Состав участников: всего - 42 человека, из них 7 человек

представляли Аксайский район, 11 человек – Азовский район, 6 человек – Зерноградский район, 6 человек – Ростов-на-Дону, 4 человека – г. Шахты и 8 человек – представляли прочие районы Ростовской области. Социальный статус респондентов – руководители и собственники бизнеса, в том числе 19 человек – собственники бизнеса, опыт работы на малых предприятиях от 1 до 13 лет. Образовательный уровень – 100% участников мозгового штурма имеют высшее или среднеспециальное образование.

На 1-м этапе было высказано 29 идей.

На 2-м этапе, при проведении анализа предложенных идей, была проведена проверка соответствия их ряду критериев:

1. Можно ли уложиться в сумму 250 тысяч рублей для старта?
2. Есть ли спрос в Ростовской области на данную продукцию или услугу?
3. Требуется ли специальные знания и опыт работы по данному направлению деятельности?

В результате список идей сократился до 17.

На 3-м этапе было проведено голосование с целью определения приоритетов в отношении выдвинутых идей.

Технология голосования: каждый участник получил по 5 голосов, которые мог разделить в любом порядке между оставшимися идеями.

Таблица 1. Рейтинг бизнес-идей для старта нового бизнеса при условии получения субсидии

№ п/п	Бизнес-идея	Количество голосов
	Организация объекта обслуживания жилищно-коммунального хозяйства	22
	Организация объекта общественного питания	21
	Розничная торговля продуктами	19
	Производство и продажа продукции птицеводства	18
	Домашний детский сад	17
	Разработка сайтов, услуги программного обеспечения	16

Продолжение таблицы 1

Производство и продажа продукции растениеводства	15
Ремонт оргтехники	13
Услуги няни, уборка по дому	12
Организация праздников	11
Автомойка	9
Ателье	9
Оптовая торговля продуктами	8
Организация грузоперевозок	6
Гостиница для животных	6
Производство этнических сувениров	5
Букмекерские услуги	3
Итого голосов (42*5)	210

Таким образом, мы выяснили, что наиболее привлекательными бизнес-идеями для предпринимателей области являются: организация объекта обслуживания жилищно-коммунального хозяйства, организация объекта общественного питания и розничная торговля продуктами.

Альтернативным подходом к формированию перечня бизнес-идей является социологическое исследование общественного мнения, позволяющее на основании анализа первичных данных, полученных от непосредственных потребителей, выявить скрытый спрос на определенный вид продукции или услуг.

На четвертом этапе – предварительной оценки эффективности проекта – наиболее эффективным инструментом, позволяющим провести экспресс-оценку идеи на начальном этапе, по мнению автора, может служить SWOT-анализ.

SWOT – метод анализа в стратегическом планировании, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории: Strengths (Сильные стороны), Weaknesses (Слабые стороны), Opportunities (Возможности) и Threats (Угрозы), практически не используется в оценке бизнес-идей.

В условиях применения SWOT-анализа к проблеме выявления сильных и слабых сторон бизнес-идей анализ

среды направлен на выявление угроз и возможностей, которые существуют во внешней среде по отношению к новому предприятию, а также сильных и слабых сторон, которыми обладает вновь создающееся предприятие по сравнению со своими конкурентами. Это дает представление о потенциальных рисках нового бизнеса, позволяет принять более взвешенное решение, предусмотреть альтернативные стратегии, а при необходимости – разработать новую бизнес-идею.

Методология SWOT-анализа предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей, а далее установление цепочек связей между ними, которые в дальнейшем могут быть использованы для формулирования стратегии новой бизнес-структуры.

Пятый этап – формирование бизнес-плана – предполагает написание компактного документа, который позволит определить последовательность действий с целью оправдания ожиданий относительно эффективности бизнес-проекта. Бизнес-план является главным документом для кредиторов и основным инструментом для исполнителей.

Бизнес-план не носит директивного характера, а определяется потребностью потенциального руководителя организации в детализации перспектив развития, позволяющей не только про-

считать возможные риски, но и представить исполнителям перспективу их деятельности. Бизнес-планирование позволяет также определить ресурсы, требуемые для достижения поставленных целей, и определить сбалансированную систему показателей, с помощью которой можно осуществлять оперативное управление и оценку степени успешности реализации стратегии на отдельных ее этапах.

Шестой этап в алгоритме является необязательным и реализуется в случае необходимости привлечения внешних источников финансирования. Стоит отметить, что поиск инвесторов происходит на основании составленного ранее бизнес-плана.

Седьмой этап включает в себя общую подготовительную работу, связанную с поиском помещения, персонала, закупкой необходимых материалов, регистрацией и постановкой на налоговый учет предприятия.

Под восьмым, заключительным, этапом понимается запуск производства продукции или оказания услуг, то есть трансформацию бизнес-идеи в полноценный бизнес.

Таким образом, представленная автором методология формирования бизнес-идеи позволит создать эффективную бизнес-структуру на основании упорядоченной последовательности этапов принятия решений. Представ-

ленная методология позволит начинающим предпринимателям выявить объективные потребности региона и собственные субъективные пожелания, оценить эффективность и адекватность разработанной бизнес-идеи сложившейся экономической ситуации, минимизировать потенциальные риски, использовать возможности различных программ развития и поддержки предпринимательства на региональном уровне.

#### **Библиографический список**

1. Сливотски А., Моррисон Д. Маркетинг со скоростью мысли. – М.: Изд-во Эксмо, 2003. – 448с.;
2. Филобокова Л.Ю. Рыночная устойчивость и конкурентоспособность малого предпринимательства: Монография.- Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2008;
3. Портал «Малый и средний бизнес Дона» <http://mbdon.ru/support.htm?>

#### **Bibliographic list**

1. Adrian Slivotski, David Morrison. Marketing at the speed of thought. M.: Ecsmo, 2003;
2. Filobokova L. Market stability and competitiveness of small business. Volgograd. FGOU VPO VAGS. 2008;
3. Portal "Small and Medium Business Don" <http://mbdon.ru/support.htm?>

## РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РЕШЕНИЯ

*Н.Г. Гамалева*

### МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СОЗНАТЕЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

#### Аннотация

Поскольку главным объектом воздействия маркетинга является потребитель, особенности его рациональных и иррациональных мотивов совершения покупки требуют тщательного и глубокого изучения. Методы воздействия на сознание потребителя должны постоянно обогащаться и совершенствоваться.

Данная статья посвящена исследованию поведения потребителей, определению направленности и ориентации потребительского сознания.

#### Annotation

As a consumer is the main subject of marketing influence, the peculiarities of his both rational and irrational buying motives demand careful and thoughtful studies. The methods of influence on consumers` consciousness should be constantly enriched and improved.

The given article is devoted to the research of consumers` behaviour, definition of the direction and orientation of consumers` consciousness.

#### Ключевые слова

Рыночная среда, маркетинговая культура, экономическое сознание поведение потребителя, сознательная составляющая, маркетинговые коммуникации.

#### Keywords

Market environment, marketing culture, economic awareness, consumer`s behaviour, consciousness constituent, marketing communications.

Определение направленности и ориентации сознания потребителя - это чрезвычайно сложная задача. Вполне естественно, что не существует единой модели поведения потребителя, которая бы позволила рассмотреть все составляющие его действий на рынке. Как и в познании любого другого явления, для изучения сознания потребителя используется подход «черного ящика», на который оказывают воздействие побудительные факторы и раздражители, проникающие в сознание покупателя и вызывающие определенные отклики.

Ряд исследователей идут по пути детализации факторов воздействия на

сознание и ответных реакций. В качестве основных побудительных факторов рассматриваются четыре элемента: товар, цена, методы распространения и стимулирования. Прочие раздражители слагаются из основных сил и событий из окружения покупателя: экономической, научно-технической, политической и культурной среды. Ответные реакции сознания потребителя - это выбор товара, торговой марки, места и времени покупки, ее объема.

Сопоставление раздражителей и ответных реакций покупателя - это классическое исследование сознательной составляющей человеческой дея-

тельности, такое же, как и в других науках, исследующих сознание: в биологии, медицине, психологии и т.д. Специфику составляет только сфера реализации сознания - процесс приобретения товаров, а вид сознания определяется как экономическое сознание. В ходе анализа сознания покупателя он характеризуется с точки зрения восприимчивости к раздражителям и реакции на них. Результат изучения сознания потребителя - моделирование процесса принятия покупательского решения.

Именно на представлениях о механизмах принятия решений о покупке строятся маркетинговые коммуникации, обеспечивающие связь предпринимателя с потребителем. Следует заметить, что в поведении потребителя проявляется не только сознательная (рациональная, интеллектуальная, культурная) составляющая, но и обнаруживается влияние комплекса бессознательных, чувственных, интеллектуальных, а также культурных и физиологических потребностей. Поэтому в маркетинге при изучении экономического сознания потребителя учитываются следующие важнейшие положения:

- поведение потребителя определяется рациональными и иррациональными причинами;
- мотивации часто взаимообусловлены, что вызывает необходимость изучения проявления экономического сознания в совокупности всех его аспектов, а не ограничения одним из них;
- направленность экономического сознания невозможно сразу выявить, его можно определить в результате изучения всей совокупности данных;
- экономическое сознание и поведение не являются данными раз и навсегда, со временем они могут изменяться, они подвергаются различным влияниям (от увеличения дохода до изменения круга знакомств).

Цели изучения маркетингом экономического сознания потребителя дос-

таточно очевидны и направлены на установление:

- мотивов и препятствий для осуществления покупки;
- оптимального процесса получения информации;
- логики и ключевых этапов процесса принятия решений;
- существования лидеров, определяющих общественное мнение, степень их влияния, а также степень воздействия торговых фирм;
- отношения ко всем составляющим процесса приобретения: контактов с продавцом, рекламой, сервисной поддержкой и т.д.;
- степени значимости для данного потребителя или группы потребителей конкретного товара или услуги;
- типологизации потребителей по самым различным критериям: доходу, классовой принадлежности, иным психосоциологическим аспектам;
- важнейших факторов изменения решений о покупке и т.д.

При освещении вопросов анализа экономического сознания в маркетинге необходимо обратить внимание и на такой аспект, как активное использование результатов изучения экономического сознания в рекламной деятельности, составляющей важнейший канал рыночных коммуникаций.

Изучение экономического познания потребителя необходимо для определения таких важнейших ее составляющих как:

- разработка аргументации при формировании рекламного сообщения;
- определение сегмента потенциальных покупателей и влияние на них;
- выявление запретных тем и ограничений при адресации к получателю сообщения;
- установление требуемого типа рекламного сообщения, свойства сознания, к которому оно апеллирует (жизненные ценности, мода, рациональность выбора, новизна и т.д.).

Десятилетия изучения экономического сознания в рамках исследований поведения потребителей позволяют обобщить их результаты и сформулировать общие положения основных составляющих формирования и проявления экономического сознания.

Поведение покупателя при совершении покупки рассматривается как сознательный процесс решения проблемы выбора и совершения действия, включающий следующие стадии:

- осознание проблемы;
- поиск информации;
- оценка альтернатив;
- решение о покупке;
- поведение после совершения покупки.

Уже первый этап - осознание проблемы - непосредственно связан с сознательной составляющей в экономических действиях. Следует заметить, что в большинстве случаев поведение потребителя основано не на специальном мыслительном процессе, а на рутинной реакции, когда уже накоплены достаточные знания и опыт, выработаны предпочтения в отношении одной или нескольких товарных марок, мест совершения покупок и т.д.. Рутинность и традиционность поведения упрощают процесс выбора товара и не требуют привлечения дополнительной значимой информации, поскольку во многом потребление является делом привычки, инерции и ожидания, предрасположенности, предвидения, охватывающих большой период времени. Однако рутинность потребления не должна снижать важность и значимость выделения его сознательной составляющей. Более того, на фоне основной массы потребителей, не уделяющих специального внимания большей части покупок, выделяются покупатели-знатоки, обладающие следующими качествами:

- высокая информированность об интересующих товарах и способность сравнивать и выбирать, отвлекаясь от

подсказок рекламы, марок или продавцов. Это означает умение находить лучшее соответствие качество-цена, критический подход к мнениям и навязываемым стереотипам;

- способность отделять свойства собственно товаров от услуг в месте продажи, увеличивающих ценность товара. Таким образом, знаток обычно сравнивает качество не только самих товаров и услуг, но и магазинов, проводя анализ всего процесса приобретения и использования товара.

- способность быстро распознавать сходные марки. Знаток необязательно выберет очень известную марку вместо менее известной только потому, что она ему более знакома или из-за ее имиджа. Товар всегда должен восприниматься как обладающий особой ценностью. В таком подходе проявляется ментальная отличность данного субъекта потребления.

Потребители-лидеры - это лишь небольшая часть, но самая выразительная часть покупателей, для которых процесс приобретения может даже не воспринимается как приятное или неприятное действие, а скорее, выступает как обязанность, которую нужно выполнять и делать это в наиболее комфортных условиях. Именно на эти условия во многом направлены коммуникативные и сервисные элементы маркетинга, которые через выяснение действующих факторов и мотивов поведения потребителей стремятся к созданию условий для реализации ожиданий, формируемых экономическим сознанием. Основные ожидания:

- безопасности и качества приобретаемой продукции;

- возможности поддержки и помощи в вопросах, связанных с использованием продукции.

Качество представляет, с точки зрения потребителя, пригодность продукта для достижения его целей. Производитель может исходить из того, что



вероятность покупки продукта прямо зависит от его воспринятого качества. К показателям качества следует отнести и качество упаковки: последнее играет существенную роль для потребителей.

Сознательное присутствует во всей цепочке процесса приобретения товара или услуги. Сам процесс покупки начинается задолго до совершения акта купли-продажи, а ее последствия проявляются в течение долгого времени после совершения этого акта. Сознательное в процессе покупки проявляется в том, что покупатель осознает проблему или нужду. Не только рациональным, но и телесным, и интуитивным, и эмоциональным восприятием потребитель ощущает нужду, потребность, разницу между существующим и желаемым состоянием.

Маркетинг направлен на изучение самых различных внутренних и внешних раздражителей, так как предпринимателю необходимо выявить обстоятельства, которые обычно определяют процесс осознания необходимости совершения действий по покупке. При этом выясняются:

- а) состав и структура нужд и потребностей;
- б) причины их возникновения;
- в) взаимосвязи и взаимозависимости удовлетворения нужд и потребностей и приобретения конкретного товара, как и в какой степени именно данный товар способствует удовлетворению возникших желаний.

При этом обращается внимание, что сознательная составляющая может по-разному проявляться в действии потребителей: индивидуально в большей или меньшей степени они занимаются поиском информации о товаре. Высокая информационная составляющая в потребительских действиях еще раз свидетельствует о сложном нематериальном содержании сущности экономических действий. Поиск информации о товаре - это познавательная деятельность эконо-

номического сознания. В поисках информации потребитель, как правило, обращается к таким источникам как:

- личный эмпирический опыт (осознание, изучение, использование товара);
- близкое окружение (семья, друзья, знакомые);
- коммерческие источники (реклама, продавцы, упаковка, выставки);
- общедоступные источники (средства массовой информации).

Естественно, что влияние этих источников информации варьируется в зависимости от товарной категории и характеристик покупателя - каждый вид источников может по-разному сказываться на принятии решения о покупке, вместе с тем личные источники выделяются, как правило, как самые эффективные. Это вполне очевидно - собственно решение о покупке принимается потребителем лично, и те источники, которые воздействуют на него непосредственно, способны в наибольшей степени учитывать его характеристики - именно они будут наиболее действенны.

Маркетинг устремлен на то, чтобы добиться в своих коммуникациях наибольшей степени воздействия на потребителя, а это возможно только при формировании четкого представления о механизмах действия экономического сознания потребителя. Данные механизмы изучаются на основе выделения ключевых понятийных и функциональных элементов, обеспечивающих выбор и приобретение товара. Для этого самим товарам, их свойствам придаются такие свойства, которые способны непосредственно реализоваться в сознании потребителя как значимые. Кроме того, различные свойства товаров оцениваются и ранжируются в сознании потребителя - этот процесс не менее значим, чем анализ отдельной характеристики товара.

Наиболее ярко воздействие средств маркетинга проявляется в фор-

мировании специального набора убеждений о товаре или услуге, который выражается в торговой марке и бренде. Данные убеждения могут колебаться от знания подлинных свойств товара или услуги по собственному опыту до знаний, являющихся результатом избирательного восприятия, избирательного искажения и избирательного запоминания.

Следует заметить, что воздействие на сознание покупателя не ограничивается только процессом покупки товара, но и распространяется на его потребление и утилизацию, что является основой для совершения последующих покупок. Реакция на потребление завершает процесс покупки и непосредственно удовлетворяет нужды потребителя, в том числе и на психологическом уровне. Именно после потребления приобретенного в сознании покупателя формируется ряд реакций на полученные товар или услугу, которые значимы для предпринимателя. Поэтому маркетинговый анализ сознания потребителя не кончается с актом покупки, а продолжается и в послепродажный период. Осознание степени удовлетворенности совершенным приобретением осуществляется индивидом в направлении соотношения между ожиданиями и получаемыми эффектами от эксплуатации товара или потребления услуги: чем больше разрыв между ожидаемыми и реальными свойствами, тем острее неудовлетворенность потребителя.

Представленные маркетинговые подходы к пониманию процессов формирования экономического сознания потребителя носят достаточно общий характер: в действительности все факторы и условия действуют постоянно на потребителя на каждом этапе принятия решения и провести четкие границы их влияния невозможно. Однако определенное структурирование направлений различного рода воздействий позволит более четко сформировать представле-

ние о сознательных механизмах принятия решения о покупке. Для упрощения анализа подразумевается, что потребность в определенном товаре потенциальный покупатель испытывает в индивидуальном порядке под воздействием факторов внешней среды. Опять-таки следует подчеркнуть, что влияют все факторы: и культурные, и социальные, и психологические. Также достаточно индивидуально сопоставление сил, которые готов приложить потребитель для совершения покупки - часто легкодоступность товара является значительно более значимым фактором приобретения, чем действительная нужда в нем. Но, несмотря на высокую индивидуальность формирования сознания потребителя, выделенные выше его составляющие представляются как ключевые.

Рассмотренные ключевые аспекты понимания механизмов действия экономического сознания на уровне потребителя реализуются в деятельности предпринимателя, который также выступает носителем экономического сознания.

Для осознанных действий на рынке оценка и моделирование поведения потребителей на рынке, выявление их мнений и предпочтений, мотивация покупок имеют огромное значение. Традиционно используемые для этого приемы - опросы потребителей, включая анкетирование и панели. В ходе исследования изучается реакция покупателей на товарное предложение и определенные маркетинговые мероприятия, устанавливаются побудительные причины покупки, степень удовлетворенности покупателей свойствами товара, в том числе его ценой, изучается психологическое отождествление качества товара и его цены. Основные сферы, на которые направлено изучение потребительского поведения:

- отношение к производителю, продавцу товара;
- отношение (мнение, предпочте-

ния) к различным аспектам деятельности производителя, продавца в разрезе отдельных элементов удовлетворения потребностей (выпускаемые и новые продукты компании, характеристики модернизируемых или вновь разрабатываемых продуктов, ценовая политика, эффективность сбытовой сети и деятельности по продвижению продуктов - то, что часто называется отдельными инструментами маркетинговой деятельности);

- уровень удовлетворения запросов и ожиданий потребителей;
- намерения потребителей;
- принятие решений о покупке, определение структуры закупочного центра;
- поведение потребителей до, во время и после покупки;
- мотивация потребителей.

При изучении поведения потребителей используются различные методы статистического, математического анализа:

- формируются ряды распределения потребителей по одному из признаков (например, распределение потребителей по времени признания товара);
- составляются структурные и аналитические группировки, в том числе комбинированные, позволяющие охарактеризовать состав покупателей и зависимость выбора товара от каких-либо причин, например, от социального статуса семьи и ее типа, психологических факторов и т.п.;
- строятся многофакторные регрессионные модели, которые выявляют обусловленность покупки набором каких-либо факторов, например, демографических, экономических и т.д.

Таким образом, исследование поведения потребителей нацелено на познание всего комплекса побудительных мотивов, которыми руководствуются потребители при выборе товаров. Основными объектами являются: отдельно взятые потребители, семьи,

юридические лица. Результаты подобных исследований выражаются в типологии потребителей, моделировании их поведения на рынке и прогнозе спроса. Экономическое сознание в данных исследования учитывается в форме уже упоминавшегося «черного ящика», закономерность работы которого определяется по ответным реакциям на задаваемые раздражители. При подобном подходе снижается учет ценностных и психологических составляющих поведения потребителя, поскольку ключевой момент всей цепи принятия решения о покупке, кроме воздействия всех вышеуказанных факторов, содержит субъективно значимые оценочные действия, посредством которых индивид соотносит результаты потребления своей покупки с социальным и культурным результатом.

#### **Библиографический список**

1. Алдер Г. Маркетинг будущего: диалог сознаний. Общение с потребителями в XXI веке. - М.: Гранд-Фаир, 2003. - 448 с.
2. Алешина И.В. Поведение потребителей. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. - 384 с.
3. Блэкуэлл Д., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. / Пер. с англ. 9-е изд. - СПб: Питер, 2002. - 624 с.
4. Гоз С., Овчинникова Т., Хорев А. Модели поведения потребителей// Маркетинг и маркетинговые исследования, № 6, 2002.
5. Ждановская Г. А., Васина Е. А. Потребительское поведение и факторы, определяющие колебания спроса на те или иные виды товаров и услуг. Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - 1996. - № 2. - С. 4-9.
6. Классика маркетинга / Энис Б.М., Кокс К.Т., Моква М.П. - СПб.: Питер, 2001. - 752 с.
7. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. - 2-е европ. изд. - СПб.: Вильямс, 2000. - 944 с.

8.Маркетинговые исследования потребительского рынка/ В.Анурин, И. Муromкина, Е. Евтушенко. - СПб.: Питер, 2004 - 270 с.

9.Фролова Н.Л., Чеканский А.Н. Теория поведения потребителей и рыночный спрос.- М.: ТЕИС, 1996. - 128 с.

#### **Bibliographic list**

1.Adler G. Marketing of the future: dialogue of minds: Communication with consumers in 21 century.

2.Aleshina I.V. Consumers` behaviour.

3.Blackwell D., Minnyard P., Angel G. Consumers` behaviour.

4.Ghoz S., Ovchinnikhova T., Chorev A. Models of consumers` behaviour.// Marketing and marketing research.

5.Zhdanovskaya G.V., Vasina E.A. Consumers` behaviour and factors influencing demand fluctuations for these or that types of goods and services.// Marketing and marketing research in Russia.

6.Classics of marketing? Anis B.M., Kokes K.T., Mokva M.P.

7.Kottler F., Armstrong G., Sonders D., Vong V. Basics of Marketing.

8.Marketing research on consumer market/ V. Anurin, I.Muromkina, E.Evtushenko

9.Frolova N.L., Chekansky A.N. The theory of consumer`s behaviour and market demand.

*В.А. Бондаренко*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВМЕЩЕНИЯ МАРКЕТИНГА И ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ПОДСИСТЕМЫ ЭКОНОМИКИ**

### **Аннотация**

В данной статье рассматриваются теоретические аспекты совмещения маркетинга и инфраструктуры, понимаемой, как подсистема экономики. Автор акцентирует внимание на ряде современных практикоориентированных вариантов маркетинговой активности, а также предлагает дополнить характеристику классификации видов современного маркетинга критерием учета специфики используемой инфраструктуры.

### **Annotation**

The paper discusses theoretical aspects of marketing and infrastructure as economics subsystem combination. The author defines modern types of marketing practice and also suggests adding modern marketing classifications description by account of using infrastructure.

### **Ключевые слова**

инфраструктура, виды маркетинга, персональная компонента.

### **Key words**

Infrastructure, types of marketing, personal element

В настоящее время на земном шаре не существует ни одного государственного образования, находящегося в состоянии автаркии, и следует признать, что экономика большинства национальных единиц имеет явно выраженную рыночную направленность, что прояв-

ляется в реализации активной товарной и служебной политики. Всеобщее стремление к «товарности»<sup>1</sup> неизбежно по-

<sup>1</sup> Такое состояние экономики, когда услуги и продукты производятся не для собственного потребления, а на продажу в больших объемах на регулярной основе.

рождает явление конкуренции, нарастание которой детерминирует активное и все более возрастающее применение инструментов маркетинга в качестве орудия конкурентной борьбы.

Высококонкурентные рынки промышленно развитых стран породили своеобразное состояние экономики, философия маркетинга в которой является неизменным атрибутом ее существования<sup>2</sup>. Другой стороной данной ситуации является то обстоятельство, что само существование высококонкурентных рынков подразумевает развитую экономику, в которой осуществляется массовое производство товаров и услуг в количествах, превышающих потенциальный спрос. Прогрессирующее производство и потребление рыночных продуктов обеспечиваются соответствующим или опережающим развитием инфраструктурных комплексов, как подсистемы экономики. Такой параллельный рост инфраструктуры и маркетинга в границах растущей экономики неизбежно актуализирует рассмотрение взаимопроникновения и взаимовлияния этих явлений. Ф. Котлер в своей классической работе [3] фактически жестко увязывает маркетинговую среду с инфраструктурным обеспечением.

В свою очередь, диалектическое развитие теоретической экономики позволило разделить все отрасли народного хозяйства на основные и так называемые подготовительные, не производящие прибавочного продукта, который ими производится в косвенном виде, будучи растворен в прибавочном продукте отраслей, непосредственно производящих таковой. Невозможность полноценного ценового регулирования в сфере деятельности подготовительных составляющих производственного комплекса детерминировала выделение та-

ких отраслей в группу, называемую инфраструктурой. Ее материальные объекты, институциональные и персональные составляющие финансировались преимущественно из национального бюджета, что привело к пониманию последней, как общенациональной или глобальной услуги. Будучи частью экономики, инфраструктура является динамично развивающимся комплексом, от своевременного и опережающего развития которого зависит прогрессивный рост обеспечиваемой отрасли. Дальнейшее развитие практики и научного осмысления экономического прогресса привело к формулированию термина и понятия инфраструктуры в относительно законченном виде, представляющем системное триединство материальной, институциональной и персональной компоненты [9].

Наиболее подвижной составляющей системной целостности инфраструктуры является ее персональная компонента, флуктуации которой неизбежно порождают соответствующие разноамплитудные трансформации всей инфраструктуры. В этом смысле показательным является пример компании Premium Standard Farms (Миссури, США) [7. С. 95-96]. На этом мощном мясоперерабатывающем производстве (пять тысяч туш КРС в сутки) существовала высокая текучесть кадров, определяемая непрестижными условиями труда, снижающая эффективность инвестирования в отрасль. Маркетинговый анализ Б. Хилла (менеджер чикагской Hay Group, специалист по мотивации персонала) показал, что основной причиной этого положения является недостаточная мотивация работников к своей деятельности. Благодаря его консультациям без изменения уровня финансирования через 2 года проведенные инновации по коррекции мотивации сотрудников позволили сократить ежемесячные расходы на персонал на 300 тыс. дол. при увеличении премирования ра-

<sup>2</sup> Поскольку обеспечивает относительно устойчивое положение за счет учета, прогнозирования и соответствия изменяющимся конъюнктурам.

ботников до 1 тыс. дол. на каждого служащего компании ежегодно. При этом улучшилось «качество рабочих мест», то есть произошла трансформация инфраструктуры предприятия в финансовой и материальной части.

Данный пример демонстрирует результат реализации внутрифирменного маркетинга по работе с персоналом, выразившийся в трансформации инфраструктуры данной фирмы и повлекший определенные экономические последствия. Следовательно, именно персональная компонента инфраструктуры может выступать в конкретных случаях в качестве базового «Р» из комплекса маркетинга, то есть персонала. Так как основным ресурсом для реализации различных маркетинговых решений, выбранных алгоритмов стратегической направленности, инноваций в товарной и служебной политике является именно персонал организации.

Часть маркетинговых стратегий, реализуемых в современных бизнес-проектах, может непосредственно влиять на финансовое и иное состояние фирм и организаций, однако значительное количество маркетинговых решений реализуется с помощью персонала через инфраструктурные трансформации соответствующих экономических образований. Данное обстоятельство позволяет подойти к рассмотрению реализации базовых современных видов маркетинга через призму производимых ими инфраструктурных трансформаций.

На настоящий момент можно выделить следующие исходя из реалий практики перспективные варианты маркетинговой активности, продемонстрированные ниже (рис.1). Общей платформой для их формирования является продемонстрированная на практике эффективность воздействия на потребителей, (исходя из критерия «затраты на маркетинг – увеличение продаж»).

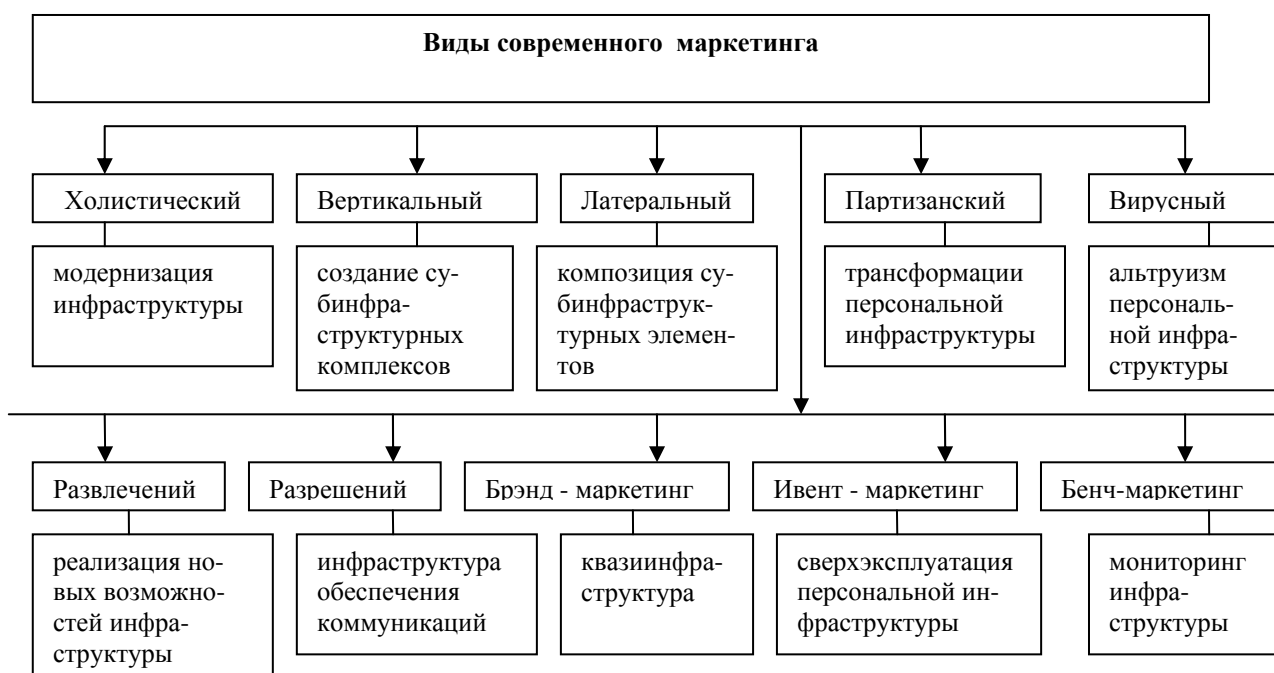


Рис.1. Виды современного маркетинга в зависимости от специфики используемой инфраструктуры<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Разработано автором.

Все практические разновидности маркетинга используют уже существующую общехозяйственную и внутрифирменную инфраструктуру, однако, в зависимости от направленности действий маркетингоориентированного персонала, происходит некоторая трансформация используемой инфраструктуры в каждом конкретном случае под существующие задачи.

Взгляд на маркетинг, как на внутреннюю политику, пронизывающую всю деятельность компании, порождает его разновидность, именуемую «холистический маркетинг». Холистический маркетинг означает преобладание в нем целого над частным. При таком взгляде на маркетинговую активность в ней теоретически участвуют потребители, сама компания и ее партнеры. Выявленные потенциальные возможности, относительно четко сформулированные запросы потребителей переводятся на язык необходимых ресурсов (выделение в составе необходимых, доступных для компании и реально у нее имеющихся), прилагаются совместные усилия по созданию продуктивного сотрудничества.

Также выделился в отдельную, несколько дистанцированную сферу вертикальный маркетинг. Он не имеет определенной четкой трактовки и фактически основан на выборе новых направлений при использовании уже существующих старых идей. Традиционно к числу методов, применяемых при данном виде маркетинга, относят такие компоненты, как: модуляция, варьирование упаковкой, варьирование размерами, изменение дизайна, введение добавок, прощение форм оплаты покупок.

Вторичный маркетинг, или латеральный, так же, как и вертикальный, не имеет четко выраженной трактовки. Он, в противоположность вертикальному, основан на использовании так называемых новых идей. Но, исходя из самого

названия «вторичный», можно понять, что речь идет опять-таки о некотором заимствовании, то есть о создании новой идеи из нескольких старых.

Партизанский маркетинг состоит в использовании новых методов продвижения продукта. Естественно, что границы применения партизанского маркетинга обычно очерчиваются исчерпанием эффекта новизны товара или услуги.

Маркетинг развлечений. Заключается в приглашении ключевых клиентов или сотрудников, рыночных посредников, с которыми сотрудничает организация, в рестораны, на спортивные мероприятия и т.п. с целью предоставления им эмоциональных впечатлений, создания у них чувства сопричастности к образу жизни богатых (великих) людей. К подобному же классу маркетинговых усилий можно отнести предоставление пассажирам в самолете или поезде необычных для них услуг: массажа, маникюра, ароматерапии и т.д. Очевидно также, что эффект от такой политики будет проявляться только в плане формирования гуд-вилла, да и только на период некоторой новизны подобного мероприятия, когда же оно станет для клиентов обыденным, то его отсутствие будет, напротив, вызывать раздражение и мнение, что их обслужили не должным образом, ликвидировав из цикла услуги «неотъемлемые» элементы.

Вирусный маркетинг. В данном случае положительную информацию о продукте/услуге потребители передают друг другу при личной встрече или через Интернет. Но, в общем-то, широко известно, что быстро и эффективно обычно передается негативная информация. Кроме того, передача информации «от сердца к сердцу» или «из уст в уста» является одной из наиболее древних форм коммуникации. Ее эффект пытаются использовать, привлекая к акту потребления новинки категории

потребителей «новаторов» и «ранних последователей» [2. С 59-61].

Маркетинг разрешений. Суть данного направления заключается в снижении чувства беспокойности потребителей, предотвращении у них возникновения отрицательного отношения к компании, которая, ориентируясь прежде всего на CRM-технологии (Customer Relationship Marketing/Management)<sup>4</sup>, создает и активно использует клиентскую базу. Подобное направление достаточно эффективно при работе с жителями крупных городов и городов-гигантов, для которых чувство беспокойности, подверженность стрессам и психологический дискомфорт являются, скорее, нормой, чем исключением, то есть фирмам необходимо позиционироваться, как «заботящимся» о благе клиента, его здоровье и счастье, как наивысшей ценности. Примером могут служить слоганы и призывы такого рода, как: «Свет, ведущий к жизни» (медицинский концерн «Яманучи»), «Avon вместе с женщинами против рака груди» (косметический концерн «Avon» и т.д.). Кроме того, у клиентов с пониженной психологической устойчивостью вызывает беспокойство возможность использования информации о них в неприемлемом для них направлении. Это связано с тем, что маркетинг все активнее вторгается в частную жизнь людей, например, при телефонных опросах, или опросах на улице. Потребитель порой начинает испытывать дискомфорт от вторжения в его частную жизнь, поскольку, располагая полной персональной информацией, некоторые компании слишком навязчиво напоминают о себе, например, под видом выигрыша в лотерею пытаются реализовать клиенту старые, вышедшие из моды книги или иные товары. В рамках упомянутого вида маркетинга фирмы стараются развеять отмеченное чувство

<sup>4</sup> Так называемый клиентоориентированный подход.

обеспокоенности. Например, у потребителя спрашивают разрешение на получение и использование информации, касающейся его персональных данных и т.д.

Помимо вышеуказанных вариантов маркетинга, при акцентировании внимания на один или несколько инструментов реализации рыночного воздействия на потребителя, определяют такое направление маркетингоориентированных решений, как брэнд-маркетинг, или политика управления брэндами [1]. В этой отрасли ключевое значение уделяется не только управлению уже существующими брэндами, сколько даются рекомендации по созданию новинки, благодаря названию «обреченной на успех» у потребителя. В качестве примера часто приводят подобные решения в сфере названий: вместо «Маркетинг услуг сегодня» - «Невидимые продажи» [8], или вместо «Практика маркетинга» - «Маркетинг: сделай сам» [5], вместо «Эффективный маркетинг» - «Маркетинг на 100%» [4].

Достаточно распространенным направлением в практике маркетинга является направление «event-marketing», предполагающее комбинацию ряда уже известных инструментов воздействия на потребителя с целью активизации привлечения его внимания [6]. Суть данного варианта действий состоит в преподнесении действий фирмы в качестве подарка потребителю, поэтому второе название данного направления «подарочный маркетинг». Он реализуется в двух базовых направлениях:

- trade-events – мероприятия для партнеров, клиентов, дилеров и дистрибьюторов. Это обычно конференции, семинары, приемы, конгрессы, саммиты, презентации и все виды btl-акций, проводимых в режиме «здесь и сейчас», для увлечения потребителя продуктом с возможностью для него сделать самостоятельный вывод;



- corporate-events (hr events) – корпоративные мероприятия, например совместный отдых сотрудников, юбилей компании, всевозможные профессиональные праздники. В данном поднаправлении выделяют:

а) family day – проведение семейных праздников для сотрудников с целью уменьшения их оттока из компании, то есть попытка создать из фирмы «большую семью»;

б) teambuilding – командообразование, то есть попытка наладить прочные внутрикорпоративные связи. Реализуется в виде коллективного тренинга, в котором под руководством профессионального психолога моделируются бизнес-ситуации, а сотрудники призваны решать их. Все это происходит на фоне проведения тестов на доверие друг другу и укрепления доверия.

Наконец, можно отметить такое востребованное направление в среде маркетинг/менеджмента, как бенчмаркетинг, заключающееся в постоянном систематическом измерении и оценке процессов, происходящих на предприятии, и их сравнения с процессами предприятий – лидеров с целью получения информации, полезной для различного усовершенствования собственных деловых характеристик.

Следует иметь в виду, что маркетинговая активность обязательно предполагает вовлечение как материальных, так и нематериальных ресурсов. Визуализация преимущественного использования отдельных инфраструктурных элементов при реализации различных видов маркетинга представлена в табл. 1.

*Таблица 1. Базовые виды современного маркетинга и характеристика их ключевой инфраструктурной составляющей<sup>5</sup>*

Вид маркетинга	Характеристика инфраструктурной составляющей
Холистический	Опирается на модернизацию внутрифирменной инфраструктуры и инфраструктуры на уровне дистрибутивных сетей
Вертикальный	Практикует создание новых инфраструктурных субкомплексов на внутрифирменном уровне
Латеральный	Ориентируется преимущественно на композиции субинфраструктурных элементов на внутрифирменном уровне (или рациональном использовании комбинаций и рекомбинаций последних)
Партизанский	Характеризуется стремлением избежать затрат на модернизацию материальной части инфраструктурных комплексов, использовать трансформационные сдвиги персональной инфраструктуры внутрифирменного уровня
Развлечений	Ориентирован на использование ранее не задействованных возможностей элементов существующей инфраструктуры
Вирусный	Базируется на попытке использования альтруизма персональной части инфраструктуры
Разрешений	Опирается на массивное создание и применение инфраструктуры обеспечения коммуникаций с явно выраженной обратной связью

<sup>5</sup> Разработано автором.

Продолжение таблицы 1

Брэнд – маркетинг	Спекулятивная форма использования инфраструктуры заключается в использовании квазиинфраструктуры – в чистом виде гуд-вилл
Ивент – маркетинг	Отличается использованием внутренних инфраструктурных ресурсов: усилением эксплуатации персональной комплементы инфраструктуры без ее трансформационных сдвигов
Бенч – маркетинг	Заключается в постоянном мониторинге состояния инфраструктурных составляющих конкурентов с целью недопущения отставания собственной инфраструктуры и возможности адекватного обмена инновациями

Реализация маркетинговых стратегий, в частности направленных на занятие лидирующего или относительно устойчивого положения в отрасли, также связана с параллельно происходящими трансформациями инфраструктуры, обслуживающей данный сегмент рынка. В данном случае инфраструктуру следует понимать широко, так как ее трансформации под влиянием реализации маркетинговых стратегий происходят не только в локальном, собственно

рыночном, инфраструктурном субкомпоненте, но и в инфраструктуре всех связанных с этим рынком служебных и производственных отраслей. Дифференциации в изменениях указанных инфраструктурных комплексов будут различаться только величиной их флуктуаций. С целью демонстрации вышеуказанного тезиса приведена матрица родовых конкурентных (маркетинговых) стратегий, по М. Портеру (табл. 2).

Таблица 2. Матрица родовых стратегий по М. Портеру

		Источник преимущества	
		Низкие затраты	Дифференциация
Рамки конкуренции	Широкие	1. Торговое предприятие с низкими затратами и широким охватом рынка	2. Торговое предприятие с широким охватом рынка, дифференцирующее свой товар
	Узкие	3. Торговое предприятие с низкими затратами и направленное на узкий круг потребителей	4. Компания, дифференцирующая свой товар с направленностью на узкий круг потребителей

(1) Типичными представителями первого квадранта являются предприятия-дискаунтеры. Для них приоритетным является перенос маркетинговой активности на уровень дистрибутивных сетей. Это обстоятельство предусматривает относительно невысокие затраты на материальную инфраструктуру (строительство или аренда множества

точек реализации) с относительно низкими затратами на невысокоспециализированный персонал (реализаторы).

(2) Типичными представителями второго квадранта выступают супермаркеты. Реализация данного варианта конкурентной стратегии связана с высокими затратами на создание и поддержание материальной инфраструктуры

(собственно сети супермаркетов, транспортного обеспечения, досуговых заведений, предприятий общепита и т.д.), а также высокими затратами на персонал, как компоненту инфраструктуры (относительно высокоспециализированный многочисленный персонал).

(3) Ярким примером реализации этого варианта стратегии будут магазины сети сэконд-хэнд. Данная стратегия предусматривает относительно невысокие затраты на материальную и персональную компоненту инфраструктуры (содержание не оборудованного специальным образом склада-магазина и немногочисленный низкоквалифицированный персонал).

(4) Конкурентная стратегия, обозначенная в четвертом квадранте, характеризуется расчетом на узкий круг потребителей (например, магазины биопродуктов). Данный вариант маркетинговой активности предусматривает средние затраты на материальную инфраструктуру и высокие на персонал. Требования отрасли детерминируют содержание немногочисленных, но хорошо оборудованных удобных магазинов и высокоспециализированного персонала, способного при необходимости быть экспертом и личным консультантом клиентов.

Представленные теоретические послы, подкрепленные практикой реальной экономики, демонстрируют обязательное вовлечение инфраструктурных компонентов в реализацию любого варианта маркетинговой конкурентной стратегии. Следует сразу оговориться, что участие инфраструктуры в указанных процессах всегда осуществляется в системной трехкомпонентной целостности, меняется только степень участия каждой из ее компонент, ведущей из которых представляется персональная, инициируемая маркетинговыми новациями.

#### **Библиографический список**

1. Волкова Л. Выбор имени и политика брэндов // Рекламодатель, №7 (49). 2005.
2. Голубков Е.П. Теория и методология маркетинга: настоящее и будущее. М., 2008. С. 59-61.
3. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. СПб, 2000.
4. Манн И. Маркетинг на 100%. СПб, 2003.
5. Резниченко. В. Маркетинг: сделай сам. СПб, 2003.
6. Пипченко Ю., Федорова К. Что такое event-marketing и зачем он нужен? // Рекламодатель, №8 (50). 2005.
7. Уайтли Ф. Мотивация. М., 2005. С. 95-96.
8. Beckvit G. Selling the Invisible. NY., 1997.
9. Jochimsen R. Theorie der Infrastructur. Tubungen, 1966.

#### **Bibliographic list**

1. L. Volkova. The naming and brand policy // Advertiser, №7 (49). 2005.
2. E. P. Golubkov. Theory and methodology of marketing. Moscow. 2008. P. 59-61.
3. Ph. Kotler. Marketing-management. S.-Petersburg, 2000.
4. I. Mann. Marketing at 100%. S.-Petersburg, 2003.
5. V. Reznichenko. Marketing: make it yourself. S.-Petersburg, 2003.
6. U. Pipchenko, K. Fedorova. What is it - event-marketing and for sake it used? // Advertiser, №8 (50). 2005.
7. Ph. Wuatly. Motivation. Moscow., 2005. С. 95-96.
8. G. Beckvit. Selling the Invisible. NY., 1997.
9. R. Jochimsen. Theorie der Infrastructur. Tubungen, 1966.

## МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

### Аннотация

В статье рассмотрено значение агромаркетинга в современной экономике страны, которая характеризуется его определяющей ролью в обеспечении продовольственной безопасности государства. Выявлены основные инструменты агромаркетинга, используемые для обеспечения эффективности и устойчивости положения сельскохозяйственных компаний на рынке.

### Annotation

The article discussed the importance agromarketing in the modern economy, which is characterized by its defining role in ensuring food security. The main tools agro marketing be used to ensure the effectiveness and sustainability of agricultural companies in the market.

### Ключевые слова

Агромаркетинг, сельское хозяйство, требования рынка, инструменты агромаркетинга, товарная политика, сбытовая политика, ценовая политика, коммуникативная политика, концепция агромаркетинга.

### Keywords

Agromarketing, agriculture, market requirements, the modernization of the economy, tools of agromarketing, product policy, marketing policy, price policy, communicative policy, the concept agromarketing.

Важность агромаркетинга для хозяйствующих субъектов, действующих на аграрных рынках, определяется его значимой ролью в обеспечении их эффективности и устойчивости на рынке. Его особенности, технологии и модели предопределяются спецификой АПК как сферы экономики, отличающейся высокой диверсифицированностью, зависимостью общей конъюнктуры рынка, природно-климатических факторов. Актуальность реализации стратегий, технологий и алгоритмов маркетинга в аграрной сфере повышается в условиях современного экономического кризиса, ибо уровень развития агропромышленного комплекса и обеспеченность продовольствием населения любой страны, в том числе и России, определяют не только её продовольственную безопасность, но и социальную стабильность в обществе.

Современный этап развития аграрного сектора характеризуется созданием принципиально новых условий предпринимательской деятельности. Формируется экономическая ситуация, актуализирующая востребованность рыночной ориентации производства. В этой связи реальным экономическим инструментом по организации деятельности предприятий АПК, с учетом требований рынка, является маркетинг, позволяющий изучать спрос реальных и потенциальных потребителей, формировать его в нужном направлении, удовлетворять его наиболее эффективным способом, реализовывать коммуникации, выстраивать адекватную сложившимся экономическим реалиям маркетинговую политику с использованием всего маркетингового инструментария.

Значительные объемы экономических и социальных потерь, предупре-

деленных таким положением, становятся все более очевидными, в связи с тем что на сельское хозяйство и пищевую промышленность в России приходится около 8,5% ВВП. Несмотря на снижение в последние годы доли продукции сельского хозяйства в валовом продукте страны, значение этой отрасли не снижается благодаря присущей ей многофункциональности. В ней занято 7106 тыс. человек, или 10,6% работающих во всей экономике. Значение аграрного сектора представляется также очевидным, в связи с тем что каждый четвертый россиянин – сельский житель [1].

Маркетинг агропредприятий в современном понимании – это многофункциональная деятельность по формированию востребованного рынком товарного предложения и доведению сельскохозяйственной продукции до конечного потребителя. Он включает в

себя комплекс маркетинговых мероприятий по организации процессов производства продукции с учетом ассортимента и востребованности на рынке, закупки, хранения, транспортировки, переработки и распределения. В этой связи под агромаркетингом представляется правомерным понимать деятельность, направленную на обеспечение конкурентоспособности АПК и каждого рыночного субъекта, действующего в его рамках, на основе учета закономерностей функционирования и развития рынка сельхозпродукции и продовольствия [2].

Для более глубокого и компетентного понимания сущности агромаркетинга как инструмента повышения эффективности функционирования АПК в современных условиях необходимо детальное рассмотрение комплекса его структуры.

*Таблица 1. Структура АПК, предопределяющая структуру маркетинга агропромышленного сектора, маркетинга продовольственных товаров и сельскохозяйственного маркетинга [3]*

Сфера I	Отрасли, производящие материальные ресурсы для АПК (тракторное и с/х машиностроение, продажа через рынки, пр-во минеральных удобрений)
Сфера II	Отрасли с/х пр-ва: растениеводство, животноводство и кормопроизводство
Сфера III	Отрасли пищевой и легкой промышленности, обеспечивающие предложение на рынке продуктов питания, одежды и обуви из натуральных материалов
Сфера IV	Отрасли обращения (заготовки, оптовая и розничная торговля продовольствием, общественное питание)
Сфера V	Производственное обслуживание предприятий АПК (связь, мелиорация, транспорт, землеустройство)
Сфера VI	Рыночная инфраструктура (биржи, торговые дома, лизинговые центры, рекламные бюро, кредитно-банковские учреждения)
Сфера VII	Производственная инфраструктура (дорожно-транспортное, жилищно-складское хозяйство, информационно-коммуникационная сеть, ремонтные мастерские)

Анализ данной таблицы позволяет сделать вывод о том, что сельскохозяйственный маркетинг реализуется в сферах второй, четвертой, пятой и шестой, то есть на предприятиях отраслей

с/х производства, отраслей обращения, производственного обслуживания предприятий АПК и их рыночной инфраструктуры. Маркетинг продовольственных товаров формируется на предпри-

ястях таких сфер, как: производство материальных ресурсов для АПК, собственно с/х производство, отрасли пищевой и легкой промышленности, отрасли обращения.

Необходимо отметить, что перечисленные сферы АПК тесно взаимосвязаны. Реализация полного комплекса маркетинга продовольственных товаров без взаимодействия со сферами, в которых реализуется сельскохозяйственный маркетинг, невозможна. Так, сфера II, где происходит собственно с/х производство, является системообразующей сферой как в маркетинге продовольственных товаров, так и в сельскохозяйственном маркетинге. Также VI сфера, где происходит обращение готовой сельскохозяйственной продукции, является частью структуры как сельскохозяйственного маркетинга, так и маркетинга продовольственных товаров. Это позволяет заключить, что в структуре АПК

имеет место тесное взаимопроникновение различных сфер и отраслей, что при рациональном подходе позволит сельскохозяйственному предприятию выстроить эффективную маркетинговую политику.

Исследовав структуру агробизнеса на территории Российской Федерации, можно сделать заключение о том, что ядром и основой АПК является сельское хозяйство, в рамках которого производится сельскохозяйственная продукция, выступающая в качестве продуктов питания для населения и сырья для переработки во многих отраслях промышленности. Все остальные сферы АПК связаны с сельским хозяйством, хотя каждая из них имеет самостоятельное значение. При выходе на рынок любое агропромышленное предприятие преследует свои цели, при достижении которых изучаются возможности, исходя из исследования структуры АПК.

Таблица 2. Цели предприятий АПК при проведении комплекса мероприятий, направленных на увеличение их эффективности [4]

Цель	Подцели, показатели, достижения
1. Завоевание рынка или расширение уже завоеванного сегмента	<u>Подцели:</u> увеличение доли рынка, охват новых рынков. <u>Показатели:</u> доля рынка. <u>Достижения:</u> выход на новые рынки или расширение существующих.
2. Рентабельность предприятий АПК	<u>Подцели:</u> рост прибыли и уменьшение издержек. <u>Показатели:</u> объем прибыли, рентабельность оборота, норма прибыли, окупаемость затрат на новые технологии и т.д. <u>Достижения:</u> увеличение рентабельности.
3. Финансовая устойчивость	<u>Подцели:</u> повышение ликвидности предприятия, достижение устойчивого самофинансирования. <u>Показатели:</u> кредитоспособность, ликвидность, структура капитала. <u>Достижения:</u> обеспечение финансовой устойчивости, снижение риска банкротства.
4. Социальные цели	<u>Подцели:</u> увеличение занятости населения, рост доходов населения и его социальная защита. <u>Показатели:</u> уровень безработицы, доходы в расчете на 1 работающего, выплаты дивидендов акционерам, повышение производительности труда. <u>Достижения:</u> увеличение социальной защищенности работающих, создание дополнительных рабочих мест.

5. Престиж и позиция на рынке	<p><u>Подцели:</u> формирование позитивного имиджа.</p> <p><u>Показатели:</u> оценка ЦА, прибыльность, участие в социально-значимых программах.</p> <p><u>Достижения:</u> увеличение престижа сельскохозяйственного предприятия и укрепление его позиций.</p>
-------------------------------	---

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что залогом успешной и эффективной реализации всех вышеобозначенных целей предприятия АПК, направленных на повышение эффективности их функционирования, является построение деятельности компании в соответствии с результатом анализа маркетинговой среды, оценкой конъюнктуры, что выражается в реализации основных функций агромаркетинга.

Необходимо отметить, что функции агромаркетинга представляют собой совокупность видов деятельности, связанной с изучением рынка, развитием ассортимента, формированием каналов товародвижения на рынок, проведением рекламы и стимулированием продаж, а также с управлением и контролем. Каждая из этих функций сама по себе важна, но только в тесной взаимосвязи они позволяют успешно реализовать принципы маркетинга [5].

Приступая к анализу инструментов агромаркетинга, используемых для повышения эффективности деятельности агропредприятия, целесообразно начать с рассмотрения товарной политики, так как именно товарная политика является ядром маркетинговых решений, вокруг которого и формируются другие решения, связанные с условиями приобретения товара и методами его продвижения от производителя к конечному покупателю. Рассмотрим краткую характеристику товарной и ассортиментной политики, проводимую лидером Юга России по производству мясной и колбасной продукции «Группой компаний «ТАВР». Товарная политика данного предприятия как лидера

мясной отрасли ЮФО строится с учетом деятельности основных конкурентов и в соответствии с последними изменениями, произошедшими на рынке мясной продукции. «Группа компаний «ТАВР» обладает широким ассортиментным портфелем, включающим в себя все разновидности мясо-колбасных изделий. Также имеется портфель брендов, каждый из которых позиционируется для конкретной группы потребителей, что актуализируется в условиях экономического кризиса.

Отличительной чертой сельскохозяйственного рынка является его близость к рынку свободной конкуренции, отсюда вытекают особенности ценовой политики как инструмента агромаркетинга, из чего следует, что ценность – это значимость продукта для потребителя. Эти два понятия находятся в тесной взаимосвязи.

Ценовая политика аграрного предприятия заключается в определении и поддержании оптимальных уровней, структуры цен, взаимосвязей цен на товары. Поведение предприятия на рынке может активным и пассивным. Пассивное поведение заключается в стремлении достичь поставленной цели в рамках ограничений, накладываемых структурой затрат и спроса, а также структурой рынка. Активное же поведение подразумевает стремление предприятия модифицировать и (или) раздвигать ограничения во времени, обеспечивая достижение поставленной цели.

Рассмотрим распределительную политику, которая в сложившейся ситуации в АПК представляет собой отсутствие устойчивых стабильных связей в продовольственной цепочке между производителями, оптовиками и представителями розничной торговли.

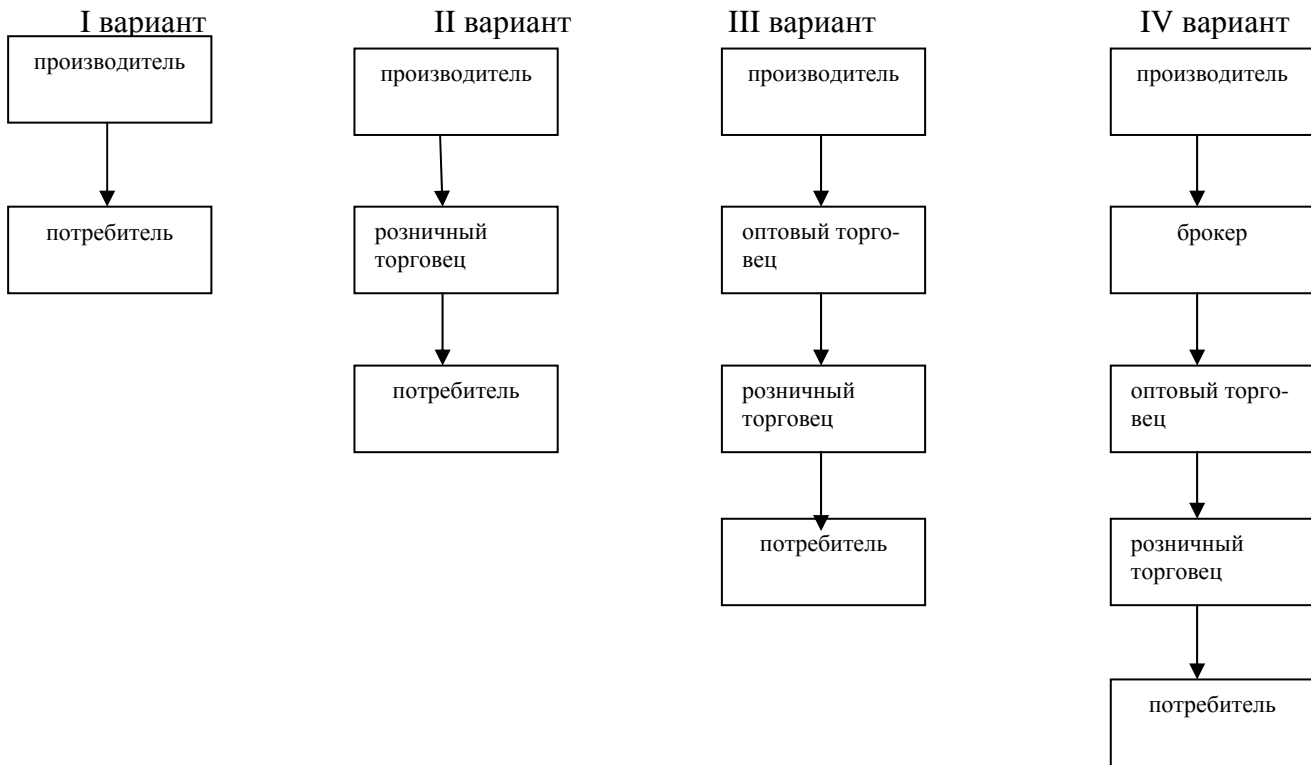


Рис. 1 Варианты построения каналов реализации сельскохозяйственной продукции [6]

Показанные на рис. 1 связи носят спонтанный, бессистемный характер. Основной задачей маркетинга в данном случае является примирение противоречивых интересов всех участников рынка на пути продвижения продукта от сельскохозяйственного производителя до конечного потребителя, обеспечение их информацией о рынке.

В связи с этим канал сбыта представляет в современных условиях совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать другому субъекту право собственности на конкретный товар или услугу на пути от производителя к потребителю. Путь канала – это способ, с помощью которого товары перемещаются от производителя к потребителю.

В современных экономических реалиях, помимо рассмотренных 4 базо-

вых вариантов каналов распределения сельскохозяйственной продукции существуют также и другие их разновидности. В сложившейся российской системе АПК получил наибольшее распространение 4-й вариант, где доведение готового сельскохозяйственного продукта от производителя до конечного потребителя проходит как минимум через трех посредников: брокера, оптового и розничного торговца.

После изучения различных вариантов был сделан вывод: выбор альтернативного варианта системы распределения зависит от различных факторов, в большей степени – от назначения, характера товара, финансового потенциала. Так, при одно-, двух- и трехуровневом каналах в систему распределения встраиваются один, два и три посредника. Но, как правило, розничный торговец работает на рынке потребительских



товаров, а на рынке товаров производственно-технического назначения – агент по сбыту или брокер.

Коммуникативная политика в агромаркетинге представляет собой перспективный курс действий предприятия, направленный на планирование и осуществление взаимодействия фирмы со всеми субъектами маркетинговой системы на основе подтвержденной доказательств стратегия использования

комплекса коммуникативных средств, обеспечивающих стабильное и эффективное формирование спроса и продвижения предложения на рынки с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли. Она включает в себя как межличностные коммуникации, так и неличностные. Далее необходима координация коммуникаций и разработка комплексной программы коммуникаций.

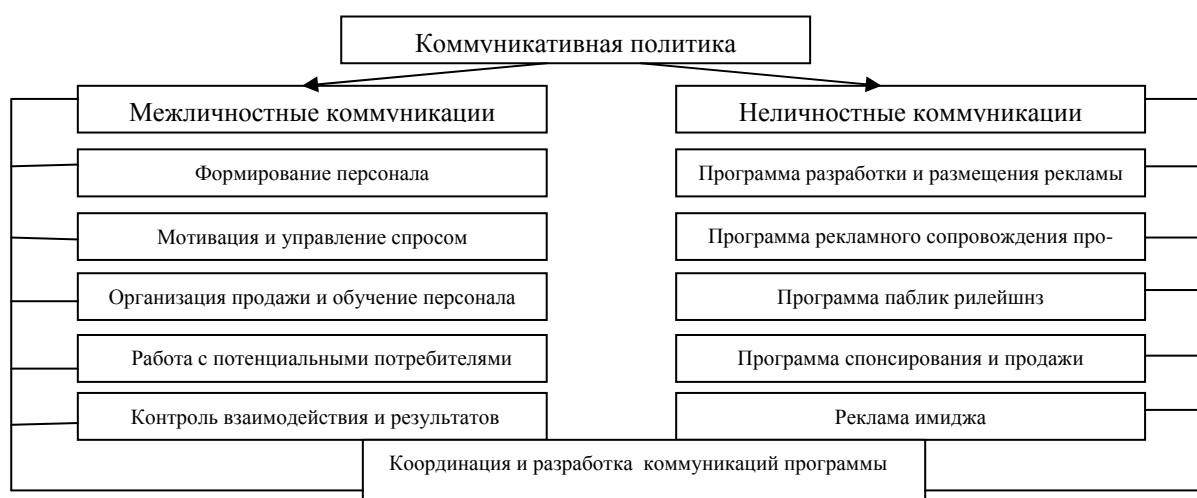


Рис. 2. Коммуникативная политика аграрного предприятия в системе бизнес-взаимодействия [7]

Оценивая коммуникационную стратегию взятого за модельное предприятие «Группу компаний «ТАВР», очевидно, что основной целью трансформированной в условиях экономического кризиса коммуникационной политики является повышение лояльности потребителей к бренду, а в качестве подцелей можно выделить стимулирование целевой аудитории на повторную покупку и привлечение новых потребителей. Для осуществления поставленных целей «Группа компаний «ТАВР» выбрала следующие средства: TV-рекламу, наружную рекламу, акции по розыгрышу призов, дегустации продукции и проведение благотворительных мероприятий. Все перечисленные инструменты коммуникативной политики

являются четко обоснованными и призваны повысить уровень лояльности покупателей к продукции, сформировать положительный имидж в глазах потенциальных покупателей.

Благодаря грамотно проводимой коммуникационной политике, потребитель должен получать достоверную и своевременную информацию о товаре или о производителе. В настоящее время происходит усиление борьбы за информационное влияние на потребителей, поскольку в современных экономических реалиях, в условиях падения платежеспособного спроса, именно наличие информации является определяющим фактором при потребительском выборе.

Исследование экономической природы и эффективности агромаркетинга позволяет сделать следующие выводы:

1. В сложившихся условиях российской экономики эффективное внедрение агромаркетинга в деятельность предприятия невозможно без четкого формирования его целей при ориентации на рынок, к какой бы сфере АПК оно ни относилось.

2. Необходима четкая и детальная проработка задач, анализ и выбор наиболее рациональных инструментов агромаркетинга: обоснование проводимых товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной политик на принципах рыночной ориентации предприятия.

3. Инструменты агромаркетинга являются не только способом повышения эффективности функционирования АПК, но и эффективным механизмом повышения благосостояния населения, удовлетворения его потребностей. Исследование инструментов агромаркетинга показали, что в современных условиях именно агромаркетинг является тем флагманом, который способен вывести сельхозпредприятие на волну процветания в условиях конкурентной борьбы за потребителя.

#### Библиографический список

1. Мозговая О. Современные мотивации развития экологического маркетинга и механизмы его регулирования. // Журнал международного права и международных отношений. – 2008. – № 4. – С. 95.
2. Артемова Е. Н. Исследование конкурентных позиций агрофирм Ростовской области. // **Маркетинг** в России и за рубежом. – 2008. – № 3. – С. 63-75.
3. Мозговая О. Современные мотивации развития экологического маркетинга и механизмы его регулирования. // Журнал международного права и международных отношений. – 2008. – № 4. – С. 96-100.

4. Морозов В. А. Ходячие деньги. Оценка аграрного потенциала. // Российское предпринимательство. – 2008. – № 10. – С. 108-109.

5. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. «Маркетинг»: Учебник для вузов; Под общей ред. Багиева Г.Л. – М.: Издательство «Экономика», 2008. – С.100.

6. Базанова С., Особенности Интернет-маркетинга в продвижении аграрного бренда. // Интернет-маркетинг. – 2008. – № 5. – С. 15-22.

7. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. «Маркетинг»: Учебник для вузов; Под общей ред. Багиева Г.Л. – М.: Издательство «Экономика», 2008. – С.200.

#### Bibliographic list

1. Mozgovaya O. Modern motivate the development of environmental marketing and mechanisms of its regulation. // Journal of International Law and International Relations. - 2008. - № 4. - P. 95.
2. Artyomova E. N. Investigation of the competitive position of agribusiness firms in Rostov region. // Marketing in Russia and abroad. – 2008.- №3.P.63-67.
3. Mozgovaya O. Modern motivate the development of environmental marketing and mechanisms of its regulation. // Journal of International Law and International Relations.-2008.-№4.-P.96-100.
4. Morozov V.A. Currently the money. Assessment of the Agricultural building //Russia's business.-2008.-№10.-P.108-109.
5. Bagiev G.L., Tarasevich V.M., Anne H. "Marketing": Textbook for higher educational institutions; Under the general ed. Bagieva G.L. - M.: Publishing house "Economy", 2008.-P.100.
6. Bazanova S., Features of Internet marketing in promoting agricultural brand. //Internet marketing.-2008.-№5.-P.15-22.
7. Bagiev G.L., Tarasevich V.M., Anne H. "Marketing": Textbook for higher educational institutions; Under the general ed. Bagieva G.L. - M.: Publishing house "Economy",2008.-P.200.

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБЪЕКТОВ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ЛИЗИНГОДАТЕЛЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ ЛИЗИНГОВЫХ ПРОДУКТОВ**

### **Аннотация**

Статья посвящена механизму взаимодействия субъектов маркетинговой среды лизингодателя (внутренней и внешней микросреды, макросреды), а также их влиянию на управление отдельными элементами комплекса маркетинга.

### **Annotation**

The article is dedicated to mechanism of interaction between subjects of marketing leasing company's environment (internal and external microenvironment and macroenvironment) and their impact on management of single complex marketing elements.

### **Ключевые слова**

Лизинговая услуга, лизинговый продукт, рынок лизинговых продуктов, управление маркетингом лизингодателя, маркетинговая среда лизингодателя, внутренняя микросреда лизингодателя, внешняя микросреда лизингодателя, макросреда лизингодателя, взаимодействие субъектов, комплекс маркетинга, влияние субъектов.

### **Key words**

Leasing service, leasing product, market of leasing products, marketing management of leasing company, marketing leasing company's environment, internal microenvironment of leasing company, external microenvironment of leasing company, macroenvironment of leasing company, interaction between subjects, marketing complex, impact of subjects.

Рынок лизинговых продуктов (рынок лизинга) представляет собой систему экономических и управленческих отношений, возникающих между рыночными агентами: лизинговыми компаниями (лизингодателями), хозяйствующими субъектами (лизингополучателями) и поставщиками объектов основных средств (продавцами предметов лизинга) по поводу купли-продажи лизинговых продуктов.

Как видно из рис. 1, объектами купли-продажи на рассматриваемом рынке являются лизинговые продукты, в том числе специальные. Лизинговая услуга представляет собой вид деятельности, в результате которой одна сторона (лизингодатель) приобретает и передает во временное владение и пользование другой стороне (лизингополучате-

лю) имущество для использования в предпринимательской деятельности; за оказание данной услуги и извлечение из нее экономических выгод лизингополучатель выплачивает лизингодателю лизинговые платежи. Лизинговый продукт – это конкретизированная форма представления услуги лизинга в виде объекта купли-продажи на рынке лизинговых продуктов, имеющая определенный набор потребительских характеристик (вид приобретаемого имущества, срок лизинга, размер аванса и др.) и учитывающая всё разнообразие потребностей субъектов предпринимательства в условиях приобретения объектов основных средств.

Управление маркетингом лизингодателя представляет собой деятельность, направленную на максимально

полное удовлетворение потребностей субъектов предпринимательства в приобретении основных фондов, а также на сохранение и рост рыночной доли лизингодателя при приемлемом уровне доходности и качества лизингового портфеля; процесс управления маркетингом лизингодателя состоит из сле-

дующих этапов: анализа рынка, выработки стратегических маркетинговых решений, разработки комплекса маркетинга и его практической реализации на рынке, а также последующего контроля, анализа и оценки результатов маркетинговой деятельности.

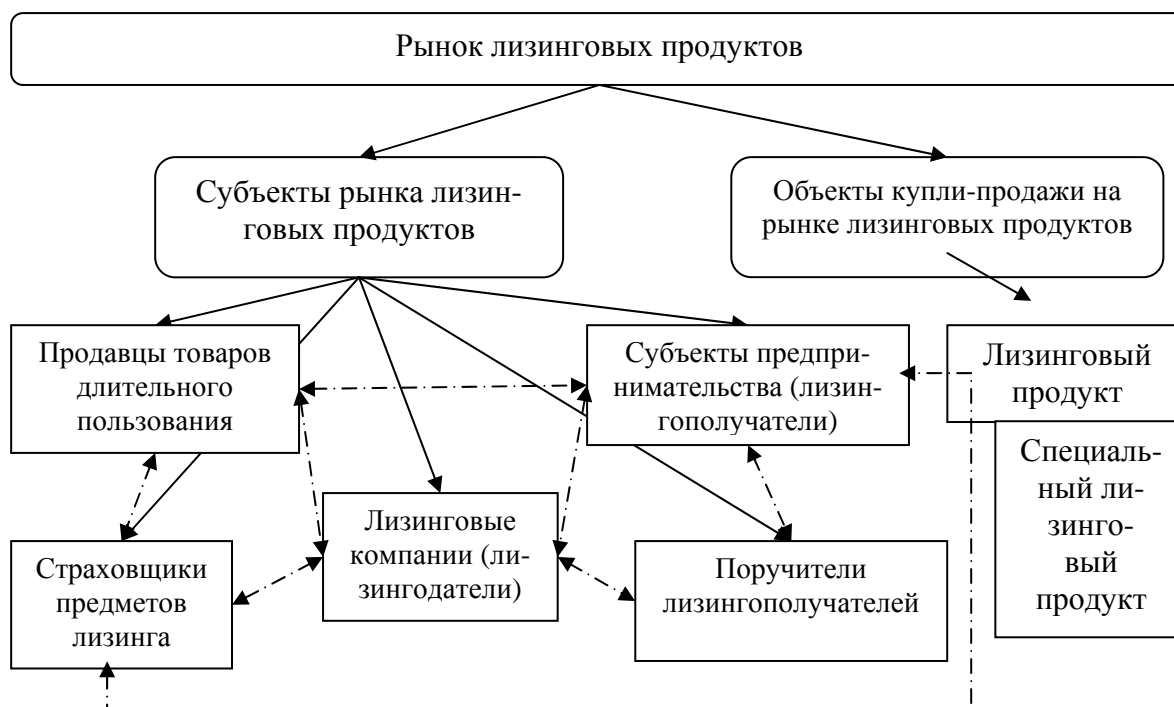


Рис. 1. Объектно-субъектная структура рынка лизинговых продуктов  
Источник: авторский<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Примечание к рисунку: сплошными линиями обозначены структурные связи, штрихпунктирными линиями – договорные отношения между субъектами рынка.

Оптимальным на рынке лизинговых продуктов является комплекс маркетинга «5P + 1S»: product (лизинговый продукт), price (цена лизингового продукта), place (дистрибуция лизингового продукта), promotion (продвижение лизингового продукта), personnel (персонал лизинговой компании), service (обслуживание).

Проведем анализ взаимодействия элементов маркетинговой среды лизингодателя и их влияние на управление маркетингом лизингодателя на рынке лизинговых продуктов.

Как видно из рис. 2, маркетинговая среда лизингодателя представляет собой совокупность факторов и субъектов, влияющих на разработку и реализацию комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов.

Маркетинговая среда лизингодателя представляет собой совокупность факторов и субъектов, влияющих на разработку и реализацию комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов.

Маркетинговая среда является системой взаимодействующих субъектов микросреды и макросреды. Микросреда лизингодателя состоит из субъектов рынка лизинговых продуктов, которые имеют непосредственное отношение к деятельности лизингодателя по удовлетворению потребностей субъектов предпринимательства в лизинговых продуктах и достижению собственных маркетинговых целей лизингодателя. Микросреду лизингодателя составляют субъекты внутренней микросреды, которые осуществляют внутренние бизнес-процессы лизингодателя (структурные подразделения, филиалы, персонал); внешней микросреды, образующие бизнес-окружение лизингодателя (потенциальные и действующие лизингополучатели, продавцы и страховщики предметов лизинга, кредиторы и конкуренты лизингодателя), а также факторы.

Макросреду лизингодателя образуют субъекты и факторы, имеющие общерыночный характер, на которые субъекты микросреды влиять не могут. Основными субъектами макросреды на рынке лизинговых продуктов являются государственные структуры (государственные органы, занимающиеся законодательством, а также регулированием рынка лизинговых услуг) и общество.

Субъекты маркетинговой среды лизингодателя активно взаимодействуют в процессе управления маркетингом на рынке лизинговых продуктов.

Так, субъекты внутренней микросреды (структурные подразделения, филиалы и персонал) взаимодействуют со всеми субъектами внешней микросреды:

- с лизингополучателями - по поводу удовлетворения спроса на услугу лизинга и их последующего обслуживания;

- с продавцами предметов лизинга - по поводу приобретения имущества для оказания лизинговых услуг;

- со страховщиками - по поводу страхования предметов лизинга от имущественных и других видов рисков;

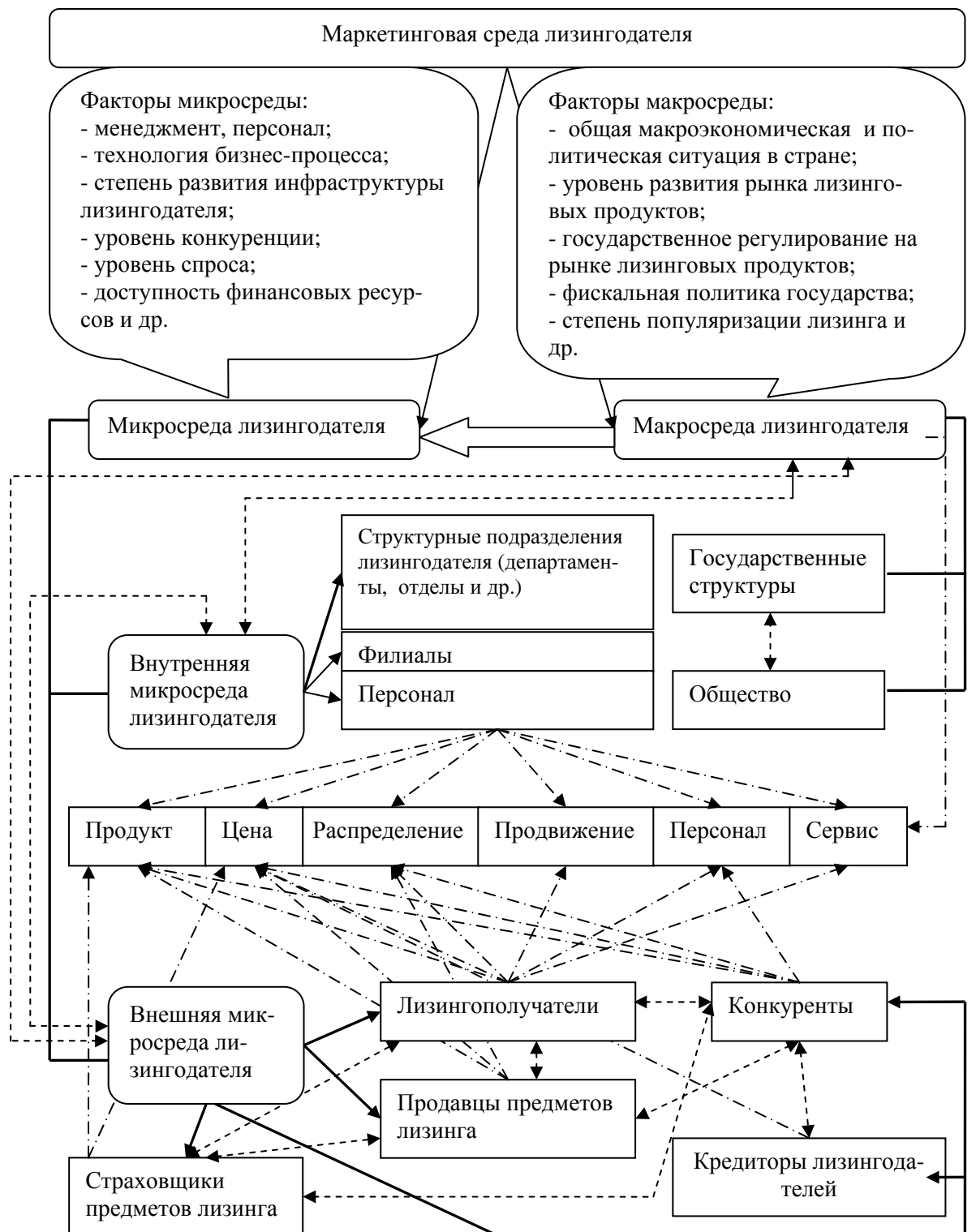
- с кредиторами - по поводу финансирования лизинговой деятельности;

- с конкурентами - по поводу борьбы за каналы распределения и клиентов.

Субъекты внутренней микросреды также взаимодействуют с субъектами макросреды:

- с государственными структурами - по поводу регистрации организаций, налогообложения, регулирования лизинговой деятельности и др.;

- с отдельными индивидами и обществом в целом - по поводу формирования положительного общественного мнения о лизинге в рамках PR-мероприятий.



*Рис. 2. Взаимодействие субъектов маркетинговой среды лизингодателя и их влияние на управление комплексом маркетинга на рынке лизинговых продуктов*  
 Источник: авторский

Помимо того, что субъекты внешней среды взаимодействуют с субъектами внутренней среды и макросреды лизингодателя, они активно взаимодействуют в процессе управления маркетингом на рынке лизинговых продуктов:

- лизингополучатели и продавцы предметов лизинга – по поводу выбора, эксплуатации и гарантийного обслуживания предметов лизинга;

- лизингополучатели и страховщики предметов лизинга – по поводу страхования предметов лизинга, а также страховых случаев;

- лизингополучатели и конкуренты лизингодателя – по поводу конкурентной борьбы в процессе продажи лизинговых продуктов;

- продавцы и страховщики предметов лизинга – по поводу ремонта предметов лизинга, с которыми произошел страховой случай;

- продавцы предметов лизинга и конкуренты лизингодателя – по поводу повышения лояльности продавцов по отношению к конкурентам и превращения продавцов в канал распределения лизинговых продуктов для конкурентов;

- кредиторы лизингодателей и конкуренты – по поводу финансирования лизинговой деятельности конкурентов;

- страховщики предметов лизинга и конкуренты – по поводу включения услуги страхования в лизинговые продукты конкурентов.

Помимо того, что субъекты макросреды взаимодействуют со всеми субъектами микросреды лизингодателя, они взаимодействуют.

Разработкой и реализацией комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов занимаются субъекты внутренней среды лизингодателя (структурные подразделения лизингодателя, его филиалы и отдельные работники), которые проводят его продуктовую, ценовую, кадровую и сервисную

политику, а также политику распределения и продвижения лизинговых продуктов.

Государство как главный субъект макросреды лизингодателя оказывает фундаментальное влияние на весь процесс управления маркетингом на рынке лизинговых продуктов, так как определяет правила функционирования данного рынка путем принятия нормативно-правовых актов и контролирует их исполнение через систему государственных структур. Общество также влияет на процесс управления маркетингом на рынке лизинговых продуктов, формируя и выражая свое мнение в средствах массовой информации.

Помимо субъектов и факторов макросреды, значительное влияние на все элементы комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов оказывают потребители услуги лизинга, так как весь процесс управления маркетингом направлен на удовлетворение потребностей лизингополучателей. Лизинговый продукт разрабатывается с учетом требований потенциальных и действующих лизингополучателей. Они формируют уровень спроса, от которого во многом зависит цена лизингового продукта. Концентрированный спрос от одного источника превращает данный источник в канал распределения лизинговых продуктов, то есть потребитель также влияет на распределение лизинговых продуктов. От степени воздействия на потребителя зависит эффективность маркетинговых коммуникаций – средств продвижения лизинговых продуктов. Потребитель оказывает влияние на подбор и оценку работы персонала лизингодателя: в клиентоориентированные подразделения лизингодателя (отдел продаж, отдел по обслуживанию клиентов и др.) принимают на работу коммуникативных и позитивных людей с активной жизненной позицией, способных результативно и качественно работать с клиентами; оценка работы персонала

производится с учетом лояльности лизингополучателей. И, наконец, непосредственное влияние потребитель оказывает при формировании и реализации сервисной политики на рынке лизинговых продуктов, направленной на повышение качества и скорости обслуживания клиентов.

По причине того, что рынок лизинговых продуктов является рынком, где функционируют множество продавцов и лизинговые продукты схожи по своим свойствам (цена, срок, аванс и др.), конкуренты также оказывают существенное влияние на маркетинговую деятельность лизингодателя, в частности, на разработку и реализацию элементов комплекса маркетинга. Если конкуренты выпускают новые или усовершенствованные лизинговые продукты, лизингодатель пересматривает свою продуктовую политику и применяет маркетинговую стратегию совершенствования продукта. При снижении конкурентами цены на лизинговые продукты лизингодатель также должен снизить цену, чтобы его продукты не теряли конкурентоспособности, используя ценообразование на основе конкурентов. При формировании каналов распределения лизингодатели также конкурируют между собой за сотрудничество с продавцами предметов лизинга. Кроме того, конкуренты воздействуют на персонал лизингодателя путем «переманивания» чужих или увольнения своих работников.

Другие субъекты внешней микросреды лизингодателя влияют на разработку и практическую реализацию отдельных элементов комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов. Так, страховщики предметов лизинга оказывают влияние на лизинговый продукт (услуга страхования может быть включена в лизинговый продукт) и его цену (страховая премия может входить в лизинговые платежи). Продавцы предметов лизинга и лизингодатели

создают совместные продукты и специальные лизинговые продукты, а также путем изменения своей цены на товары влияют на цену лизингового продукта. Поставщики также оказывают влияние на распределение лизинговых продуктов, так как сами могут являться каналами распределения. Кредиторы лизингодателей оказывают существенное влияние на формирование цены лизингового продукта по причине того, что на условиях срочности, платности и возвратности дают в пользование денежные средства, являющиеся основным ресурсом лизинговой деятельности.

*Таким образом, маркетинговая среда лизингодателя представляет собой совокупность факторов и субъектов, влияющих на разработку и реализацию комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов. Субъекты маркетинговой среды лизингодателя активно взаимодействуют в процессе управления маркетингом на рынке лизинговых продуктов. Разработку и реализацию комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов проводят субъекты внутренней микросреды лизингодателя. Субъекты внешней микросреды лизингодателя в различной степени влияют на процесс разработки и реализации отдельных элементов комплекса маркетинга лизингодателя. Значительное влияние на все элементы комплекса маркетинга на рынке лизинговых продуктов оказывают потребители лизинговых продуктов, так как весь процесс управления маркетингом направлен на удовлетворение потребностей лизингополучателей.*

#### **Библиографический список**

1. Коротков, А. В. Управление маркетингом / А. В. Короткова, И. М. Синяева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2007. – 656 с.



3. РОСЛИЗИНГ (Российская ассоциация лизинговых компаний) [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.rosleasing.ru>.

#### **Bibliographic list**

1. Korotkov, A. V. Marketing management / A. V. Korotkov, I. M. Sinyaeva. – 2nd ed. – М.: UNITI-DANA, 2005. – 463 pp.
2. Kotler, Ph. Marketing bases / Ph. Kotler. – М.: Williams, 2007. – 656 pp.
3. ROSLEASING (Russian Assosiation of Leasing Companies) [Internet]. – 2009. – Access: <http://www.rosleasing.ru>.

## РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМА ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

*Е.В. Зибзеева*

### УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ПРОЦЕССЕ РАЗМЕЩЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗА

#### Аннотация

В статье рассматривается система государственных закупок, сложившаяся в России, пути ее дальнейшего совершенствования и модернизации. Большое внимание уделяется повышению эффективности использования финансовых ресурсов при закупках товаров, работ и услуг для государственных нужд как одному из элементов совершенствования технологий формирования и исполнения бюджета.

#### Annotation

The system of government purchases and ways of it's further improvement and updating are examined in this article. Author pays great attention to increasing of efficiency of finance recourses' spending in purchases of goods, works and services for government needs. This efficiency is one of the key factors of improving budget planning and performance technologies.

#### Ключевые слова

Государственные закупки, эффективное использование финансовых ресурсов, государственный заказчик, экономия бюджетных средств.

#### Key words

Government purchases, effective spending of fnance resoureses, government customer, budget cost saving.

В Бюджетном послании о бюджетной политике в 2010-2012гг. говорится о необходимости повышения эффективности при управлении финансовыми ресурсами при закупках товаров и услуг для государственных нужд как одном из элементов совершенствования технологий формирования и исполнения бюджета. И в этой связи задача по совершенствованию механизма государственных закупок за счёт консолидации заказов, применения современных процедур их размещения, исключения неоправданных ограничений, усложнённых и неэффективных процедур

представляется, несомненно, актуальной.

Более того, в Бюджетном послании сформулированы и конкретные предложения в данной сфере, а именно: необходимость преференций для малого и среднего бизнеса при осуществлении закупок для государственных и муниципальных нужд, определение целесообразности введения в организациях раздельного учёта средств, полученных при исполнении государственного заказа, исключение практики необоснованного завышения цен, применение современных способов реализации проектов капитального строительства[1].

Система закупок товаров, работ и услуг для государственных нужд определяет не только вопрос эффективности расходов средств федерального бюджета главными распорядителями и получателями, но и повышение эффективности использования ресурсов в государственном секторе в целом.

В условиях глобального экономического кризиса возрастает роль государственного регулирования процесса расходования бюджетных средств, осуществляемого через систему управления размещением заказов на поставки товаров, оказание услуг и выполнение работ для государственных и муниципальных нужд и направленного на сокращение и оптимизацию расходов бюджетов всех уровней.

Согласно основным направлениям антикризисных действий Правительства Российской Федерации на 2010 год будут внесены изменения в законодательство о государственных закупках в целях стимулирования поддержки инноваций и модернизации через систему государственного заказа.

Государственный заказ как структурный элемент системы макроэкономических регуляторов направлен на поддержание стабильности финансовых отношений в экономике. Расходы государственного бюджета определяют масштабы и динамику финансовых потоков, создающих необходимые условия для экономического роста и развития приоритетных отраслей национальной экономики.

Государственные закупки, составляющие основную часть расходов государственных ведомств, организаций и учреждений для осуществления государственных функций, выступают в качестве одного из важных факторов формирования среды ожидания для устойчивого развития национальной экономики в долгосрочном периоде и обес-

печения притока инвестиций в приоритетные ее отрасли.

В контексте политики развития высокотехнологичных отраслей национальной промышленности совершенствование системы управления государственными закупками с целью эффективного использования бюджетных средств, расширения возможностей для участников и обеспечения гласности, прозрачности размещения заказов, развития добросовестной конкуренции и предотвращения коррупции в сфере размещения заказов приобретает особую остроту.

Следовательно, в современных условиях государственные закупки выступают важнейшим элементом системы государственного регулирования социально-экономического развития. Потребность в повышении эффективности процесса обеспечения государственных нужд обусловлена значительными объемами закупок продукции, осуществляемыми за счет средств бюджетов всех уровней и внебюджетных источников финансирования.

Так, в 2008 г. по сравнению с 2007 г. совокупный объем государственных и муниципальных закупок увеличился на 21% и превысил 4,7 трлн. руб., что составляет 11,3% от стоимостного объема ВВП России. По итогам 2009 года совокупный объем государственных закупок остался на уровне 2007 года, это связано в первую очередь с режимом экономии бюджетных средств.

В Ростовской области в 2009 году, несмотря на финансовый кризис и политику бюджетной экономии, совокупный объем государственного и муниципального заказа области составил более 47 млрд. рублей. В 2008 году совокупный объем государственного и муниципального заказа составил более 57 млрд. рублей, что почти на 27% больше, чем в 2007 году (рис. 1).

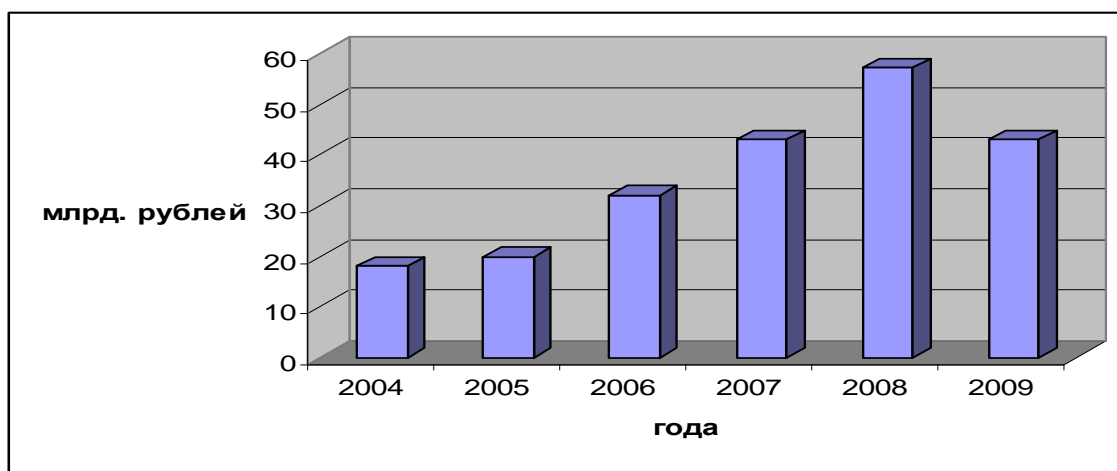


Рис. 1 Объем совокупного заказа Ростовской области за 2004-2009гг. (составлен автором).

Увеличение объемов государственных заказов служит фактором роста совокупного спроса для поддержки и стимулирования национальных производителей и регулирования структуры отраслевой и региональной экономики. Кроме того, при сбалансированном регулировании объемов закупаемой продукции посредством государственных заказов может быть оказано позитивное влияние на динамику цен по определенным ее видам.

Но, наряду с положительной динамикой роста их объемов, можно выделить негативные тенденции, обуславливающие повышение рисков гарантированного ресурсного обеспечения государственных функций и исполнения социальных обязательств: монополизации государственного сектора рынка, опережающего роста цен на продукцию (работы, услуги) для государственных нужд по сравнению с индексами потребительских цен и цен производителей, снижения качества продукции, смещения коррупционных рисков в сферу планирования и управления контрактами, ухудшения финансового состояния реального сектора экономики вследствие созданных условий перераспределения ресурсов в пользу финансово-кредитной сферы и сферы обращения[2]. Следует отметить, что если в

2006 – 2007 г.г. относительная доля торгов находилась в положительной динамике, то в 2008 г. составила в среднем лишь 5% [5], причем на федеральном уровне этот показатель был втрое ниже, чем на региональном. Вместе с тем по итогам проведения торгов в 2008 г. доля стоимости государственных контрактов составила более 70%, следовательно, наиболее крупные по стоимости заказы размещаются путем проведения торгов. Доля проведенных аукционов превышает долю проведенных конкурсов. Кроме того, несмотря на популярность у государственных и муниципальных заказчиков запроса котировок, электронный аукцион как способ размещения заказа может полностью их заменить к 2011-2012 г.г.

Модернизация системы государственного управления за счёт использования возможности современных информационных технологий стала неизбежной мировой тенденцией и в полной мере затронула сферу государственных закупок.

Одной из наиболее эффективных форм применения информационных технологий в государственных закупках является проведение аукциона в электронной форме, использование которого приводит к значительному повышению конкуренции, экономии бюджетных

средств и созданию новых возможностей для бизнеса, а также снижению административных барьеров, повышению прозрачности и как следствие снижению коррупции.

Международные организации уделяют особое внимание использованию аукционов в электронной форме и разрабатывают правовые документы в области государственных закупок (e-GP, electronic government procurement). Такими примерами являются пересмотренное Соглашение по государственным закупкам Всемирной торговой организации (GPA, Government Procurement Agreement WTO), а также типовая закон о закупках товаров, работ и услуг с руководством по его примене-

нию, принятый комиссией ООН по праву международной торговли (UNCITRAL)[4].

Значительный вклад вносит Европейский Союз, в котором разработаны и успешно применяются передовые правовые механизмы регулирования процедуры размещения государственных заказов путём проведения аукционов в электронной форме.

По данным Портала государственных закупок Ростовской области, все большее количество заказчиков отдают предпочтение аукционам и аукционам в электронной форме, в то время как открытые конкурсы и котировки сдают свои позиции (рис.2).

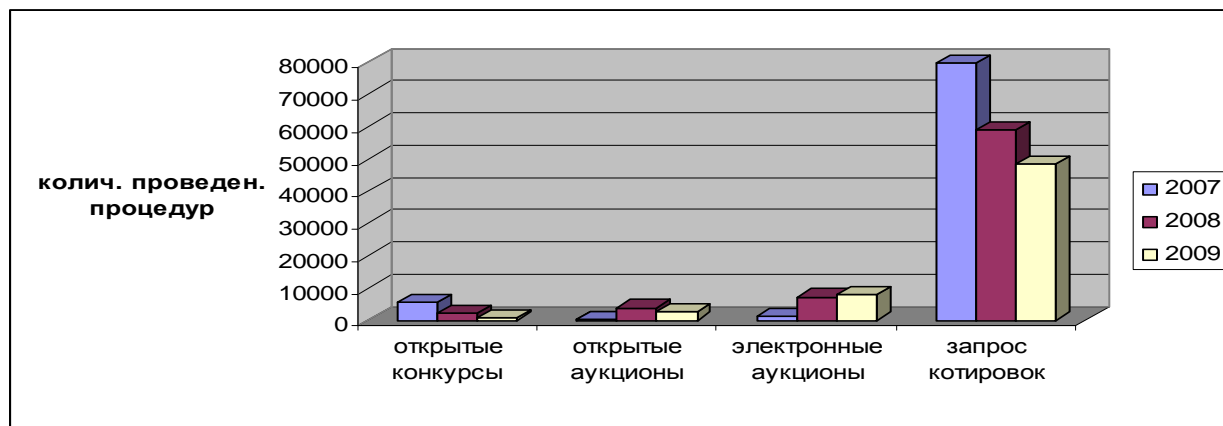


Рис.2 Динамика состоявшихся закупок в 2007-2009 годах.

В 2009 году сумма средств размещенных закупок составила 47 941 229 тыс. рублей, в том числе размещено с помощью открытого конкурса - 1 901 738,3 тыс. рублей, открытого аукциона - 32 539 842,9 тыс. рублей, элек-

тронным аукционом - 1 883 930,9 тыс. рублей, запросом котировок - 3 421 386,8 тыс. рублей, у единственного поставщика - 4 160 066 тыс. рублей, закупки малых объемов - 4 034 264,1 тыс. рублей (рис.3).



Рис.3 Объем совокупного заказа Ростовской области в разрезе способов размещения заказа в 2009 году (тыс. руб.) (составлен автором).

Главный показатель эффективности размещения государственного заказа – экономия бюджетных средств. Наибольший процент экономии бюджетных средств достигнут при размещении заказа электронным аукционом – 17,7 %, при проведении запроса котировок – 15,5 %, при проведении открытых аукционов – 5,2%, открытых конкурсов – 6,2%.

Электронные аукционы являются наиболее прозрачной и привлекательной для участников размещения заказов формой закупки. Именно при размещении заказа с помощью электронного аукциона складывается наибольшая экономия бюджетных средств.

В декабре 2008 года Правительство РФ утвердило специальный перечень товаров, работ и услуг, согласно которому с 1 января 2010 года все федеральные заказчики в обязательном порядке будут закупать данную продукцию или услуги только через открытые электронные аукционы.

С 1 июля 2010 года федеральные заказчики вместо обычных аукционов с молотком и аукционистом будут обязаны проводить исключительно электронные аукционы. Таким образом, уже через полгода обычные аукционы для федеральных заказчиков полностью себя изживут. Что касается региональных и

муниципальных заказчиков, то для них размещение заказов на аукционах в электронной форме станет обязательным лишь с 1 января 2011 года.

Запрос котировок не является конкурентной процедурой, и его планируется полностью заменить на короткий (по сроку его проведения) электронный аукцион ориентировочно во второй половине 2011 года. Размещать заказы на таком коротком аукционе можно не до 500 тыс.руб., как при запросе котировок, а до 3 млн. руб. При этом у федеральных заказчиков такая возможность есть уже сегодня. Таким образом, в результате у нас останется обычный электронный аукцион, короткий электронный аукцион, конкурс, а также размещение заказа у единственного поставщика в определенных законом случаях.

Электронные аукционы, обычные и короткие, будут занимать около 70 процентов от всех торгов по государственному заказу, соответственно примерно тридцать процентов будет приходиться на конкурсы, в первую очередь это размещение заказов на выполнение творческих работ (например, НИОКР, проектирование, медицинские услуги). Электронные аукционы будут проводиться на строительство, лекарственные средства, поставку продуктов питания, канцелярских товаров, и т.д.[3].

Однако необходимым условием долгосрочного и динамичного развития системы государственных закупок как инструмента регулирования макроэкономических процессов является совершенствование системы оценки эффективности государственных закупок. Разработка и обоснование методики оценки эффективности государственных закупок являются одним из направлений развития системы управления государственных и муниципальных закупок.

Действующая система оценки эффективности, основанная на таком показателе, как сокращение расходования бюджетных средств, разработана и рекомендована к использованию Министерством экономики Российской Федерации.

Эффективность государственных закупок рассматривается как экономический эффект, достигнутый путем осуществления конкурентного размещения заказа, и характеризуется:

- экономией средств бюджета (в ходе размещения заказа достигается снижение цены и экономия бюджетных средств по сравнению с ранее запланированным объемом расходов);
- более высоким качеством приобретенных товаров, работ и услуг;
- сопутствующими закупке социальными благами (снижение уровня коррупции; повышение открытости рынков; улучшение деловой репутации и инвестиционной привлекательности).

Вместе с этим можно выделить следующие составляющие эффективности системы размещения заказа (рис. 4).



Рис. 4. Составляющие эффективности системы размещения заказа.

Методика оценки эффективности системы государственных закупок позволяет осуществлять оценку эффективности государственных закупок в разрезе осуществляемых процедур размещения заказа, динамики их применения и экономии бюджетных средств.

Таким образом, устойчивое развитие российской экономики зависит от эффективного государственного управления, включающего, эффективное расходование бюджетных средств. Одним из важных механизмов контроля правильности бюджетных расходов является государственная закупочная полити-

ка, основанная на действенной правовой базе, учитывающая интересы как частного сектора экономики, в том числе малого предпринимательства, так и общественную производственную специфику и потенциал.

Система государственных закупок, сложившаяся в экономике современной России, находится в стадии становления и нуждается в дальнейшем совершенствовании. Важными предпосылками повышения эффективности управления государственными закупками являются: проведение административной реформы, внедрение аудита эффективности бюджетных расходов. Данные процессы позволяют формировать благоприятные социально-экономические условия, а закупочная деятельность будет обеспечена адекватной для конкуренции средой.

Совершенствование системы управления государственными закупками будет способствовать эффективному исполнению государственных функций и развитию секторов экономики, обеспечивающих воспроизводство необходимых материальных ресурсов для государственных нужд и может повлиять на экономику нашей страны в целом.

#### **Библиографический список**

1. Бюджетное послание о бюджетной политике в 2010-2012 гг. // [www.archive.kremlin.ru](http://www.archive.kremlin.ru)
2. Бюллетень №3 (135) Счетной палаты Российской Федерации за 2009 г.

3. Владимирова Е. Торги по списку // Российская бизнес-газета 22.12.2009, с. 1,3

4. Государственные и муниципальные закупки-2009. Сборник докладов IV Всероссийской практической конференции-семинара. – М.: ИД «Юриспруденция», 2010. – 416с.

5. Доклад Минэкономразвития России «О развитии системы государственных и муниципальных закупок» в Правительство Российской Федерации по итогам 2008 года. // [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)

6. Настольная книга госзаказчика. / под ред. Храпкина А.А. – М.: ИД «Юриспруденция», 2010. – 744 с.

#### **Bibliographic list**

1. Budget and budget policy message in 2010-2012 // [www.archive.kremlin.ru](http://www.archive.kremlin.ru)
2. Chamber of Accounts of Russian Federation' bulletin for 2009 N3 (135)
3. Vladimirova E. Public sale by list // Russian business paper 22.12.2009, pages 1,3
4. State and municipal purchases – 2009. Collected reports of IV All-russian Practical conference. – Moscow: Publishing house “Law”, 2010.
5. Ministry of Economic Development' Report “About development of system of state and municipal purchases” to the Government of Russian Federation in the final analysis of 2008 year. // [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
6. Government customer's Desk book / Edited by Khramkin A.A. - Moscow: Publishing house “Law”, 2010

*А.А. Пешкова*

## **СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОБОСНОВАНИЮ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **Аннотация**

Эффективность финансового управления зависит от формирования механизма финансовой стратегии устойчивого развития предприятия. Выделение экономического понятия «финансовая стратегия устойчивого развития предприятия» обусловлено существенной природой ключевых экономических категорий – капитал, стоимость, финансовое равновесие, финансово-экономическая устойчивость, финансовые отношения, эф-



фактивность – которые выступают фундаментом ее построения. Движение этих категорий, специфичность их характера с точки зрения распределительной, регулирующей и контрольной функций для любого предприятия, определяют принятие решений, в том числе и по выбору альтернатив финансовой стратегии. Решение вопросов по обеспечению устойчивого развития предприятия требуют постоянной корректировки методов управления на основе разработки и реализации целостной концепции механизма финансовой стратегии для регулирования воспроизводственных процессов и возрастания стоимости предприятия.

#### **Annotation**

Efficiency of a finance administration depends on formation of the mechanism of financial strategy of a sustainable development of the enterprise. Allocation of economic concept «financial strategy of a sustainable development of the enterprise» is caused by the intrinsic nature of key economic categories - the capital, cost, financial balance, financial and economic stability, financial relations - which act as the base of its construction. Movement of these categories, specificity of their character from the point of view the distributor, regulating and control functions for any enterprise, define decision-making, including for choice alternatives of financial strategy. The decision of questions on maintenance steady development the enterprises demand constant updating of management methods on the basis of working out and realization of the complete concept of the mechanism of financial strategy for regulation and cost increase of the enterprise.

#### **Ключевые слова**

Финансовое управление; финансовая стратегия устойчивого развития предприятия; методы управления; механизм финансовой стратегии.

#### **Key words**

Finance administration; financial strategy of a sustainable development of the enterprise; management methods; mechanism of financial strategy.

Эффективность финансового управления зависит от формирования механизма финансовой стратегии устойчивого развития предприятия. Уже накоплен достаточно большой опыт по становлению и развитию финансового управления субъектов хозяйствования.

На начальном этапе рыночных преобразований в России разрабатывалась методология стратегического управления, в том числе и финансового. При этом разработчики исходили из того, что функции управления сводятся к разработке финансовых планов и бюджетов по основным показателям деятельности предприятия и его структурных подразделений. Конечным результатом такого подхода было решение вопросов по управлению финансовыми

ресурсами и капиталом хозяйствующего субъекта [1]. С дальнейшим развитием рыночных и товарно-денежных отношений усложнились условия функционирования предприятий, получил распространение процессный подход к финансовому управлению, обоснованный классиком административной (классической) школы управления Д. Файолем [12]. Основная идея данного подхода заключается в непрерывности процесса управления, который достигается совокупностью пяти исходных функций: предсказывать, планировать, организовывать, распоряжаться, координировать и контролировать. По аналогии М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури выделяют четыре функции управления: планирование, организация, мотивация и

контроль, взаимодействие которых достигается принятием решений или коммуникаций [4].

Сторонники процессного подхода [1; 3] определяют те же функции субъекта управления как вида деятельности. Так, согласно одной из трактовок, функциями финансового менеджмента являются: организация, планирование, мотивация, контроль и функции финансов предприятия (распределительная, воспроизводственная и контрольная) [3; 5]. Подобная трактовка функций финансового менеджмента как системы управления финансами совпадает с классификацией функций финансов предприятия, в основе которой лежит система распределительных отношений. При этом, управление финансами основывается на ряде научных теорий: экономической теории, менеджмента, планирования, анализа, контроллинга, моделирования, информатики. Поэтому вполне очевидно разнообразие подходов к стратегическому управлению финансовой деятельностью.

Анализ взглядов на финансовое управление и вопросы формирования механизма финансовой стратегии устойчивого развития показывает, что в отечественной экономической науке они всесторонне и комплексно не рассмотрены и носят односторонний характер, поскольку, как правило, не выходят за рамки финансовых категорий. В своих рассуждениях экономисты не проводят четкого размежевания между определениями экономической и финансовой стратегий [9].

Например, И. Хоминич рассматривает финансовую стратегию компании как экономическую категорию, характеризующую различные отношения между субъектами рынка в финансовой сфере [9]. Далее выделяется девять компонентов (направлений) модели финансовой стратегии, из которых получили развитие только три: (1) выбор приоритетных для компании финансо-

вых рынков и целевых рыночных сегментов для работы на перспективу; (2) выбор финансовых институтов в качестве приемлемых партнеров и посредников; (3) разработка долгосрочной инвестиционной стратегии, согласованной с приоритетными направлениями развития видов бизнеса и общей стратегией [9]. При таком подходе не прослеживается целостность концепции финансовой стратегии и ее адаптивность в процессе реализации.

Необходимо отметить, что выделение экономического понятия «финансовая стратегия устойчивого развития предприятия» обусловлено сущностной природой ключевых экономических категорий – капитал, стоимость, финансовое равновесие, финансово-экономическая устойчивость, финансовые отношения, эффективность – которые выступают фундаментом ее построения. Движение этих категорий, подчиненное законам рыночных трансформаций, их участие в воспроизводственном процессе, специфичность их характера с точки зрения распределительной, регулирующей и контрольной функций для любого предприятия, определяют принятие решений, в том числе и по выбору альтернатив финансовой стратегии.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что финансовая стратегия устойчивого развития предприятия, как экономическая категория, с одной стороны, характеризует экономические отношения между их участниками, а с другой – определяет поведение предприятия в рыночной среде и формирует его стратегическую позицию.

Традиционный подход к обоснованию механизма финансовой стратегии ориентируется главным образом на решение общих задач управления, таких как: организационные вопросы формирования отдельных стратегий (конкурентной, инновационной, инвестиционной, производственной, финансовой),

информационные, экономические и ресурсное их обеспечение [2; 3; 5; 8; 9]. На сегодня не получили достаточного раскрытия такие важные вопросы, как: организационно-методическое обеспечение финансовой стратегии; диагностика потенциала финансово-экономической устойчивости; выбор альтернатив финансовой стратегии устойчивого развития предприятия; информационное обеспечение ее реализации. Кроме того, как правило, в указанных выше работах не уделяется достаточного внимания разработке методов оценки управляемых параметров стоимости предприятия, таких как структура капитала, стратегическая стоимость, финансовое равновесие, потенциал финансово-экономической устойчивости. Вместе с тем, такая методическая база, безусловно необходима в условиях динамичных изменений рыночной среды, в первую очередь, для обоснования выбора финансовой стратегии устойчивого развития предприятия.

Это связано с тем, что в новых экономических условиях постоянно изменяются приоритеты. Поэтому решение вопросов по обеспечению устойчивого развития предприятия требуют постоянной корректировки методов управления на основе разработки и реализации целостной концепции механизма финансовой стратегии для регулирования воспроизводственных процессов и возрастания стоимости предприятия.

С методологической точки зрения формирование механизма финансовой стратегии устойчивого развития предприятия строится на основе таких концептуальных положений.

Первая характеристика. Финансовая стратегия должна иметь управленческую ориентацию, то есть должна быть направлена на достижение общих стратегических и тактических целей предприятия по обеспечению устойчи-

вого роста его стоимости. Учитывая это, она рассматривается как центральный элемент общей стратегии управления и имеет тесную взаимосвязь с другими функциональными стратегиями: конкурентной, производственной, инвестиционной, инновационной. Отсюда следует, что финансовую стратегию формируют те же условия и факторы, среди которых отдельные играют определяющую роль в обеспечении эффективности реализации общей экономической стратегии. К таким факторам следует отнести, в первую очередь, динамичные изменения характеристик внешней (колебания валютных курсов, процентных ставок, инфляция, налоговая политика) и внутренней среды (эффективность операционной и финансовой деятельности, финансовое равновесие, потенциал финансово-экономической устойчивости). По сути финансовая стратегия является стержневой в общей концепции стратегии управления и должна быть ей адекватной как по целям, так и по приоритетам.

Теоретической и методологической основой формирования финансовой стратегии являются классические теории бизнеса и финансового менеджмента во взаимосвязи с отдельными положениями теорий финансового равновесия, финансово-экономической устойчивости и экономического роста [2; 4; 10; 13]. Применение положений этих теорий для построения концепции финансовой стратегии устойчивого развития предприятия усложнено незавершенностью и несовершенством организационных механизмов регулирования финансовых отношений и структурными изменениями условий хозяйствования. Учитывая это, и руководствуясь концепцией финансового менеджмента и системным подходом, обоснована принципиальная характеристика приоритетных аспектов финансовой стратегии (табл. 1).

Таблица 1. Принципиальная характеристика приоритетных аспектов  
финансовой стратегии устойчивого развития предприятия

Компоненты финансовой стратегии	Приоритетные аспекты
1. Определение миссии	Ориентация на устойчивое развитие предприятия на основе поддержания и воспроизводства его стоимости
2. Механизм обеспечения финансовой стратегии	Формирование аналитического базиса для выбора финансовой стратегии устойчивого развития Построение модели финансового планирования
Экспресс-диагностика	Исследование и анализ благоприятных и неблагоприятных ситуаций, выявление «узких мест»
Стратегическая диагностика	Формирование аналитического базиса для оценки потенциала финансово-экономической устойчивости и выбора финансовой стратегии
Диагностика финансового равновесия	Определение целевых параметров финансового равновесия: ликвидности, рентабельности и финансовой устойчивости
Диагностика эффективности операционной деятельности	Интегральная оценка потенциала эффективности операционной деятельности
Диагностика эффективности финансовой деятельности	Комплексная оценка эффективности финансовой деятельности
Финансовое планирование	Построение иерархичной модели финансового планирования Формирование механизма согласованности стратегических и тактических финансовых планов
3. Организационно-методический базис и процедуры формирования финансовой стратегии устойчивого развития предприятия	Обоснование выбора оптимальной финансовой стратегии устойчивого развития предприятия
Комплексная диагностика потенциала финансово-экономической устойчивости	Интегральная оценка потенциала финансово-экономической устойчивости
Оптимизация структуры капитала	Расчет структуры капитала при разных альтернативах финансовой стратегии
Обоснование выбора финансовой стратегии	Обоснование процесса и процедуры выбора финансовой стратегии
4. Механизм реализации финансовой стратегии устойчивого развития предприятия	Разработка стратегического финансового плана
Разработка стратегического финансового плана	Обоснование процедуры составления стратегического финансового плана: прогнозного баланса, таблиц прогнозных показателей финансовых результатов и денежных потоков

Прогнозирование устойчивого развития на основе стратегической стоимости	Процедуры прогнозирования стратегической стоимости предприятия
Комплексная оценка риска	Оценка риска и зон синергического эффекта финансовой стратегии
Информационное обеспечение реализации финансовой стратегии	Интеграционная модель информационного обеспечения, рекомендации по организации финансового контроля

С методологической точки зрения основное содержание финансовой стратегии включает набор правил для принятия решений, среди которых ключевыми являются: правила диагностирования, основанные на реализации системного и ситуационного подходов при исследовании различных факторов, влияющих на процесс выбора финансовой стратегии предприятия (индикаторы, модели, методики); правила, по которым устанавливают индикаторы финансового планирования и прогнозирования деятельности центров финансовой ответственности и предприятия в целом; правила структуризации и интегральной оценки потенциала финансовой устойчивости предприятия; правила преобразования качественной и количественной информации для обоснования выбора альтернатив финансовой стратегии устойчивого развития предприятия.

В такой постановке финансовая стратегия представляет собой научно-обоснованную модель действий, направленную на реализацию регулирующие-корректирующей функции решений в сфере управления созданием и воспроизводством стоимости предприятия.

Вторая характеристика. С научной позиции методология финансовой концепции как системы взглядов на понимание сущности механизма финансовой стратегии должна отвечать на такие основополагающие вопросы: каким образом должны строиться и функционировать отдельные составляющие элементы механизма финансовой страте-

гии; какие принципы положены в основу построения структуры предметной области механизма финансовой стратегии и отдельных ее компонентов; каким условиям должны удовлетворять объекты (модели, методы, процедуры), составляющие основу механизма финансовой стратегии; какой порядок обоснования выбора альтернатив финансовой стратегии стабильного развития предприятия.

На такие вопросы ответы следует искать с помощью соответствующих теорий, международного опыта и отечественной практики. Ответы на эти вопросы вытекают из положений теории финансов. В этом контексте проанализируем подходы к построению финансового механизма. С позиций теории финансов, финансовый механизм предприятия рассматривается как система управления, предназначенная для организации взаимодействия элементов в соответствии с требованиями экономических законов.

В подходах ряда экономистов И. Балабанова, Б. Райзберга, к определению сущности финансового механизма прослеживается общая тенденция [1; 6]. Так, в структуре механизма выделяют пять взаимосвязанных элементов: финансовые методы, финансовые рычаги, правовое, нормативное и информационное обеспечение. А. Шермет и Р. Сайфулин стратегический финансовый механизм дополняют финансовыми отношениями [11].

Некоторые экономисты финансовый механизм рассматривают в

организационном аспекте и представляют его как взаимосвязанную совокупность внутренних структурных служб и подразделений предприятия, обеспечивающих разработку и принятие управленческих решений по отдельным аспектам финансовой деятельности [1].

Внимания заслуживает точка зрения И. Бланка, по мнению которого «механизм финансового менеджмента представляет собой систему основных элементов, регулирующих процесс разработки и реализации управленческих решений в области финансовой деятельности предприятия» [2]. Отсюда следует, что механизм финансового управления – это совокупность научно регламентируемых и законодательно закреплённых норм, методов и приёмов управления.

Исходя из анализа сущности и назначения финансового механизма можно сформулировать понятие категории механизм финансовой стратегии следующим образом. Механизм финансовой стратегии предприятия – это важнейшая составляющая механизма его управления, отражающая совокупность финансовых методов, способов, форм, финансовых инструментов и рычагов, с помощью которых осуществляется выбор стратегических приоритетов

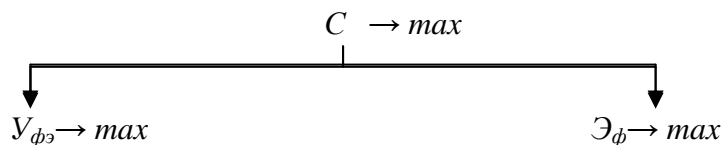
и нормировка параметров для обоснования оптимальной стратегии устойчивого развития.

Построение такого механизма основывается на системном подходе, который позволяет обеспечить сбалансированное взаимодействие четырех блоков: (1) стратегического позиционирования; (2) механизма поддержки; (3) организационно-методического базиса и процедуры формирования финансовой стратегии устойчивого развития предприятия; (4) механизма ее реализации. Каждая из указанных составляющих интегрирует ряд собственных методов и финансовых показателей.

Первый блок предусматривает формирование глобальной цели предприятия – максимизации его стоимости ( $C$ ). Поскольку стратегической позицией предприятия будет постоянное стремление к максимизации результата, выраженного монетарными показателями его стоимости, то целевую функцию можно представить в таком виде:

$$C \rightarrow \max. \quad (1)$$

Взаимосвязь критериев оптимальности финансовой стратегии устойчивого развития можно пояснить графической интерпретацией:



где  $C$  – стоимость предприятия,  $U_{фэ}$  – финансово-экономическая устойчивость,  $Э_ф$  – эффективность.

Критерий максимизации рыночной стоимости предприятия для более низкого уровня в иерархии стратегических установок превращается в цель. Например, задача поддержки финансового равновесия и эффективности финансово-экономической деятельности разрабатывается для финансовой стратегии предприятия в целом, а реализация цели сохранения стоимости предприятия превращается в целевые установки для центров ответственности.

Результаты исследований ряда авторов [4; 8] показали, что при разработке любой действенной стратегии на начальном ее этапе необходимо обосновать выбор приоритетов. Поэтому несомненно, вопросы обеспечения эффективной реализации финансовой стратегии предприятия и ее организационной структуры являются взаимосвязанными. В этой связи рассмотрим порядок формирования механизма финансовой стратегии с позиций его структурной организации и особенностей функционирования.

Приоритеты определяются финансовым состоянием предприятия и оценкой воздействия факторов окружающей среды, а механизм их реализации достигается разработкой и адаптацией стратегических и тактических финансовых планов. Предварительный анализ выбора приоритетов формирования стратегии предполагает формирование исходной информации о сложившихся экономических условиях и тенденциях функционирования предприятия, определяющих внешнюю систему ограничений и на этой основе осуществляется выбор стратегических ориентиров и приоритетных направлений финансовой стратегии.

Второй блок. Базируясь на эволюции взглядов стратегического финансового менеджмента, механизм обеспечения нужно рассматривать как систему, формирование которой происходит на основе концепции и методов управ-

ления, которые обеспечивают сбалансированное взаимодействие систем поддержки, организацию и механизм реализации этой сложной системы. Элементами предложенного механизма является стратегическая диагностика и финансовое планирование. Особое внимание сосредоточено нами на двух первых элементах механизма обеспечения финансовой стратегии. Данный подход основывается на взаимосвязи систем поддержки финансовой стратегии, которая обеспечивается с помощью информации с обратной связью и сбалансированностью его механизмов. Это дает возможность сформировать и практически апробировать предложенный механизм для комплексной оценки потенциала финансово-экономической устойчивости, нормировки параметров и выбора стратегических финансовых планов; оценки стратегической стоимости предприятия; выбора финансовой стратегии и оценки ее синергического эффекта.

Третий блок предусматривает предварительную оценку эффективности финансовой стратегии устойчивого развития, которая объединяет такие этапы: (1) комплексную оценку потенциала финансово-экономической устойчивости предприятия; (2) моделирование оптимальной структуры капитала при выборе финансовой стратегии; (3) выбор альтернатив финансовой стратегии.

Четвертый блок предполагает формирование механизма реализации финансовой стратегии по таким этапам: (1) разработка стратегического финансового плана финансовой стратегии; (2) прогнозирование устойчивого развития на основе стратегической стоимости предприятия; (3) комплексная оценка риска и эффективности финансовой стратегии; (4) информационное обеспечение контроля за реализацией финансовой стратегии. Эффективность финансовой стратегии устойчивого разви-

тия предприятия достигается на основе регламентации процедур и методов каждого блока предложенного механизма, а также на отдельных этапах.

Третья характеристика. Финансовая стратегия устойчивого развития предприятия должна быть адаптивной к динамическим изменениям окружающей среды. Необходимость формирования адаптивного механизма финансовой стратегии к динамичным изменениям обуславливает усиление регулирующей роли информации с обратной связью для обеспечения сохранения и расширенного воспроизводства стоимости предприятия. В этой связи предлагается сценарный подход, предусматривающий разработку множества вариантов экономического развития предприятия, любой из которых можно считать оптимальным при заданных условиях и ограничениях потенциала финансово-экономической устойчивости предприятия. Поэтому с целью повышения эффективности финансового управления акценты внимания перемещаются на центры ответственности и сегменты создания продукта. В данном случае имеется в виду, что в интересах устойчивого развития предприятия принципиально важно, с одной стороны, обеспечивать сбалансированное взаимодействие систем поддержки, а с другой, осуществлять нормировку и выбор альтернатив финансовых показателей стратегического финансового плана на разных уровнях управления. Таким образом, механизм финансовой стратегии устойчивого развития – это процесс разработки и воплощения организационной ее модели с помощью совокупности методов, которые обеспечивают сбалансированное взаимодействие функций систем поддержки для регулирования воспроизводственных процессов создания и воспроизводства стоимости предприятия.

### Библиографический список

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 512 с.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. – К.: Ника-Центр, 2007. – 512 с.
3. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы: Учеб. пособие / Пер. с франц.; Под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2005. – 576 с.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ.-М.: Дело, 2006. – 704 с.
5. Павлова Л.Н. Финансы предприятий: Учебник для вузов. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2007. – 639 с.
6. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 752 с.
7. Родионова Н.В. Антикризисный менеджмент. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2004. – 192 с.
8. Тренин Н.Н. Стратегическое управление: Учеб. пособие для вузов. – М.: Изд-во «ПРИОР», 2005. – 288 с.
9. Хоминич И.П. Финансовая стратегия компаний: Науч. изд. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006. – 156 с.
10. Ченг Ф. Ли, Джозеф И. Финнерти. Финансы корпораций: теория, методы и практика: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2007. – XVIII. – 686 с.
11. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 208 с.
12. Henry Fayol. Industrial and General Administration. – New York: Harper & Row, 1943.
13. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations. – N.Y.: Free Press, 1990. – 855 p.

### Bibliographic list

1. Balabanov I.T. Bas of financial management: the Textbook. - M: Financial experts and statistics, 2006. - 512 p.



2. Blank I.A. Bas of financial management. - K: Nika-centre, 2007.-512 p.
3. Kolass B. Management of the enterprise. Problems, concepts and methods: the Textbook / the Lane with fr.; Under the editorship of prof. J.V. Sokolov.- M: Finance, JUNITI, 2005.- 576 p.
4. Meskon M. H, Albert M, Hedouri F. Bas of management: the Lane with English. - M.: Delo, 2006.-704 p.
5. Pavlova L.N. Finance of the enterprises: the Textbook for high schools.- M: Finance, JUNITI, 2007.- 639 p.
6. Rajzberg B.A., Lozovskij L.S., Starodubtseva E.B. Modern the economic dictionary.- M: INFRA TH, 2000.- 752 p.
7. Rodionova N.V. Anti-recessionary management. - M: JUNITI- DANA.- 2004. - 192 p.
8. Trenev N.N. Strategic management: the Textbook for high schools. - M: Publishing house "PRIOR", 2005. - 288 p.
9. Hominich I.P. Financial strategy of the companies. - M: Publishing house of Russ. econ. acad., 2006.-156 p.
10. Cheng F. Li, Joseph I. Finnerti. The finance of corporations: the theory, methods and practice: the Lane with English.- M: INFRA-M, 2007.-XVIII.-686 p.
11. Sheremet A.D., Sajfulin R. S, Negashev E.V. Technique of the financial analysis.-M: INFRA-M, 2006.- 208 p.
12. Henry Fayol. Industrial and General Administration. – New York: Harper & Row, 1943.
13. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations. – N.Y.: Free Press, 1990. – 855 p.

*Р.В.Ткаченко*

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ**

### **Аннотация**

Управление финансовыми рисками предприятия является важнейшим элементом успешной инновационной деятельности. Финансовые риски являются обратной стороной рисков инновационных проектов, главная цель которых состоит в обеспечении конкурентоспособности за счёт реализации инноваций.

### **Annotation**

Managing financial risks at enterprise is the most important element of successful innovations activity. Financial risks are the opposite side of the risks of innovation projects which main aim is securing competitiveness at the expense of realization of innovation.

### **Ключевые слова**

Финансовые риски, инвестиции, инновации, инновационная деятельность, спекулятивные риски, инновационное предпринимательство.

### **Key words**

Financial risks, investments, innovations, innovations activities, speculation risks, innovation undertaking.

Управление финансовыми рисками предприятия является важнейшим

элементом успешной инновационной деятельности. Финансовые риски явля-

ются обратной стороной рисков инновационных проектов, главная цель которых состоит в обеспечении конкурентоспособности за счёт реализации инноваций.

Managing financial risks at enterprise is the most important element of successful innovations activity. Financial risks are the opposite side of the risks of innovation projects which main aim is securing competitiveness at the expense of realization of innovation.

Управление финансовыми рисками на предприятии является важнейшим элементом успешной деятельности организации, одним из значимых направлений развития антикризисной экономики. Именно инновационная деятельность организаций и корпораций - приоритетное направление выхода экономики России из кризиса. Построение инновационного стержня народного хозяйства обеспечит не только выход страны из кризиса, ослабления и зависимости от нефтяной составляющей, но и откроет перспективы для многих отраслей промышленности. Важно, посредством каких инструментов и алгоритмов будет осуществляться качественная инновационная деятельность предприятия.

Цель статьи состоит в выработке предложений и рекомендаций развития инновационных проектов на предприятиях, а также в создании механизмов минимизации издержек внедрения инновационной составляющей.

Официальными российскими терминами в области инновационной деятельности являются термины, используемые в «Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 годы», одобренной постановлением Правительства РФ от 24 июля 1998г. № 832. В частности, в этом документе дается следующее определение инновации:

«Инновация (нововведение) — конечный результат инновационной

деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности». Также с термином «инновация» тесно связаны понятия «изобретение» и «открытие». Под изобретением понимают новые приборы, механизмы, инструменты, созданные человеком. Под открытием подразумевают процесс получения ранее неизвестных данных или наблюдение ранее неизвестного явления природы. В отличие от инновации, открытие делается, как правило, на фундаментальном уровне и не преследует цели получить выгоду.

Финансовые риски в инновационном предпринимательстве можно определить как вероятность потерь, возникающих при вложении предприятием средств в производство и разработку новой техники и технологий, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке, а также при вложении средств в разработку управленческих инноваций, которые не принесут ожидаемого эффекта.

Финансовый риск неизменно сопутствует принятию любого хозяйственного решения, в силу того что неопределенность — неизбежное условие хозяйствования. Предпринимательская деятельность всегда сопряжена с риском, воздействие которого на результаты работы нельзя заранее точно определить. А инновационная деятельность в большей степени, чем другие направления предпринимательства, сопряжена с риском, так как гарантия положительного результата в предпринимательстве при осуществлении инновационной деятельности практически отсутствует.

В настоящее время выделяют следующие наиболее часто встречаю-

щиеся в инновационной деятельности риски:

- риски необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования;
- риски, связанные с недостаточным уровнем кадрового обеспечения;
- риски усиления конкуренции;
- риски возникновения непредвиденных затрат и снижения доходов;
- риски неисполнения хозяйственных договоров (контрактов);
- риски, связанные с изменением курса иностранной валюты по отношению к национальной валюте, и др.
- маркетинговые риски сбыта результатов инновационного проекта;
- маркетинговые риски текущего снабжения ресурсами, необходимыми для реализации инновационного проекта;
- риски ошибочного выбора инновационного проекта;
- риски, связанные с мировыми финансовыми потрясениями.

Инновационный риск чаще всего возникает при следующих ситуациях:

- при внедрении более дешевого метода производства товара или оказания услуги по сравнению с уже использовавшимися;
- при создании нового товара или оказании услуги на старом оборудовании;
- при производстве нового товара или оказании услуги с помощью новой техники и технологии.

К специфическим рискам инновационных проектов можно отнести:

- Научно-технические риски:
- отрицательные результаты НИР;
  - отклонения параметров ОКР;

- несоответствие технического уровня производства техническому уровню инновации;

- несоответствие кадров профессиональным требованиям проекта;

- отклонения в сроках реализации этапов проектирования;

- возникновение непредвиденных научно-технических проблем.

Риски правового обеспечения проекта:

- ошибочный выбор территориальных рынков патентной защиты;

- недостаточно «плотные» патентные защиты;

- неполучение или запаздывание патентной защиты;

- ограничение в сроках патентной защиты;

- истечение срока действия лицензий на отдельные виды деятельности.

Риски коммерческого предложения:

- несоответствие рыночной стратегии фирмы существующим условиям;

- отсутствие поставщиков необходимых ресурсов и комплектующих;

- невыполнение поставщиками обязательств по срокам и качеству поставок.

В настоящее время управление финансовыми рисками в инновационной деятельности предприятия осуществляется посредством совокупности практических мер, позволяющих снизить неопределенность результатов инновации, повысить полезность реализации нововведения, снизить цену достижения инновационной цели. Данного характера задачи входят в круг проблем, связанных с управлением инновациями, и возлагаются на менеджеров инновационных проектов.

Для управления финансовыми рисками при осуществлении инновационной деятельности прежде всего необходимо:

1. Идентифицировать возможные финансовые риски.
2. Проанализировать и оценить выявленные возможные финансовые риски. Разработать стратегию управления финансовыми рисками.

Риски, в том числе и финансовые, можно оценить прямыми и косвенными показателями. Прямыми показателями предпринимательского риска являются индексы роста основных экономических характеристик (объемы производства или реализации, чистая прибыль и др.). К числу косвенных показателей инвестиционного риска относятся характеристики состояния капитала (интенсивность оборота активов, соотношение заемных и собственных средств, ликвидность активов и т.п.).

1. Провести мониторинг процесса производства при осуществлении инновационной деятельности и соответственно выработать тактические решения по управлению финансовыми рисками.

Полностью избежать финансовых рисков в инновационном предпринимательстве невозможно, поскольку очень трудно предвидеть, какие именно факторы или причины будут способствовать понижению положительных результатов. Однако финансовые риски можно снизить. В первую очередь инновационным предприятиям следует тщательно анализировать инновационные проекты.

Опыт руководителя и возможности инновационного предприятия являются важным фактором минимизации финансовых рисков. Однако для достижения более эффективного результата, как правило, используется не один, а совокупность методов минимизации финансовых рисков

на всех стадиях осуществления предпринимательского проекта.

Успех инновационной деятельности в значительной степени определяется формами ее организации и способами финансовой поддержки.

В настоящее время система финансирования инновационной деятельности построена на основе системы определенных источников финансирования инновационной деятельности, в которые могут входить интеграционные бизнес-группы, финансово-промышленные группы, малый инновационный бизнес, инвестиционные и инновационные фонды, органы местного управления, частные лица. Все они участвуют в хозяйственном процессе и, таким образом, способствуют развитию инновационной деятельности.

В развитых странах финансирование инновационной деятельности осуществляется как из государственных, так и из частных источников. Для большинства стран Западной Европы и США характерно примерно равное распределение финансовых ресурсов для НИОКР между государственным и частным капиталом.

Принципы организации финансирования должны быть ориентированы на множественность источников финансирования, быстрое и эффективное внедрение инноваций с их коммерциализацией, обеспечивающей рост финансовой отдачи от инновационной деятельности.

К сожалению, сегодняшнее состояние инновационной деятельности и инвестиционного климата в России далеко от идеала. На сегодняшний день уменьшившиеся объемы государственного финансирования, нехватка собственных средств у предприятий и отсутствие стратегического мышления у их руководителей не восполняются притоком частного капитала.

В России существуют следующие источники финансирования инновационной деятельности:

- государственные инвестиционные ресурсы (бюджетные средства, средства внебюджетных фондов, государственные заимствования, пакеты акций, имущество государственной собственности);
- инвестиционные ресурсы коллективных инвесторов, в том числе страховых компаний, инвестиционных фондов и компаний негосударственных пенсионных фондов. Сюда же относятся собственные средства предприятий, а также кредитные ресурсы коммерческих банков, прочих кредитных организаций и специально уполномоченных правительством инвестиционных банков, в том числе финансовые ресурсы хозяйствующих субъектов, а также общественных организаций, физических лиц.

На уровне государства и субъектов Российской Федерации источниками финансирования являются:

- собственные средства бюджетов и внебюджетных фондов,
- привлеченные средства государственной кредитно-банковской и страховой системы,
- заемные средства в виде внешнего (международные заимствования) и внутреннего долга государства (государственные облигационных и прочие займы).

На уровне предприятия источниками финансирования являются:

- собственные средства (прибыль, амортизационные отчисления, страховые возмещения, нематериальные активы, временно свободные основные и оборотные средства);
- привлеченные средства, полученные от продажи акций, а также взносы, целевые поступления и пр.;
- заемные средства в виде бюджетных, банковских и коммерческих кредитов.

Важным финансовым источником различных форм инновационной деятельности являются бюджетные ассигнования, за счет которых выполняются целевые комплексные программы, приоритетные государственные проекты. Бюджетные ассигнования формируют российский фонд фундаментальных исследований, а также на долевой основе финансируют федеральный фонд производственных инноваций и пр. В подавляющем большинстве случаев финансируются проекты, обеспечивающие выпуск высококачественной, конкурентоспособной продукции. Для успеха проекта рекомендуется применять устоявшуюся, отработанную технологию, выпускать продукцию, ориентированную на достаточно емкий и проверенный рынок.

Если в качестве инвестора выступает сам инициатор инновации, то при принятии решения об инвестировании он исходит из внутренних ограничений, к которым в первую очередь относится цена капитала, внутренние потребности производства (объем необходимых собственных средств для реализации производственных, технических, социальных программ), а также внешние факторы, к которым относится ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции.

Руководство компании - инноватора сталкивается как минимум с одной альтернативой инвестиций — вложить временно свободные средства в банковские депозиты или государственные ценные бумаги, получая гарантированный доход без дополнительной высокорисковой деятельности. Поэтому доходность инновационных проектов должна превосходить ставку по банковским депозитам и доходность предъявленных к погашению государственных ценных бумаг. Таким образом, цена капитала определяется как

чистая доходность альтернативных проектов вложения финансовых средств.

Что касается влияния конкуренции на определение внутренней нормы прибыли, то, устанавливая норму прибыли по средним значениям рентабельности, ее необходимо соизмерять с масштабами производства. Это связано с тем, что средняя отраслевая доходность может быть выше, чем производственная рентабельность инноватора. Иногда крупные компании умышленно занижают цены, обеспечивая достаточный объем прибыли значительными объемами продаж.

Внешний инвестор, определяя норму прибыли инновационного проекта, руководствуется альтернативными вложениями средств. При этом соизмеряется риск вложений и их доходность: как правило, инвестиции с меньшим риском приносят инвестору меньший доход. Поэтому принятие решения о финансировании инновации инвестор согласует со своей финансовой стратегией (склонность к риску, неприятие риска). Риск инвестиций в финансовые инструменты оценивают финансовые менеджеры. Инвесторы, принимающие решение о финансировании инновационных проектов, уровень риска учитывают как надбавку к ожидаемой норме прибыли.

Величина этой надбавки может варьировать в очень широких пределах и в значительной степени зависит как от характера проекта, так и от личностных особенностей лиц, принимающих решения об инвестировании.

Инновационные риски (риски инновационных проектов) связаны с инновационной деятельностью, главной целью которой является обеспечение конкурентоспособности за счет реализации инноваций. Инновационный риск является результатом совокупного действия всех факторов, определяющих различные виды рисков: научно-

технических, экономических, политических, предпринимательских, социальных, экологических.

В процессе реализации инновационного проекта осуществляется операционная, инвестиционная и финансовая деятельность. Все виды деятельности связаны с типовыми рисками любого инвестиционного проекта.

Инновационная деятельность в нашей стране до 1990-х гг. велась в основном в крупных государственных учреждениях, управляемых с помощью планирования и финансирования посредством бюджетных вливаний. В условиях современного мирового экономического кризиса особое значение приобретает развитие малого предпринимательства в сфере инновационной деятельности, так как малые предприятия наиболее мобильны и способны адаптироваться к условиям ограниченности ресурсов, соответственно ориентированы на ускоренную разработку и способны быстрее, чем крупные предприятия, перестраивать производство и внедрять инновации. В свою очередь следует обратить внимание, что у крупных компаний в настоящее время больше возможностей, так как именно их в первую очередь государство поддержало в 2009 году через государственные финансовые институты, тем самым не просто поддержало развитие инновационной деятельности, приняв финансовые риски на себя, но и вывело из банкротного состояния существенную часть российской промышленности. Во многом определяющим фактором выбора компаний являлось не успешность их работы и значимость для России в целом, а социальный фактор, недопущение социального взрыва особенно в моногородах. По понятным причинам помощь государства малым предприятиям практически не оказывалась. И в настоящее время привлечение финансовых ресурсов малыми предприятиями весьма затруднительно.

### Библиографический список

1. Концепция инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 годы: Постановлением Правительства РФ от 24 июля 1998г. № 832.
2. Батурина Н.А. Теоретические основы инновационного анализа хозяйствующего субъекта// Справочник экономиста №9 2008
3. Сайт Российской корпорации нанотехнологий [www.rusnano.com](http://www.rusnano.com)
4. Сайт [www.dist-cons.ru](http://www.dist-cons.ru)
5. Сайт [www.profiz.ru](http://www.profiz.ru)

### Bibliographic list

1. The concept of an innovative policy of the Russian Federation for 1998-2000: the Governmental order of the Russian Federation from July, 24th, 1998 № 832
2. Baturin N.A. theoretical of a basis of the innovative analysis of the managing subject. The directory of the economist №9 2008
3. Site of the Russian corporation нанотехнологий [nanotechnology www.rusnano.com](http://www.rusnano.com)
4. Site [www.dist-cons.ru](http://www.dist-cons.ru)
5. Site [www.dist-cons.ru](http://www.dist-cons.ru)

*М.М. Есеев*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ НА ОСНОВЕ СТРУКТУРИЗАЦИИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### Аннотация

С каждым элементом структуры деятельности организации – статическим, динамическим и целевым (прибыль) – можно сопоставить набор экономических показателей, которые должны быть базой для начисления налогов. Величина каждого налога связана с уровнем одного из экономических показателей организации (выручка, добавленная стоимость, фонд заработной платы, прибыль, стоимость имущества и т.п.). Поэтому нагрузка налогообложения должна распределяться на предприятии соответственно экономической структуре, иначе через несоответствующую налоговую нагрузку эта структура будет деформироваться. Такой подход показывает влияние каждого из налогов на экономические показатели, а также влияние всей совокупности налогов на будущую экономическую динамику организации. Таким образом, на микроуровне налоговый потенциал – это совокупность статической и динамической составляющих частей обеспечения деятельности организации.

### Annotation

A set of economic indicators which must be the ground for imposing each tax should correspond to each element of the business activities structure - static, dynamic and purposeful (profit). The quality of each tax is connected with the level of one of the business economic indicators such as receipts, added value, payment fund, profit, value of premises, etc. That is why the burden of taxation should cover the business according to its economic structure, otherwise this structure can be distorted through its inappropriate burden. Such approach exerts influence of each kind of tax on the economic indicators and influence of the tax total-ity on the future economic dynamics of the business. So, we can say that at the micro level tax potential is the totality of static and dynamic components of the business activities security.

### Ключевые слова

Налоговый потенциал на микроуровне; структура организации; экономические показатели; нагрузка налогообложения; влияние налога; экономическая динамика; статическая и динамическая составляющие.

### Key words

Micro level tax potential; business structure; economic indicators; burden of taxation; influence of tax; economic dynamics; static and dynamic components.

Как известно, деятельность организации направлена на получение прибыли. Существуют разные методы получения прибыли, соответствующие разным стратегиям деятельности организации.

Полученный результат зависит как от экономических показателей самой организации, например, от себестоимости продукции, которая выпускается, объема производства и т.п., так и от внешнего влияния: налоговых ставок, рыночных цен и других факторов. Если формализованное представление хорошо отображает экономическую динамику реальной организации, то найденные значения управляющих параметров будут близки к тем решениям, которые должны приниматься в действительности.

Соответственно налоговой политике это означает, что найденная зависимость параметров от налоговых ставок задает алгоритмы влияния налогов на экономику организации.

Рассмотрим три возможные стратегии получения прибыли.

Первая состоит в максимизации сегодняшней прибыли, которая потребляется. Для этой стратегии критерием может быть величина прибыли, которая потребляется в каждый момент прогнозирования. В результате такой стратегии прекращается развитие организации и происходит снижение уровня прибыли в будущем.

Вторая стратегия – это минимизация совокупной потребляемой прибыли, в начале прогнозируемого периода

деятельности организации. Такая стратегия приводит к предельно низкому уровню потребления на начальном участке периода прогнозирования, зато к высокому накоплению за этот же период. В свою очередь, усиленное накопление в начале интервала прогнозирования разрешает достичь значительного потребления на конечном участке этого интервала. В результате суммарное потребление за весь период прогнозирования оказывается максимальным. Этой стратегии отвечает критерий, который подытоживает (максимизирует) сумму потребления в разные моменты времени. Если первая стратегия дискриминирует будущее, то вторая – настоящее.

Третья стратегия – это стратегия равноправия времен. Ее можно сформулировать таким образом: каждый момент времени, когда он наступает, равноправный со всеми другими моментами, когда они также наступают. Смысл этого принципа такой: если смотреть с начала периода прогнозирования, то будущие моменты времени имеют разную значимость для того, кто прогнозирует, а именно: чем ближе момент к началу прогнозирования, тем большую значимость он имеет. Таким образом, в момент начала прогнозирования будущие моменты периода оказываются неравноправными. Однако, если рассматривать ценность каждого момента времени саму по себе, то в момент его наступления в реальной жизни можно говорить о равноправии будущих моментов времени с начальным моментом, в который происходит прогнозирование.



Аналитическая реализация принципа равноправия времен может осуществляться с помощью применения мультипликативного критерия. Тогда целью деятельности организации оказывается не максимизация потребления (как для первой стратегии) и не минимизация суммы потребления (как для второй стратегии) в начальный момент прогнозирования, а максимизация структурного потребления последовательно на одинаковых отрезках времени, на которые разбит весь интервал прогнозирования.

Принцип равноправия времен означает, что перевод единицы прибыли из потребления в накопление в текущий момент времени увеличивает будущую прибыль в  $n$  раз (где  $n$  - эффективность вложения ресурсов для увеличения будущей прибыли), но при этом "сегодняшнее" потребление не должно значительно снижаться, так как это может очень уменьшить величину совокупного потребления [1].

Мультипликативный критерий описывает распределение ресурсов на потребление и накопление более реалистически, чем другие критерии.

Решение проблемы количественного распределения ресурсов на основе принципа равноправия времен с использованием мультипликативного критерия требует определения горизонта прогнозирования – интервала времени, на которое прогнозируется деятельность организации.

Горизонт прогнозирования – это показатель, величина которого определяется заинтересованностью предпринимателя в продолжительном и успешном функционировании организации.

Решения, принятые на основе принципа равноправия времен с учетом течения времени, с одной стороны, учитывают сегодняшние нужды и выигрыш от завтрашнего развития, с другой стороны, под влиянием изменившихся обстоятельств, позволяют внести коррек-

тивы в направления управления прибылью, сформированные раньше. При этом необходимо учитывать, что организации действуют в условиях рыночной экономики, то есть цены на их продукцию и на другие товары, а также цена рабочей силы определяются ситуацией на рынке (спросом и предложением многих продавцов и покупателей) и для каждой организации заданы извне.

Условную модель экономической деятельности организации, цель которой – создание прибыли, можно представить как объединение статической и динамической составляющей части. Полученная прибыль распределяется на потребление и инвестиции, которые расцениваются, как увеличение возможности получать прибыль в будущем.

Статическое обеспечение деятельности организации – это все имеющиеся в её распоряжении средства, способности, возможности, используя которые, она может вырабатывать прибыль, то есть ресурсные и другие ограничения и условия получения прибыли. Статическая составляющая часть часто совпадает с капиталом и его денежным выражением, конечно, равняясь рыночной стоимости организации.

Динамическое обеспечение деятельности организации – это реализация возможности вырабатывать прибыль (статическая часть). К ним относятся ресурсы, которые непрерывно обновляются и (или) тратятся для создания прибыли: материальные и денежные потоки.

Объединяясь со статической составляющей частью, эти потоки позволяют производить и реализовывать продукцию, а в результате извлекать прибыль.

Если статическая часть может не изменяться, то величина динамической зависит от интервала времени, на котором она измеряется, то есть состояние – это запас, а процесс – это поток. Вели-

чина динамической составляющей части в расчете на год изменяется и может измеряться стоимостью материальных и величиной финансовых потоков. Однако, кроме статической и динамической составляющей части, в структуре экономической деятельности организации можно выделить целевую составляющую часть или потоки чистой прибыли, полученной в результате деятельности организации, которые потребляются и инвестируются. Поток потребляемой прибыли выступает целью экономической деятельности, ради которой существует и функционирует организация. Поток прибыли, которая инвестируется, увеличивает статическую составляющую часть организации (капитал), а это, в свою очередь, направлено на увеличение прибыли, потребляемой в будущем.

Таким образом, две части прибыли качественно отличаются от других финансовых потоков, а потому выделяются из динамики в отдельный структурный элемент.

Структура экономической деятельности организации показывает, как распределяется полученная выручка. Она направляется на восстановление статической составляющей части, как правило, в виде амортизационных отчислений, и обеспечение динамической составляющей части или оплату труда и материальные расходы. Кроме того, выручка направляется на выплату налогов, сборов и других отчислений (процентов за кредит, возврат кредита, аренда и т.п.). Часть оставшейся выручки и есть прибыль организации, которая распадается в общем случае на три составляющие – потребляемую прибыль, инвестируемую прибыль (на увеличение статической составляющей) и налог на прибыль.

Исходя из концепции налогового потенциала, за базу для расчета может быть взята величина капитала организации (К), выраженная в рублях, количественным выражением которой мож-

но считать рыночную стоимость организации. В связи с этим все экономические показатели можно выражать в удельных величинах, взятых в расчете на 1 руб. стоимости организации (например, величину прибыли можно представить в виде годовой нормы процента на капитал).

Изложенная выше структура деятельности организации позволяет классифицировать налоги. С каждым элементом структуры - статическим, динамическим и целевым (прибыль) можно сопоставить набор экономических показателей, которые должны быть базой для начисления каждого из налогов.

Таким образом, каждому из налогов отвечает налогооблагаемый элемент структуры, который может выступать налогооблагаемой базой. Каждый из налогов зависит от того экономического показателя, на который он начисляется, и чем больше величина показателя, тем больший платится налог, а потому, как правило, организация стремится этот экономический показатель по возможности уменьшить.

Кроме того, рассмотрение структуры позволяет сделать вывод, что влияние каждого из налогов на экономику организации определяется тем элементом экономической структуры, на величину которого он начисляется.

Итак, происхождение и влияние налогов связаны со структурой экономической деятельности организации, а потому естественно положить ее в основу классификации налогов.

Существует другой подход относительно классификации налогов, предложенный Р. Масгрейвом. Этот подход получил название "налоги в круговом потоке". Его суть заключается в том, что различие типов налогов базируется на определении точки их влияния в круговом потоке доходов и расходов в экономике [2].

На основе указанного подхода Р. Масгрейв предлагает такую классифи-

кацию налогов: налоги на изделия или на факторные продажи; налоги на продавца или покупателя на рынке; налоги на домашние хозяйства или фирмы; налоги на источники или расходы налогоплательщика. Подход Р. Масгрейва может быть использован в России с учетом особенностей современного ее развития для совершенствования налоговой системы в целом.

Предлагаемая классификация налогов относительно структурной деятельности организации обусловлена необходимостью регулирования налоговыми средствами процесса эффективно-го воспроизводства и касается налогообложения организаций. Таким образом, предлагается налоги, которые платят организации, разделять на три группы: налоги на статику, налоги на динамику, налоги на цель деятельности (прибыль). Налоги, которыми облагаются денежные выплаты населению, могут быть объединены в отдельную группу начислений на фонд потребления в составе налогов на динамику.

Хотя в динамическую составляющую часть структуры входят не только финансовые, но и материальные потоки, для упрощения изложения налогами на динамику облагаются лишь финансовые потоки (денежное выражение материальных потоков).

Объединение налогов в группы, связанные с динамической структурой организации, можно дополнить их объединением по принципу потребления. В процессе деятельности организации часть ее финансовых потоков переходит из сферы производства в сферу потребления. При таком переходе денежные средства теряют способность быть капиталом (то есть самовозрастать), но приобретают способность обмениваться на потребительские товары. А потому имеет смысл выделить налоги на фонд потребления в особую группу, поскольку с их помощью можно влиять на интенсивность потребления.

Таким образом, величина каждого из налогов связана с уровнем одного из экономических показателей организации (выручка, добавленная стоимость, фонд заработной платы, прибыль, стоимость имущества и т.п.). Все эти показатели важны для организации, поскольку принимают участие в производстве чистой прибыли. Начисление налога связано с величиной этих показателей. Задавая значение любого показателя с целью управления налогами организации, изменяется размер чистой прибыли. Поэтому нагрузка налогообложения должна распределяться на предприятии соответственно экономической структуре, иначе через несоответствующую налоговую нагрузку эта структура будет деформироваться. Итак, желательно, чтобы система налогов содержала налоги, начисляемые на все элементы структуры организации, а ставки этих налогов были связаны между собой таким образом, чтобы нанести организации наименьший убыток при заданной величине суммы налогов. Такой подход показывает влияние каждого из налогов на экономические показатели организации, а также влияние всей совокупности налогов на будущую экономическую динамику организации.

На основе вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

– экономическая деятельность организации может быть представлена в виде процесса взаимодействия трех структурно разрозненных частей: первая часть, которую условно можно назвать состоянием организации (статикой), объединяет все средства, способности и возможности, позволяющие организации вырабатывать прибыль (земля, здания, оборудование, положение в инфраструктуре, денежные средства, производственные запасы, транспортные средства и т.п.); вторая часть, которую условно можно назвать динамикой, представляет собой материальные и фи-

нансовые потоки организации (материальные расходы, оплата труда, реализованная продукция, выручка, добавленная стоимость и т.п.), которые, объединяясь со статикой, способствуют генерации прибыли; третья часть – это поток прибыли, которая потребляется (выступает целью деятельности организации), и поток прибыли, которая инвестируется (увеличивает возможности получать прибыль в будущем);

– базой для начисления различных налогов является одна из частей экономической структуры, и именно этим определяется влияние налогов на экономику организации;

– сумма налогов, которая взимается с каждой организации, не может быть слишком большой. Если эта сумма превышает некоторый допустимый уровень (что зависит от экономической эффективности организации, формы собственности и налоговых ставок), то на-

ступает стагнация развития, а после этого и разрушение организации.

Таким образом, на микроуровне налоговый потенциал – это совокупность статической и динамической составляющих частей обеспечения деятельности организации.

#### **Библиографический список**

1. Кугаенко А.А., Белянин М.П. Теория налогообложения. - М.: «Вузовская книга», 2005. - 344с. - с. 20.
2. Musgrave R.A., Musgrave P.B. Public Finance in Theory and Practice. – New York: McGraw-Hill, 1984. – 824 p.

#### **Bibliographic list**

1. Kugaenko A.A., Belianin M.P. Taxation Theory: 2<sup>nd</sup> edition. – “Vuzovskaya kniga”, 2005. – p. 344. – p.20.
2. Musgrave R.A., Musgrave P.B. Public Finance in Theory and Practice. – New York: McGraw-Hill, 1984. – 824 p.

*Ю.В. Иванова*

## **МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

### **Аннотация**

Анализируется специфика банковского маркетинга, которая предопределяется особенностями банковских услуг и продуктов. Доказывается, что эффективность инновационной стратегии коммерческого банка основывается на активном проведении маркетинга банковских услуг.

### **Annotation**

It's analysed [specificity](#) of bank marketing, which determinates bank services and products. [Proved](#), that [efficiency](#) of innovation strategy business bank based on activeholding marketing bank services.

### **Ключевые слова**

Банковская инновация, коммерческий банк, банковский маркетинг, стратегия, банковский продукт, банковская услуга, сегмент рынка, клиентская база, нововведения, конкурентное преимущество, банковская технология.

### Key words

Bank innovation, business bank, bank marketing, strategy, bank product, bank service, market segment, client base, innovation, [competitive advantage](#), bank technology.

Банковский маркетинг – это довольно широкое понятие, но внутренне чётко структурированное. Одной из его составляющих выступает стратегия продвижения банковского продукта (продуктовый маркетинг), а другой – борьба за долю рынка. Безусловно: при разработке инновационной стратегии развития оба этих элемента маркетинга работают в тесной взаимосвязи, однако в данной статье хотелось бы сосредоточить внимание на том сегменте банковского маркетинга, который предполагает изучение потребностей клиента в новом продукте, его разработку, исследование потенциала рынка и продвижение этого продукта на рынок, то есть на продуктовом маркетинге, который, в связи с инновационной направленностью, называют маркетингом банковских инноваций.

Как известно, маркетинг банковских инноваций – это целевой маркетинг, который основан на выборе определенного сегмента рынка с последующей разработкой инноваций и комплексов маркетинга применительно к данному сегменту, что позволяет сосредоточить внимание и сконцентрировать маркетинговые исследования на конкретном продуктовом сегменте рынка. Поэтому маркетинговые исследования и аналитическая работа крайне важны для каждого банка при осуществлении инновационной деятельности. Они должны быть направлены на анализ финансового рынка и конкретного сегмента, тщательное изучение клиентской базы, спроса на инновации и конкурентной среды; это позволит банку определить свои конкурентные преимущества, то есть выявить те сферы деятельности,

которые позволят ему превзойти конкурентов и занять прочную позицию на рынке. Особое внимание должно уделяться анализу используемых банками-конкурентами нововведений по обслуживанию клиентов, применяемых новых прогрессивных форм обслуживания с использованием технических средств, банковских технологий и создаваемых ими различных форм конкурентных преимуществ.

Одной из главных составляющих маркетинговой деятельности является анализ реальных рыночных процессов и тенденций развития самого банка, поэтому маркетинговые исследования представляют собой систематический сбор, обработку и анализ всех аспектов процесса маркетинга: самих продуктов и услуг, их рынка, каналов доставки, методов и приёмов сбыта, мер стимулирования сбыта. Маркетинг в современных условиях необходим на всех этапах функционирования коммерческого банка для решения задач его повседневной деятельности. Мировой опыт свидетельствует, что ведущие зарубежные банки на изучение рынка выделяют до 15% прибыли, хорошо понимая, какой экономический эффект это даёт [3, с.56]. В последнее время отечественные банки также стали больше уделять внимания маркетинговой деятельности и, в частности, проведению маркетинговых исследований, увеличивая процент отчисления от прибыли на эту цель. Данные таблицы свидетельствуют о росте производимых отчислений от прибыли коммерческими банками на проведение маркетинговой деятельности, для завоевания позиций на рынках и укрепления своей конкурентоспособности.

Таблица 1. Динамика отчислений из прибыли крупнейших банков на проведение маркетинга по годам (в %)

Наименование банков	2006	2007	2008	2009
Сбербанк России	0,52	0,7	0,72	0,75
Газпромбанк	0,33	0,4	0,4	0,45
Банк ВТБ	0,27	0,3	0,42	0,5
Банк Москвы	0,4	0,45	0,63	0,73
Альфа-банк	0,32	0,4	0,5	0,6
«Уралсиб»	0,1	0,23	0,26	0,25

Источник: Составлено автором по материалам официальных сайтов банков

Понятие банковского маркетинга в рамках концепции инновационного развития коммерческого банка включает: выявление существующих и потенциальных рынков для предоставления услуг; выбор сфер наиболее выгодного предложения банковских услуг и определение потребностей клиентов в этих сферах; установление кратко- и долгосрочных целей для развития существующих и создания новых видов услуг; предложение услуг таким образом, чтобы привлечь внимание клиентов к их получению, при соблюдении условия постоянного контроля со стороны банка за качественным их выполнением и получением прибыли от их реализации.

Специфика банковского маркетинга предопределяется особенностями банковских услуг и продуктов. В настоящее время кредитные учреждения в странах с развитой рыночной экономикой осуществляют обслуживание физических и юридических лиц, предоставляя им около 270 видов различных продуктов и услуг.

В общей классификации инноваций банковские инновации как новые продукты банка относятся к категории финансовых, а следовательно, принципиальным является использование денег в качестве основного ресурса для их создания. Кроме того, необходимо помнить, что банковские инновации стали возможными только лишь на опреде-

ленном этапе развития экономической среды, когда распределение, обмен и потребление вышли за рамки лишь производственных отношений. Тогда возникли финансовые инновации, в том числе и банковские, способствующие активизации и наиболее эффективному использованию распределительных функций.

В настоящее время банковские инновации объединяют новейшие финансовые продукты, которые постоянно совершенствуются и видоизменяются. Однако ошибочно считать, что временной фактор является определяющим для инноваций вообще и банковских инноваций, в частности. Наиболее рациональной является предложенная Финерти Дж. и Ченг Ф. [5, с.21] классификация по операционно-продуктовому принципу, а именно:

- инструменты, включающие потребительские финансовые продукты и ценные бумаги;
- финансовые процессы;
- финансовые стратегии и решения.

Эта классификация отражает группировку инноваций по степени универсальности их применения. Так, группа финансовых инструментов наиболее тиражируема, потому что секьюритизация финансовых инноваций позволила стандартизировать правила тор-

говли и юридические отношения сторон в сделках. Поэтому различные виды ценных бумаг стали наиболее популярными среди инноваций за счет обрабатываемости и доступности.

Финансовые процессы относятся к наиболее сложным по своей структуре инновационным продуктам. Финансовые стратегии и решения еще более индивидуальны. Например, существующие у коммерческих банков технологии эмиссии ценных бумаг представлены общими подходами, однако каждый клиент в силу своей уникальности требует особых условий эмиссии. Таким образом, из комбинации частных условий рождается стратегия – банковская инновация, которая в конкретной ситуации позволяет получить максимальный эффект от размещения. Разработка инновации – это всегда комбинация использования финансовых инструментов, процессов и решений, что мультипликативно увеличивает результат. Как правило, в банке процесс разработки новых или совершенствования имеющихся продуктов и услуг начинается с выдвижения идеи. Объектом инновации может являться как банковский продукт или услуга, так и технология его реализации, программное обеспечение, а также применение известного ранее банковского продукта или услуги, технологии и программного обеспечения, но по новому назначению. Однако идея сама по себе, без ее продвижения, так и останется лишь идеей; для претворения в жизнь идеи создания нового банковского продукта приходит маркетинг.

В рыночной экономике аксиомой является тот факт, что коммерческий банк существует постольку, поскольку имеется спрос на его продукты и услуги. Поэтому основное направление в стратегии развития банки уделяют разработке новых банковских продуктов, модернизации существующих. Таким образом, стратегия развития коммерче-

ского банка обязательно должна иметь инновационную направленность.

В последние годы на российском банковском рынке появилось немало новых продуктов и постепенно эти продукты стали походить друг на друга. Потребителю довольно трудно ориентироваться в этой массе практически ничем не отличающихся друг от друга банковских продуктов. Поэтому возникает вопрос: можно ли сегодня выделиться на фоне других банков и предложить что-либо новое, оригинальное и востребованное и главное – стоит ли это делать? Какова же должна быть инновационная стратегия банка?

Если сравнить банковский бизнес в России с ситуацией на Западе, где количество розничных финансовых продуктов исчисляется сотнями, то с точки зрения нововведений ему есть куда развиваться, и новые продукты, действительно, могут стать существенным преимуществом в конкурентной борьбе, однако их запуск должен быть хорошо подготовлен как с точки зрения технологий, так и с точки зрения потребителей. Новый продукт, точно позиционированный на нужды конкретной целевой аудитории, позволяет достичь очень высокого уровня охвата целевого сегмента. Помимо ценности самого продукта, его создание имеет существенную имиджевую составляющую для кредитной организации, то есть формируется позитивное отношение к банку. Кроме того, новация по одному продукту может существенно увеличить продажи по другим продуктам. Однако есть и другая сторона вопроса: ведь для банка всегда важнее продукт, востребованный потребителем, и при этом не обязательно, чтобы он был новым. Ведь маркетинговое исследование инновации – дорогостоящий процесс, и по силам он не каждому банку. Специалисты считают, [2, с.23] что для работы на розничном рынке новый продукт дает преимущество, однако на конкурентном

рынке он подвержен копированию и модификации, а это значит, что новый продукт очень скоро растворится на конкурентном рынке. Разрабатывая новые продукты, банки не всегда предварительно изучают потребности клиентов. Для расширения линейки банковских продуктов нужно внимательно следить за тенденциями рынка, понимать, какие именно услуги востребованы в настоящий момент. Важно знать мнение клиентов, и для этого необходимо регулярно проводить маркетинговые исследования. Они позволяют уловить желания клиентов даже на уровне ощущений, ведь потенциальные потребители не всегда могут сказать определенно, чего именно они хотят.

По мнению многих банкиров, создать эксклюзивный продукт сейчас достаточно сложно: западная банковская система опережает развитие отечественной, и многие продукты уже «придуманы». Здесь срабатывает эффект сообщающихся сосудов: рядом с Россией находятся прекрасно развитые финансовые рынки США, Европейского союза, Японии. «Конечно, была проведена большая работа по адаптации этих продуктов под отечественный финансовый рынок, под местного потребителя. Сегодня многие российские банки создают собственные продукты. Западный опыт, безусловно, учитывается. Особенно при внедрении потребительского кредитования, при создании кредитных бюро, использовались также отдельные элементы системы управления рисками и т. д.» [4, с.24]. «Эксклюзивность» банковского продукта определяется ценой или содержанием. Первый параметр «эксклюзивности» могут создать банки, оказавшиеся рядом с «эксклюзивным финансовым каналом», но это гипотетическая ситуация. В реальности, если говорить об эксклюзивном содержании, как только на рынке появляется новый успешный продукт, он сразу же будет дублироваться другими участниками

рынка. Это вопрос всего лишь нескольких месяцев.

И все же ряд экспертов считает, что всегда остается возможность разработать эксклюзивный продукт, причем банку, у которого хорошая технологическая база, сделать это легче, так как он обладает лучшим инструментарием. В качестве примера можно привести разработанную в Банке Москвы пластиковую карту с возможностью автоматической оплаты метрополитена. Поэтому выход здесь один: из стандартных продуктов создавать уникальные комплексы, находить для них свою аудиторию, форму и преимущества.

Эксперты отмечают, что в целом на рынке дефицит банковских продуктов и услуг, понятных потребителю. Чтобы найти новые рынки, нужно отслеживать общие тенденции, например, те же национальные проекты. За рубежом такие проекты являются толчком для развития инновационных банковских продуктов, однако в России эти тенденции пока еще слабы. Например, итальянская UniCredit Group объявила о внедрении нового продукта Clean Energy Mortgage — ипотечная программа «Чистая энергия». В основу продукта легла государственная программа правительства Италии по поддержке экологически чистых источников энергии. Теперь под залог существующей недвижимости итальянцы могут взять целевой кредит на приобретение солнечных батарей. В свою очередь, ежемесячный платеж рассчитан так, чтобы компенсация государства за излишки «чистой» электроэнергии покрывала проценты по кредиту. В Испании, несмотря на отсутствие государственной поддержки молодежных программ, банк Caja Madrid разработал программу Youth Mortgage специально для молодых семей (возраст заемщиков до 35 лет). Это возможность приобрести квартиру с нулевым первоначальным взносом, взяв кредит на длительный срок (до



40 лет) под достаточно низкий процент, предложена плавающая процентная ставка с привязкой к Euribor, что ниже среднерыночной на 0,3% и составляет сейчас 3,56%.

Становится ясно, что новшества, внедряющиеся сейчас на отечественном рынке, представляют собой стандартный набор инноваций, применявшихся в Европе 10–20 лет назад и еще не полностью исчерпавших свои возможности.

По мнению банковских специалистов, несмотря на ипотечный кризис на Западе, ипотечные кредиты в России продолжают оставаться наиболее перспективным инструментом: именно ипотечные продукты позволят кредитным организациям успешно конкурировать на рынке. В борьбе за новых клиентов банки все активнее предлагают новшества, изменяют свои программы. Некоторые кредитные организации заявляют о внедрении собственных инноваций на рынке ипотечного кредитования. Можно сформулировать общую тенденцию инноваций на этом сегменте рынка. Во-первых, это постепенное смягчение требований по наличию первоначального взноса.

Во-вторых, снижается процентная ставка на кредит. За 2007 год на московском рынке ипотечного кредитования ставка снизилась на 0,4–1,4 процентных пункта. Одним из способов снижения процентной ставки в 2008 году стали новые программы ипотечного кредитования с плавающей процентной ставкой, размер которой не фиксируется на весь период кредитования, а периодически пересматривается в зависимости от ситуации на рынке. Сначала это были валютные программы с привязкой к LIBOR (London Interbank Offered Rate — средняя ставка предоставления валютных кредитов на лондонской межбанковской валютной бирже). Немного позже появились подобные программы в рублях. Пионером в создании такого рублевого продукта стал ипотечный

банк DeltaCredit, запустивший программу DeltaМечта, привязанную к индикативной ставке MosPrime3 — средней ставке предложения рублевых кредитов, предоставляемых крупнейшими банками на московском рынке сроком на три месяца (рассчитывается Национальной валютной ассоциацией). Уникальность продукта заключается в том, что по мере улучшения макроэкономической ситуации в России кредит для заемщика становится дешевле.

В-третьих, увеличивается срок кредитования. Теперь уже большинство банков предлагает взять кредит на покупку жилья сроком на 20–25 лет, а при особой необходимости и до 30 лет. Еще одним нововведением стала отсрочка первоначального взноса. В частности, банк «КИТ Финанс» предложил полугодовую отсрочку. Подобная услуга предназначена для тех заемщиков, которые уже имеют в собственности недвижимость и хотят с помощью ипотеки улучшить свои жилищные условия. Предоставленные шесть месяцев заемщик может использовать для того, чтобы реализовать свою квартиру на наиболее выгодных условиях. Услуга также позволяет отсрочить выплату процентов и основного долга по кредиту на 6 месяцев, то есть на тот период, когда заемщик несет свои основные расходы. Следует отметить, что при внешней привлекательности такого продукта, его целевая аудитория достаточно ограничена, поскольку не более 10–15% заемщиков, обращающихся в банки за ипотечным кредитом, уже имеют квартиру, которую теоретически можно использовать в качестве первоначального взноса для улучшения жилищных условий, считает эксперт.

Довольно активно в 2009 году развивались методы кредитования новых сегментов рынка недвижимости: коммерческой, загородной. Например, почти все банки выдают кредит под залог квартиры. Специально для таких

целей, а также на любые другие нужды, были разработаны программы кредитования под залог уже имеющейся недвижимости.

Еще одной новой услугой на рынке ипотечного кредитования стали программы рефинансирования, то есть процедуры пересмотра условий по кредиту заемщиков, которые взяли кредит несколько лет назад. Подобное нововведение связано с тем, что процентная ставка по кредиту за последние несколько лет упала, и для того чтобы показать свою лояльность клиентам, банки стали разрабатывать и такие программы.

Тем не менее в деятельности российских коммерческих банков наблюдается опасная тенденция: нарастает отставание российских финансовых институтов от банковских учреждений развитых стран в сфере управления инновационными процессами. Если этот разрыв будет увеличиваться и дальше, отечественная банковская система неминуемо столкнется с серьезными трудностями. Уже сейчас отмечены тенденции, свидетельствующие о негативном развитии ситуации в банковском сегменте.

Во-первых, снижение банковской ликвидности. Данный показатель динамичен, и периодически его снижение наблюдалось и ранее, однако снижение до критического уровня данного показателя свидетельствует о системных проблемах в российской банковской сфере. Прежде всего, это недостаток внутренних ресурсов и неадекватное управление рисками, которое не обеспечивает экономического роста наряду с финансовой стабильностью. Недостаток внутренних ресурсов покрывался притоком внешних средств, но на настоящем этапе в связи с кризисом на мировых рынках отток средств повлиял негативно на отечественный банковский сегмент. Впрочем, причины снижения ликвидности и усиления рисков в на-

циональной банковской системе кроются не только в мировой финансовой нестабильности. Ключевой проблемой выступают банковские стратегии управления структурой активов.

Отношение объема кредитов нефинансовому сектору к внутренним депозитам банков возросло с 95% на начало 2004г. до 120% на начало 2009г., причем, если в 2006 г. нехватка внутренних банковских сбережений для поддержания столь высоких темпов роста кредитов составляла 235 млрд. руб., то в 2007 г. она превысила 1 трлн. руб. и еще возрастет в последующие годы [1, с. 52].

Кроме того, снижаются банковские вложения в ценные бумаги, что является фактором потенциальной ликвидности для банка. Так, за период с 2004 по 2009 гг. доля вложений в ценные бумаги от активов составила 11,5-7,5% соответственно [1, с.54]. Причиной этому явился дефицит ликвидных и низкорискованных ценных бумаг и их невысокая доходность, существенно ниже процентных ставок по депозитам населения. В результате рост соотношения «кредиты/депозиты» одновременно со снижением доли ценных бумаг в структуре активов определяет колебания уровня ликвидности при общем нисходящем тренде.

В контексте изменения данной ситуации основным выходом видится создание инновационных банковских продуктов на основе существующих инструментов. Инновации, связанные с использованием уже существующих инструментов, составляют основную долю разработок банков, и по технологии создания их можно подразделить на следующие группы:

1. Комбинирование существующих продуктов и их элементов (например, стратегии хеджирования с помощью двух и более опционов, гибридные инструменты, конвертируемые облигации).

2. Декомпозиция существующих продуктов и их элементов (например, стриппирование).

3. Использование существующих элементов в новом качестве (например, перенос принципов фьючерсных контрактов на ценные бумаги).

В части ценных бумаг, создание банковских инноваций представляет собой «переупаковку» существующих продуктов, то есть трансформацию структуры продукта, в целях соответствия российскому законодательству, которые благодаря более высокой ликвидности будут интересны как банку, так и клиенту.

По мнению экспертов, банкам необходимо разрабатывать эффективную политику управления активами и рисками, где основное место должны занять новые финансовые инструменты. Речь идет о слиянии страховых, банковских, инвестиционных и других видов деятельности с целью превращения кредитных организаций в универсальные финансовые «супермаркеты» и предложения комбинированных инновационных продуктов, либо укрупнения финансовой мощи через создание синдиката. Тем более, что на рынке существуют примеры недобросовестной конкуренции со стороны банков, и здесь банки должны объединяться в ассоциации еще и с точки зрения недопущения перекоса рынка. Как это произошло, например, с таким продуктом, как карты «Американ Экспресс», когда было принято решение о продаже этого продукта на российском рынке только банком «Русский стандарт».

Рост доли поступлений от комиссионных операций у зарубежных банков в общем объеме получаемых доходов составляет порядка 30%. Хотелось бы отметить, что эта тенденция особенно важна для российских кредитных организаций, у которых аналогичный показатель составляет всего 2-3%. Разработка и внедрение новых комиссионных

услуг и банковских продуктов на российский рынок зарубежными финансовыми институтами ставят российские банки перед проблемой организации эффективного управления инновационным процессом.

Сегодня необходимо работать над изменением характеристик спроса на банковские услуги. Промышленные предприятия и организации обладают информацией, средствами, персоналом, достаточными для самостоятельной организации сложных финансовых схем. Банк может получать доходы от этой сферы, если будет использовать «эффект масштаба», то есть предложит более дешевую услугу при более высоком качестве обслуживания. Доход также может обеспечить продажа уникальных услуг. Например, использование законных монопольных преимуществ: особого статуса, наличия соглашений о сотрудничестве с другими организациями, использования уникальных технологий, как в области организации финансовых операций, так и через внедрение технических новшеств. Но в любом случае от банка требуется активизация деятельности и использование новейших достижений научно-технического прогресса.

Основная ошибка, которую допускают современные аналитики и технологи в ходе построения инновационного процесса в коммерческом банке, — выбор оптимальной структуры управления инновационным процессом. Известно, что любой процесс функционирует только с помощью обеспечивающих систем: финансовых, информационных, программных. Структура — это инструмент реализации политики коммерческого банка в области инноваций, в котором совокупность элементов и их взаимоотношения оказывают влияние на полноценное развитие. Поэтому, акцентируя внимание на одном варианте организации взаимодействия элементов инновационного процесса, банк лишает

себя возможности в полной мере использовать этот инструмент.

В зависимости от конъюнктуры рынка инноваций, опыта и уровня знаний специалистов банка, принципов делегирования полномочий можно использовать разные структуры организации инновационного процесса. Многие элементы, от которых зависит инновация, подвержены постоянным изменениям, а следовательно, требуют пересмотра принципов организации экономических процессов: повышения требований к структурной мобильности коммерческого банка и к квалификации персонала, изменения ассортимента и структуры услуг, а самое главное активного проведения маркетинга банковских услуг.

#### **Библиографический список**

1. «Весеннее обострение» кризиса ликвидности. ЦСИ Банка Москвы // Экономическое развитие России. – №4. – 2009. – с.52-54.
2. Дьяченко О. Банковский продукт как средство в конкурентной борьбе. // Банковское обозрение. - №9. – 2009. – с.23-25.

3. Морозов Ю.П. Управление инновациями в условиях рыночных отношений: Монография – Нижний Новгород, изд-во Нижегородского университета, 2008. – 156 с.

4. Радченков С. Банковский продукт как средство в конкурентной борьбе // Банковское обозрение. - №9. – 2007. – с.24.

5. Финнерти Дж.И., Ченг Ф.Ли, Финансы корпораций: теория, методы и практика. – М.: Инфра-М, 2000. – 210 с.

#### **Bibliographic list**

- 1.«Spring sharpening» of [liquidity crisis](#). CSI Moscow Bank // [Russia economic development](#). - №4. – 2009. – p. 52-54.
- 2.Dyachenko O. Bank product as means in [competitive activity](#). // Bank [review](#). - №9. – 2009. – p. 23-25.
- 3.Morozov U.P. Innovation development in market conditions. [monograph](#) - Nizhny Novgorod, pub-t Nizhny Novgorod University, 2008. – 156 p.
- 4.Radchenkov S. Bank product as means in [competitive activity](#). // Bank [review](#). - №9. – 2007. – p. 24.
- 5.Finnerty J. I., Cheng F. Li, [Corporation finances: theory](#), methods and practice. – М.: Infa – М, 2000. – 210 p.

*Т.В. Гончаренко, Е.Е. Гончаренко*

## **УЧЁТ ФАКТОРА СЕЗОННОСТИ В ПЛАНИРОВАНИИ ОБЪЁМА ВКЛАДОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

#### **Аннотация**

В статье рассматриваются тенденции, характерные для процесса формирования объёма вкладов коммерческих банков, обусловленные фактором сезонности. Учёт этого фактора позволяет повысить эффективность процесса планирования и прогнозирования ресурсной базы банка.

#### **Annotation**

The article focuses on the tendencies, which are typical for forming of commercial bank investments amount caused by seasonal factor. The survey of this factor can increase the planning process efficiency and prediction of the bank resource base.

### Ключевые слова

Банковская система, волна сезонности, банковское планирование, конкуренция, автоматизация процесса планирования, адаптивный подход.

### Key words

Seasonality wave, banking planning, competition, planning process automation, adaptive approach.

Конкурентоспособность коммерческого банка в современных условиях определяется степенью соответствия потребностям клиентов и высокими темпами роста его клиентской базы. Деятельность коммерческого банка требует постоянного совершенствования операций, что в свою очередь усложняет механизм и порядок их осуществления. Развитие банка предполагает значительно более высокий уровень формализации операций, определяемый прогрессом в области фундаментальной и прикладной математики – математического программирования, математической статистики, теории принятия решений и др. Поэтому процесс планирования в банках должен включать в себя математические модели и методы как естественные и необходимые элементы.

Внедрение электронных систем обработки и передачи информации приобрело универсальный и всеобъемлющий характер, охватив все направления банковской деятельности. Компьютеризация банков сопровождается совершенствованием технологии банковских операций и повышением уровня их управляемости. Современные информационные технологии позволяют координировать деятельность подразделений банков, расширять межбанковские связи, действовать одновременно на финансовых рынках ряда стран. Новые возможности автоматизации банковских операций рабочих мест специалистов, информационных технологий банковских услуг позволяют комплексно решать проблемы анализа банковской деятельности, разработки и создания

региональных, межрегиональных и международных банковских систем. Этому способствует интенсивное развитие систем электронной обработки и передачи данных.

Автоматизация информационных и других технологий банка содействует решению стратегических задач. Главными направлениями, по которым автоматизация обслуживания клиентов воздействует на конкурентную позицию банков, является сокращение издержек и повышение качества обслуживания. Достижения электронной техники и технологии предложили принципиально новый вид услуг — систему автоматизированного управления наличностью денежной массы. Эта система дает оперативную информацию о состоянии всех банковских счетов, позволяет регулировать и прогнозировать движение денежных средств, снижать трудоемкость работы с наличными деньгами, переходить на безбумажную технологию.

В связи с постоянным усложнением объектов исследований во многих областях знаний обратились к принципам адаптации. Адаптивный подход в планировании отдельных направлений функционирования банка значительно расширяет возможности и инструменты прогнозирования возможных изменений.

Адаптивный подход в условиях, когда в развитии банковской системы качественные изменения преобладают над количественными, является одним из важнейших направлений совершенствования методов перспективного анализа. Поскольку адаптация – это "про-

цесс изменения параметров и структуры системы, а возможно, и управляющих воздействий на основе текущей информации с целью достижения определенного, обычно оптимального, состояния системы при начальной неопределенности и изменяющихся условиях работы"[1], то идеи этого подхода хорошо согласуются с практикой функционирования коммерческого банка в условиях изменения самого механизма функционирования, гарантируя тем самым высокую адекватность адаптивных моделей реальным процессам.

Получаемые в процессе функционирования экономических систем множества состояний и траекторий их развития сложно описать с достаточно высокой точностью ограниченным набором моделей, основанных только на классических методах математической статистики и теории вероятностей. Корректное применение классических методов теории вероятностей и математической статистики для анализа и прогнозирования временных рядов, являющихся информационным отражением реально протекающих процессов, возможно при условии неизменности во времени их статистических характеристик [2]. Предполагаемая стационарная неизменность статистических характеристик моделируемого процесса представляет собой проявление только инерционных черт развития экономических систем. И хотя свойство инерционности присуще всем экономическим объектам, однако, проявление этого свойства в чистом виде, как правило, не удается наблюдать продолжительное время. Более того, большинство временных рядов, отражающих динамику экономических процессов, не просто обнаруживает некоторое несоответствие условиям стационарности, а сильно отличается от стационарных, то есть у них, наряду со средним, изменяются во времени и дисперсии, и автокорреляция..

В практике планирования объема вкладов возможно применение адаптивного подхода. Так, например, основные причины изменений, наблюдаемых в динамике величины вкладов, обусловлены, прежде всего, самой природой их функционирования. Являясь целенаправленными, управляемые сознательной деятельностью человека сбережения населения постоянно стремятся к качественно новому своему состоянию. Это новое состояние, представляя собой результат, получаемый вследствие разрешения объективно существующего противоречия между текущим состоянием экономической системы и желанием получения возможно большего дохода владельцами капитала, является одновременно отражением поступательного развития всей системы. С переходом в новое состояние противоречие как основной источник поступательного развития не исчезает, а сохраняется, ставя новые проблемы своего разрешения. Это происходит благодаря тому, что новое состояние, превращаясь в текущее, становится объектом планирования, в процессе которого накапливаемые сведения трансформируются в соответствующие оценки возможностей и резервов, на основе которых вновь формируется противостоящий реальному положению вещей замысел преобразования наблюдаемой действительности.

Для прогнозирования процессов, характеризующих периодически повторяющимися сезонными эффектами, разработан специальный класс моделей, отличительной особенностью которых является наличие в их структуре коэффициентов сезонности [3]. В зависимости от способа включения этого коэффициента различают два типа этих моделей.

К первому типу относятся модели с мультипликативным коэффициентом сезонности

$$x_t = a_{1t} f_t + \varepsilon_t, \quad (1)$$

где  $a_{1t}$  – изменяющийся во времени коэффициент, динамика которого характеризует тенденцию развития процесса;  $f_t, f_{t-1}, \dots, f_{t-l+1}$  – коэффициенты сезонности;

$t$  – количество фаз в полном сезонном цикле (при месячных наблюдениях  $t = 12$ , при квартальных  $t = 4$ ).

Ко второму типу относятся модели с аддитивным коэффициентом сезонности

$$x_t = a_{1t} + g_t + \varepsilon_t, \quad (2)$$

где  $g_t, g_{t-1}, \dots, g_{t-l+1}$  – адаптивные коэффициенты сезонности.

Так, например, проведённый анализ изменения величины объёма вкладов по банковскому сектору Белгородской области за период с 1997 по 2009 годы позволил определить волну сезонности как по рублёвым, так и по валютным вкладам (рис 1.).

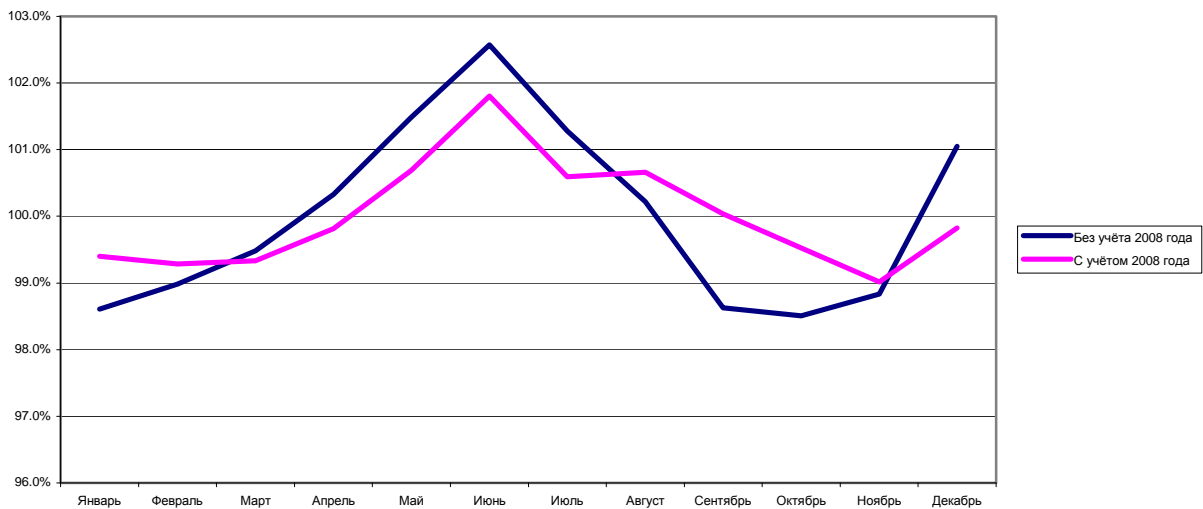


Рис. 1. Сезонная волна остатка рублёвых вкладов населения

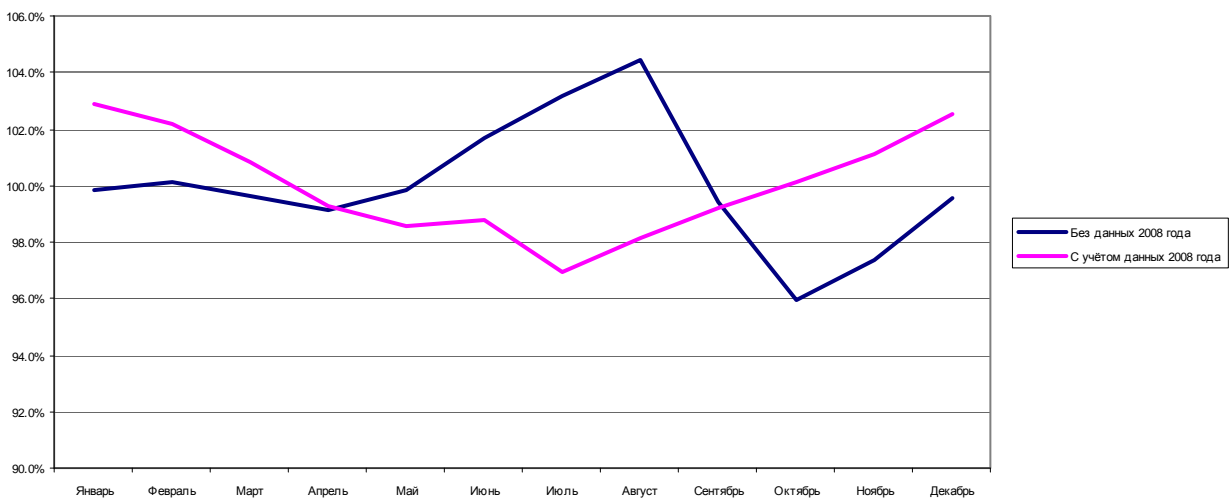


Рис. 2. Сезонная волна остатка валютных вкладов населения

На основе представленных данных можно утверждать, что величина вкладов в течение календарного года меняется под воздействием сезонных факторов. Заметно изменение индекса сезонности, характеризующее положение в июне-августе. При этом колебания индекса для рублёвых вкладов могут достигать величины в 5%, а по валютным вкладам изменения более значительны и составляют уже 9%.

Заметное влияние на объём вкладов оказывают кризисы. Так, например, при учёте факторов 2008 года сезонная волна по рублёвым остаткам меняется незначительно. Но по валютным вкладам направление изменения сезонной волны меняется на противоположное.

Учёт фактора сезонности позволяет учесть различную информационную ценность уровней ряда, что используется при краткосрочном прогнозировании, характерном для банковских процессов с ярко выраженной циклическостью. Поэтому процесс планирования объёма вкладов, в пределах которого сближаются наиболее вероятный и желаемый результаты, может быть усовершенствован за счёт адаптивного подхода, учитывающего фактор сезонности. А необходимость совершенствования процесса планирования в банковской деятельности диктуется потребностью определения финансовых результатов, прогнозирования направлений развития, оценкой экономической обоснованности и целесообразности дея-

тельности как банка в целом, так и различных аспектов его деятельности.

#### **Библиографический список**

1. Ципкин Я.З. Адаптация и обучение в автоматических системах. – М.: Наука, 1968. с.58.
2. Давнис В.В., Тинякова В.И. Прогнозные модели экспертных предпочтений. Издательство: Воронеж: Изд-во Воронеж, гос. ун-та 2005 ISBN: 5-9273-0785-x.
3. Давнис В.В., Щепина И.Н. и др. Элементы экономико-математического моделирования. Издательство: Воронеж: Изд-во Воронеж, гос. ун-та 2006.
4. Куликов В., Нерадовский В. Адаптивное прогнозирование и анализ доходов и расходов кредитной организации. Банковское дело в Москве <http://www.bdm.ru>.

#### **Bibliographic list**

1. Y.Z. Tsipkin Adaptation and Training in Automating Systems. – M.: Nauka, 1968, p.58.
2. V.V. Davnis, V.I. Tinyakova Predictive models of Expert Preferences. Publishing House: Voronezh: Publisher Voronezh State University 2005 ISBN: 5-9273-0785-x.
3. V.V. Davnis, I.N. Schepina and others Elements of Economical and Mathematical Modeling. Publishing House: Voronezh: Publisher Voronezh State University 2006.
4. V. Kulikov, V. Neradovsky Adaptive Prediction and Profit and Expenses Analysis of the Lending Agency. Banking in Moscow <http://www.bdm.ru>

*А.С. Гончарук*

## **ТЕНДЕНЦИИ СОЗДАНИЯ НОВОЙ СТРУКТУРЫ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

### **Аннотации**

В статье проводится исследование изменения спроса на рынке розничных банковских услуг во время кризисных явлений в экономике страны. Проводится анализ



потребности населения в розничных банковских услугах, их изменения в условиях финансовой нестабильности, и делаются выводы о возможных изменениях в структуре рынка банковских услуг.

### **Annotation**

There is research of population demand changes on the market of retail bank services in the conditions of national economic instability in the article. The analysis of need of the population in retail bank services is spent, their changes in conditions of financial instability and are done conclusions about possible changes in structure of the market of bank services.

### **Ключевые слова**

Банковская система, экономический кризис, банковские продукты, розничные банковские услуги, рынок услуг, филиальная сеть, CRM-технологии, заемщик, кредитный портфель.

### **Keywords**

Bank system, economic crisis, bank products, retail bank services, the market of services, filial network, CRM-technologies, the borrower, a credit portfolio.

Развитие и становление российской банковской системы, как и история государства, в котором она функционирует, проходили с огромными трудностями и характеризуются определенной нестабильностью. В настоящее время она была подвергнута значительным кризисным потрясениям. Вместе с тем даже в этих условиях удалось избежать массовых банкротств и сокращения филиальной сети.

Банковские услуги имеют специфическую особенность создания и функционирования на рынке услуг. Данная особенность проявляется в период разразившегося в стране финансового и экономического кризиса.

С момента своего создания российские коммерческие банки ориентировались преимущественно на оказание услуг юридическим лицам, рассматривая их в качестве приоритетных клиентов. В настоящее время большинство юридических лиц уже охвачено банковскими услугами. Сейчас именно розничный рынок банковских услуг населению, по оценкам специалистов, обладает огромным потенциалом. Розничный рынок может дать значительные средства, которые послужат источником

для расширения ресурсной базы банков. Развитие потребительского и ипотечного кредитования позволит не только расширить активные операции банков, но и повысить уровень жизни населения, стимулировать развитие сопряженных отраслей экономики, что будет способствовать экономическому росту. Таким образом, развитие рынка розничных банковских услуг имеет большое социально-экономическое значение для динамичного развития экономики страны.

Коммерческие банки в настоящее время предлагают разнообразные услуги юридическим и физическим лицам. Исследование их с позиций экономической сущности, а также причины, обуславливающие их развитие, не достигли завершённых форм и не исключает наличия дискуссионных проблем. Это непосредственным образом воздействует на развитие рынка банковских услуг, эффективного спроса на них.

Взаимодействие на рынке розничных банковских услуг немислимо как без самих кредитных организаций, так и главных покупателей их продуктов – индивидуальных потребителей, домохозяйств, организаций. Формиро-

вание системы взаимоотношений между домохозяйствами, индивидуальными потребителями и кредитно-финансовыми институтами должно строиться следующим образом: индивидуум формирует свои потребности по мобилизации или приращению ресурсов, осуществлению расчетов, информационно-консультативному обслуживанию или хранению ценностей и заявляет о них банку; а банк, в свою очередь, предлагает клиенту продукт, разрабатывает оптимальный механизм его продажи, ориентированный на максимальное удовлетворение потребности клиента и обеспечение условия прибыльности деятельности банка. В результате такого взаимодействия и формируется розничный рынок банковских продуктов, который представляет собой услуги банка, полностью удовлетворяющие потребностям клиентской сети. Следовательно, именно наличие клиента предопределяет трансформацию операций банка в его услуги, а поэтому к классификации банковских услуг следует подходить с точки зрения потребностей банковских клиентов. Следует отметить, что потребности не могут быть удовлетворены непосредственно банковскими услугами. Они удовлетворяют не первичные производственные и личные потребности, а производные от них финансовые потребности. В условиях функционирования товарно-денежных отношений многие потребности трансформируются в необходимость увеличения настоящих или будущих доходов. Возникающие при этом финансовые потребности представляется возможным объединить в три большие группы:

1) потребности в финансировании, выражающиеся в необходимости привлечения дополнительных средств для финансирования текущего производственного и личного потребления;

2) потребности в инвестировании, выражающиеся в необходимости

вложения имеющихся временно свободных средств с целью их приумножения в будущем;

3) потребности в рационализации оборота финансовых активов, выражающиеся в необходимости обеспечения сохранности имеющихся средств, оптимизации их движения и использования.

В связи с этим с целью расширения сферы банковских услуг любой кредитной организации необходимо провести сегментацию своих клиентов. Прежде всего, это поможет наладить взаимоотношение и понимание между потенциальными клиентами банка и сотрудниками, оказывающими различные услуги и занятыми в продаже банковских продуктов. Для того чтобы сегментация применялась эффективно, используемый подход должен быть интегрирован во всю маркетинговую деятельность. Эффективное использование подходов к сегментации клиентской базы и оказание первоклассного сервиса при обслуживании в настоящее время являются, на мой взгляд, важнейшими факторами конкурентного преимущества и дальнейшего доминирования кредитной организации на отраслевом рынке.

Переориентация с проблем организации банковских операций внутри банка на проблемы организации продаж банковских продуктов конкретному типу покупателей приводит к необходимости создания клиентоориентированных стратегий и структур. Области и направления применения инновационных процессов в российских банках чрезвычайно широки: они включают такие актуальные задачи, как:

- централизация информационно-технологических процессов в банке;
- сегментирование клиентов с целью определения целевых рынков услуг;
- четкая стратегия развития

филиальной сети, увязанная со стратегией развития ритейлового бизнеса;

- стратегия информационно-аналитического обеспечения работы с клиентами, так называемая система CRM-технологии, которая должна давать полное представление о клиенте банка с целью выявления особенностей его бизнеса и определения его потребностей в банковских продуктах и услугах;

- стратегия ценообразования на банковские продукты и услуги;

- инновационная стратегия, которая должна заключаться в предложении банком нового типа услуг.

Следует отметить, что до конца 2007 года, до усугубления ситуации на финансовом рынке, связанной с «ипотечным» кризисом в США и его разрастанием до мирового финансового кризиса, повлекшим все из него вытекающие негативные последствия, на российском рынке розничных банковских услуг наблюдался стабильный рост объемов поставляемых услуг и объемов их потребления. Развитие телекоммуникационных технологий привело к появлению новых продуктов и услуг, которые активно используются при обслуживании как частных, так и корпоративных клиентов (дистанционное банковское обслуживание, мобильный банкинг, система Клиент-Банк). Взаимосвязь между динамикой реальных доходов населения, объемами вкладов физических лиц, выданных потребительских кредитов и размещенных корпоративных ценных бумаг представлена на рисунке 1. (см. ниже).

Из приведенных данных мы видим ежегодное стабильное увеличение денежных доходов населения и, следовательно, увеличение денежных средств, размещенных во вклады, в корпоративные ценные бумаги. Активное развитие потребительского кредитования, выброс на рынок огромного

количества банковских продуктов, не требующих какого-либо обеспечения, предоставляемых без предварительной проверки, позволили сделать кредитование физических лиц самой доходной статьей коммерческих банков, но в то же время и достаточно рискованной.

Развитие экономики и увеличение доходов населения положительно сказались на росте кредитного рынка. Это позволило расширить круг потенциальных заемщиков как за счёт увеличения числа клиентов, которые могут обратиться за кредитом и в отношении которых будет вынесено положительное решение, так и в росте предложения платных услуг, которыми они могут воспользоваться.

По данным исследований Федеральной службы государственной статистики, число таких потребителей за 2007 год возросло более чем вдвое: с 13% до 28% от общей численности населения [5].

В настоящее время число коммерческих банков, поддерживающих положительные темпы роста кредитного портфеля, продолжает сокращаться. Повсеместно имело место повышение процентных ставок, ужесточение требований к заемщикам, свертывание целых направлений кредитной деятельности (и в первую очередь на рынке розничных ссуд), сокращение сроков финансирования. В условиях, когда просроченная задолженность продолжает расти высокими темпами (в частности, критической можно считать ситуацию в сфере ипотечного кредитования), а объем возможных потерь не поддается адекватной оценке, только капитализированные банки, имеющие доступ к инструментам рефинансирования ЦБ РФ и межбанковским кредитам, готовы работать на удержание или увеличение своей рыночной доли.

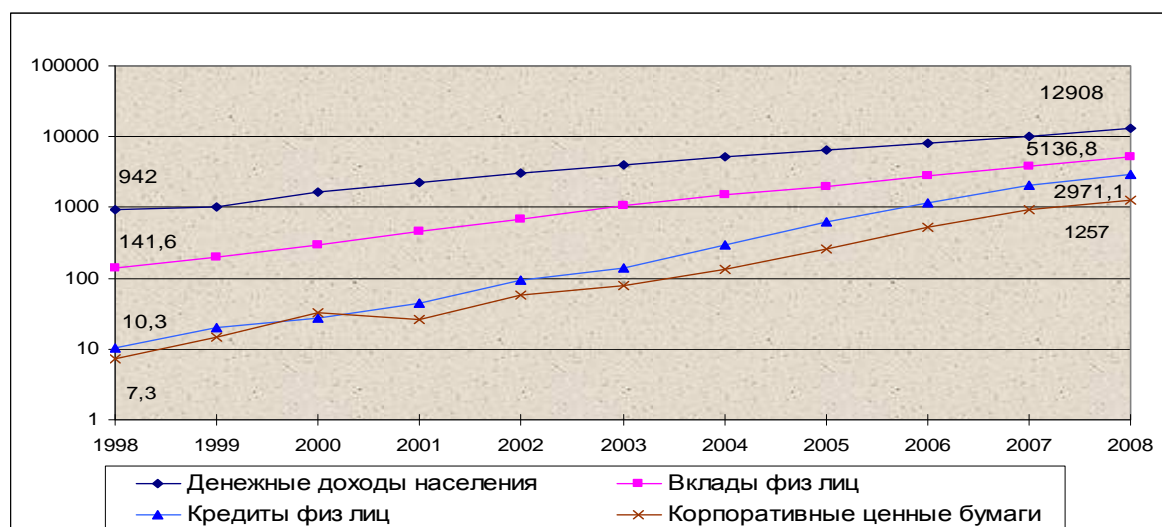


Рис.1. Динамика реальных денежных доходов населения, объема вкладов физических лиц, выданных потребительских кредитов и размещенных корпоративных ценных бумаг, млрд. руб. [4]

В связи с этим становится объяснимым опережающий рост кредитных операций банков с государственным участием, использующим текущую ситуацию для пополнения собственной клиентской базы. В дальнейшем, однако, при сохранении влияния негативных факторов даже для них нагрузка на капитал может оказаться чрезмерной [6].

Что касается самых надёжных российских банков, в которых граждане хранят деньги, то тут ситуация изменилась в пользу крупнейшего банка страны. Доля Сбербанка на рынке вкладов, неуклонно снижавшаяся последние несколько лет, выросла с 50,7% в июле 2008 года до 51,8 в январе 2009 года. За ним со значительным отставанием идут ВТБ-24, Банк Москвы, Газпромбанк, Росбанк, Райффайзенбанк и др.

По оценкам Агентства по страхованию вкладов, в 2009 г. темпы прироста рынка вкладов, вероятнее всего, будут находиться в интервале от 14 до 18%, что соответствует абсолютному приросту на 820-1 060 млрд. руб. Так, за 4 квартал 2008 года четыре крупнейших госбанка смогли увеличить портфель корпоративных ссуд на 13,2%, в то время как прирост по банковскому сектору в целом составил 4%. Тем самым предполагается, что объем депозитов по итогам 2009 г. составит 6700-6950 млрд. руб. Вклады физических лиц в банках - участниках системы страхования вкладов в I полугодии 2009 г. увеличились на 9,9% до 6 467,6 млрд руб., в том числе во II квартале — на 4,7% [7].

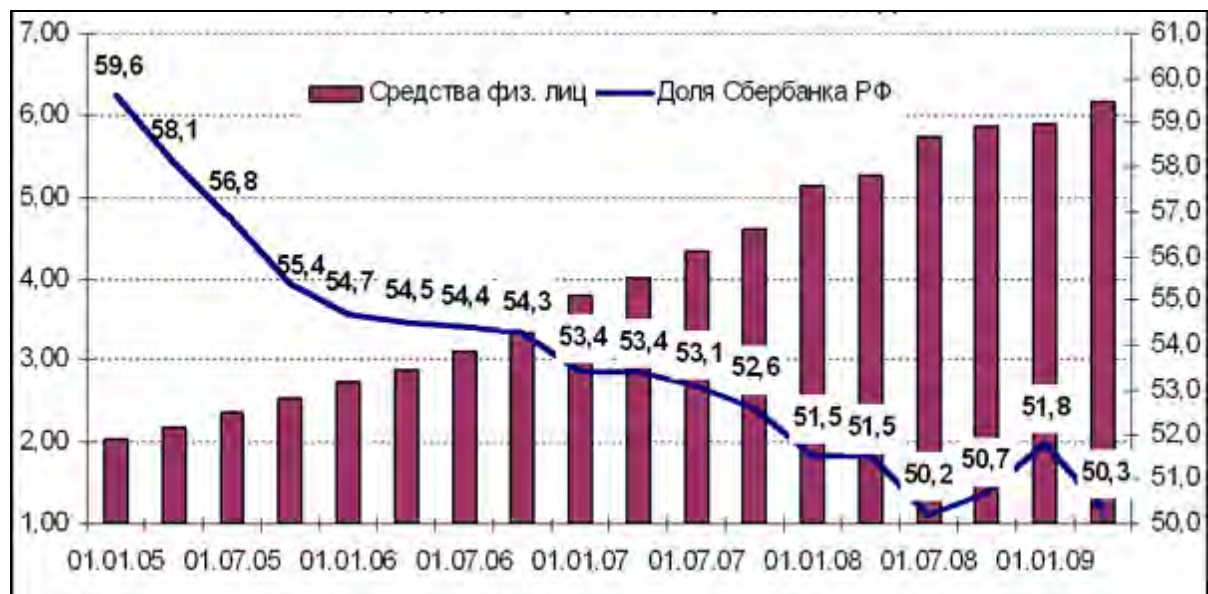


Рис. 2. Динамика привлечения банками вкладов физических лиц (трлн. руб.) [7].

Помимо сезонного ускорения притока средств физических лиц в банки, II квартал 2009 г. характеризуется повышенной склонностью населения к накоплению. Так, доля денежных доходов населения, направляемых на сбережения, выросла с 8,7% в I квартале 2009 г. до 17,1% во II квартале 2009 г. Причинами такого поведения является финансовая стабилизация после осенне-зимней кризисной волны и, как следствие, реализация отложенного спроса потенциальных вкладчиков на финансовые услуги, а также рост процентных ставок по вкладам и желание части населения накопить дополнительные сбережения на случай непредвиденных обстоятельств.

Отток клиентских средств со счетов и депозитов был достаточно быстро остановлен, и в настоящее время стоимость их привлечения заметно превышает предкризисный уровень. Данная ситуация может измениться, если инфляция будет снижаться быстрыми темпами, что приведет и к снижению процентных ставок по кредитам. Соответственно такое развитие событий может привести к серьезному разрыву между привлеченными и размещенными средствами, и, как следствие, к потере

прибыли кредитных организаций. В условиях сохраняющихся рисков дальнейшей девальвации рубля увеличение доли валютных пассивов (в структуре вкладов физических лиц на валютную составляющую приходится около трети от их общего объема) представляет серьезную угрозу финансовому положению кредитных организаций, которые лишены возможности уравновесить их сопоставимыми по доходности активами [6].

Тенденции кредитно-депозитного рынка указывают на то, что рентабельность, достигнутая банками в предшествующие годы, еще в течение длительного периода останется на более низком уровне. Сжатие чистых процентных доходов и рост расходов на формирование резервов по ссудам вряд ли будут компенсированы комиссионными доходами и поступлениями от операций в иностранной валюте. Даже по оптимистическим оценкам, в 2009 году рентабельность банковских активов не сможет выйти за пределы 1% в годовом исчислении. В связи с этим, есть все основания прогнозировать серьезные сдвиги в институциональной структуре национального банковского сектора. Процессы консолидации и кон-

центрации на рынке финансовых услуг могут достичь интенсивности, сопоставимой по степени с последствиями кризиса 1998 года, когда общее число действующих кредитных организаций сократилось более чем на 20 процентов.

Такое движение к новой структуре рынка банковских услуг, в случае возникновения вышеперечисленных условий, будет обеспечиваться сделками слияния и поглощения, переходом клиентуры в устойчивые банки и ликвидацией проблемных кредитных организаций, что приведет к возможному структурному изменению финансовой системы экономики страны.

#### **Библиографический список**

1. Прищепенко В.В. Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга». Маркетинг в России и за рубежом, № 2, 2001 г. С. 14-15.
2. Т.Д. Бурненко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко «Сфера услуг» Экономика, КноРус, М.: 2007 г.
3. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 26., Ч. 1., С. 413.
4. Центральный банк России [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www/cbr.ru/analytics/macro>.  
<http://www.cbonds.info/index/search.php>

5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.gks.ru>

6. Методический журнал «Организация продаж банковских продуктов» № 2/2009 (10), С. 7-8.

7. Агентство по страхованию вкладов, [Электронный ресурс] – режим доступа: [www.asv.org.ru](http://www.asv.org.ru).

#### **Bibliographic list**

1. Prishpenko V.V. Semantics, definitions and a parity of concepts "product", "goods", "service". Marketing in Russia and abroad, 2, 2001 P. 14-15.
2. T.D. Burnenko, N.N. Danilenko, T.A. Turenko « Sphere of services » Economy, KnoRus, M.: 2007
3. Marx K., Engels F. Soch. 2 T. 26., P. 1., Page. 413.
4. The central bank of Russia [the Electronic resource]. - a mode of access: <http://www/cbr.ru/analytics/macro>.  
<http://www.cbonds.info/index/search.php>
5. Federal service of the state statistics [the Electronic resource] - a mode of access: <http://www.gks.ru>
6. Methodical magazine « Organization of sales of bank products » 2/2009 (10), Page. 7-8.
7. Agency on insurance of contributions, [the Electronic resource] - a mode of access: [www.asv.org.ru](http://www.asv.org.ru)

*Д.А. Литвиненко*

### **АНАЛИЗ СТРУКТУРИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ РОССИЙСКОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА**

#### **Аннотация**

Статья посвящена становлению российских структурированных продуктов как в условиях финансового кризиса, так и в докризисный период, что позволило определить изменения направления в трендах развития фондового рынка и отрасли инвестиционных услуг, выявить наиболее перспективные линейки таких продуктов.

#### **Annotation**

This article is dedicated to the establishment and formation of Russian structured products either under existing conditions of the financial crisis or in the pre-crisis period that

helped to define changes in directions of developing stock market trends and investment services field, to find out the most promising branches of these products.

#### Ключевые слова

Структурированный продукт, индексируемый депозит, облигационный своп, связанная кредитная нота

#### Keywords

Structured product, index deposit, bond-swap, credit-linked note

Говоря о структурированных продуктах как о совокупности финансовых инструментов, необходимо выделить определенные их типы, решающие характерные этим типам задачи. В частности, на 2009г. в финансовом поле РФ можно выделить следующие наиболее популярные предложения, именованные структурированными или структурными продуктами: индексируемый депозит, облигационно-деривативные стратегии, опционные стратегии, комплексную продажу инструментов коллективного рынка и страхование в форме структурированного продукта, своп, связанную кредитную ноту.

Индексируемый (структурный, инвестиционный) депозит является классическим структурированным продуктом банковского рынка – депозитом, в который интегрирован фьючерс или опцион на один из инструментов фондового рынка (иногда вместо депозита используются облигационные займы, в России схема распространения не получила). По сути, данный инструмент есть проценты по вкладу или облигации, инвестированные в опционы call или фьючерсы на рынке FORTS. Данная страте-

гия позволяет получать прибыль от роста инвестиционной части и одновременно с этим гарантировать возврат базовой суммы. При этом недостатком стратегии является потеря суммы, инвестированной в опционы или фьючерсы при негативной динамике рынка. Наибольшее распространение получили инвестиционные схемы с использованием фьючерса РТС, инвестиционных товаров (нефть, золото) или наиболее ликвидных акций. Основным ограничением в предложении таких услуг является низкая ликвидность и вариативность инструментов срочного рынка РФ, высокие издержки инвестирования на зарубежных рынках. В целях дальнейшего исследования облигационные продукты также будут рассматриваться в рамках структурного депозита. Данный неологизм используется намеренно, поскольку выражает собой единство инвестиционных принципов, функций и механизмов, позволяющих сосредоточиваться не на общности, но на разностях. Механизм функционирования деривативно-депозитной стратегии показан на рисунке 1.

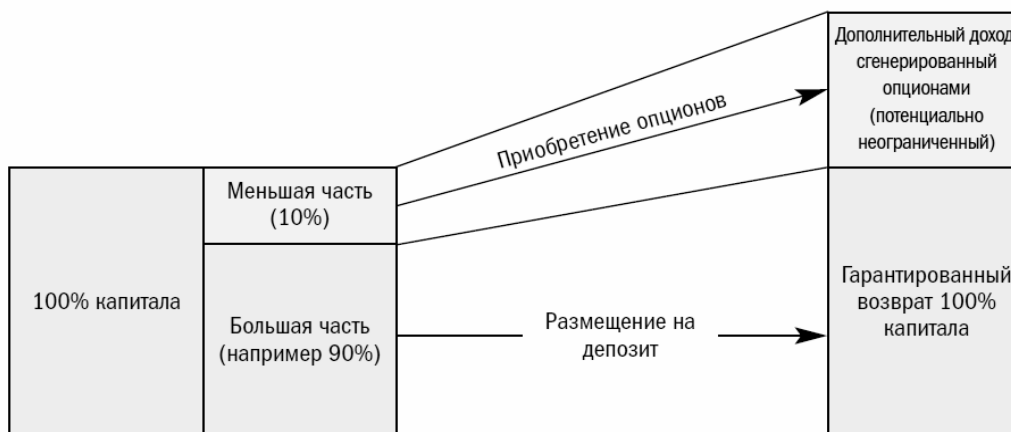


Рис. 1. Механизм функционирования деривативно-депозитной стратегии.

Основным параметром, влияющим на успешность и инвестиционные качества структурированного продукта, основанного на инструментах фиксированной доходности и производных финансовых инструментах, является процентная ставка по долговой части, инвестиционно-спекулятивная составляющая, а также параметры опционов структурного продукта, в частности, волатильность, цена страйка, а соответственно и доходность. В случае использования фьючерсов основным ценовым параметром становится размер гарантийного обеспечения, а к числу инвестиционных можно отнести динамику рынка, стратегию входа и выхода в позицию. Последний объясняется более высокими в сравнении с покупкой опционов рисками, поскольку опцион — право, а фьючерс — обязательство, негативная динамика опциона приводит к потере дохода (недополученной прибыли), а фьючерс с большим размером плеча при негативной динамике рынка может привести к фактическим убыткам, в том числе к потере основной суммы вклада. По этой причине управляющий должен заранее определить цену закрытия спекулятивной позиции для сохранения гарантийных обязательств по структурированному продукту.

Из функционирования инвестиционных стратегий происходят и негативные аспекты функционирования подобного продукта. Принципиальность запрограммированного выхода без возможности повторного инвестирования является следствием нулевой ликвидности структурированного продукта, кроме того эмитент такой структурированной ноты обязан давать гарантии на возвратность капитала, что ограничивает финансовый маневр. Кроме того, возврат базовой суммы лишь в математическом выражении является таковым, поскольку потери инвестора могут быть исчислены и как недополученный доход в виде процентов по стандартному вкладу (в пессимистичном варианте рассчитываемый по безрисковой ставке), также размер потерь можно посчитать приведя стоимость денег к покупательной способности или дисконтировав исходную сумму на инфляцию за период.

Так как структурированный продукт может быть построен из четырех инструментов, простая матрица финансового реинжиниринга позволяет показать всю номенклатуру формируемых предложений.



Таблица 1. Матрица инвестиционных депозитов

Фиксированная часть/ Спекулятивная часть	Облигации	Депозит
Опционы	Облигационно-опционная стратегия рискованна в гарантированной части риском эмитента, но позволяет добиться вариативности за счет различных параметров фиксированной части продукта	Опционнo-депозитная стратегия является доминирующей в российской практике. Характеризуется минимальными рисками как в фиксированной, так и в спекулятивной части.
Фьючерсы	Облигационно-фьючерсная стратегия представляет собой наиболее рискованный вариант структурированного продукта, в рамках инвестиционного депозита не используется, оформляется как отдельный тип инвестиции.	Депозитно-фьючерсная стратегия повышает вероятность закрытия позиций по спекулятивной составляющей, повышает риски гарантирования суммы, а потому используется в случаях формирования больших портфелей продуктов, учитывая большую ликвидность фьючерсов, чем опционов.

На настоящем этапе развития структурированных продуктов финансового рынка инвестиционный депозит является одним из самых важных, но не единственным инструментом. Под базовое определение структурированного продукта попадает также ряд инструментов, предлагающихся управляющими компаниями.

Одним из самых интересных таких инструментов является комплексная продажа страхования и паевых инвестиционных фондов. В российских реалиях основной поставщик такой услуги – управляющая компания «Тройка-диалог». Данный инструмент удовлетворяет общему определению структурированного продукта как финансового инструмента, объединяющего более простые части для создания новой синергетической единицы финансового предложения. Интересна «инвестиционная» часть данного предложения, его «производный инструмент», которым является наступление страхового слу-

чая. Таким образом, можно утверждать, что эта производная спекулятивная часть – сам инвестор, а точнее, его здоровье (предложение управляющей компании не распространяется на имущественное страхование). Таким образом, инвестиционный выигрыш инвестора поставлен в зависимость от его здоровья, и при определенном допущении можно даже определить коэффициент участия ценной бумаги «Жизнь» в индексе здоровья бенефициара: он достигает 100% в случае смерти последнего. Необходимо отметить, что в зарубежной практике продукты страхования представлены шире и представляют собой аннуитеты, привязанные к фондовому рынку. Это одна из наиболее распространенных форм структурированных продуктов в США, на которую пришлось почти 36% от общего объема выпущенных в 2007 году структурированных продуктов.

Следующим интересным инструментом является предложение компа-

нии «Финам», которое заключается в совокупной продаже фондов одноименного управляющего и депозит, что повышает ставку по нему при соблюдении одновременной покупки. Несмотря на то, что такое предложение позиционируется как добавочный процент к депозиту, по сути, данный механизм – структурированный продукт, состоящий из депозита и пая инвестиционного фонда.

Необходимо отметить, что в отечественной практике автору не удалось выявить структурированных продуктов конвертационного типа, то есть тех, которые позволяют выбирать из двух или более альтернатив формы реализуемых в результате исполнения ноты активов. Отечественный рынок ориентирован на денежные потоки.

Часть компаний поступает иначе, под видом структурированных продуктов депозитного типа предлагая различные наборы опционных стратегий. В частности, компания «Еврофинансы» предлагает различные инвестиционные продукты структурированного типа: примечательно, что поставщик не позиционирует эти инструменты как различные продукты, хотя в их основе заложены различные опционные механизмы. Отвлеченность названий приводит к абсолютному непониманию процессов формирования инвестиционных продуктов структурированного типа, в которые компания предлагает инвестировать.

Кроме вышеперечисленных продуктов, которые появились на фондовом рынке с приходом кризиса как ответ на требование гарантий капитала или дополнительной доходности (например, в форме бесплатного страхования, увеличения депозитной доходности), в практике российского фондового рынка можно выявить и достаточно известные продукты, которые тем не менее также подходят под базовое определение структурированных продуктов.

Таким продуктом, в частности, является кредитно-дефолтный своп, производный инструмент при необходимости хеджирования позиции в мультивалютной зоне доллар-рубли. Наличие форвардных контрактов на валюту, вкупе с кредитно-дефолтным свопом на платежи по ОФЗ, представляет собой ценную бумагу, подходящую под определение структурированных продуктов. Примечательно, что данная ценная бумага была сформирована на фондовом рынке РФ и функционировала задолго до формирования рынка кредитных продуктов в их сегодняшнем понимании и соответствующего им понятийного аппарата. Данный инструмент до сих пор используется на фондовом рынке РФ и получил должную оценку инвестиционного сообщества.

Также интересным и старым «докризисным» инструментом представляется торговля свопами на российские акции. Своп, по сути, является нотой, платежи по которой зависят от изменения базового актива, например, индекса РТС. При этом покупатель свопа получает сумму за вычетом комиссионных, а продавец вправе реализовывать инвестиционные программы в соответствии со своим представлением о будущей доходности рынка. Он может и даже должен отказаться от инвестирования в объект свопа в пользу других, более доходных инструментов.

Кроме того, к валютным структурированным продуктам российского рынка относят связанные кредитные ноты (CLN), сертификаты участия в кредите (LPN) и мультивалютные депозиты. В частности, МДМ-банком были представлены CLN с привязкой к курсу рубль-доллар. Данное начинание не было первым. Банки (дочерние структуры иностранных банков, прежде всего Дойче-банк), предлагавшие своим клиентам структурированные проекты, часто встраивали в них, помимо прочего, валютный риск. Предложение МДМ-

банка отличалось лишь публичностью данного продукта.<sup>1</sup> Такая нота также является структурированным продуктом, поскольку связанная кредитная нота со встроенным валютным риском содержит, помимо обычных параметров (номинала, даты погашения, процентной ставки), условие зависимости суммы погашения от курса рубль-доллар на дату погашения.

Таким образом, из анализа сложившегося в РФ рынка структурированных продуктов можно констатировать несколько выводов.

Первым становится вывод о резкой интенсификации развития ритейл-сегмента структурированных продуктов. Несмотря на то что в различных формах структурированные продукты существовали давно, подходы к использованию их были выражены в преимущественном хеджировании рисков валютного и оценочного характера. В настоящее время парадигма суммирования различных простых инвестиционных и финансовых услуг и продуктов в единую ноту носит характер фиксирования прибыли с попыткой заработать долю от рыночного движения. Такое изменение парадигмы и соответствующее расширение инструментария стал возможным благодаря развитию простых ценных бумаг, деривативов и торговых площадок, интенсифицировалось негативной динамикой рынка, соответственно и кризисными процессами в таких отраслях, как: классическое коллективное инвестирование, ритейл-брокеридж, формирование рискованных облигационных портфелей.

Тем не менее в российской практике остается множество пустот и неиспользованных продуктов структурированного типа. В частности, практически не представлены структурные продукты с возможностью конвертации,

также не получили распространения депозитно-брокерские схемы, которые дадут инвестору дополнительный процент на сумму, находящуюся в неиспользованном остатке на брокерском счете. Реализация такого продукта возможна в механизме структурного продукта. Данное направление позволило бы значительно усилить позиции долгосрочных инвесторов в ритейл-брокеридже и дало преимущества тем брокерам, которые первыми сформировали такое предложение.

Кроме того, остается неясным вопрос контроля сложных структурированных продуктов. Очевидным является необходимость контроля исполнения управляющими не только обязательств по выплатам, но и самих схем и механизмов формирования денежных потоков. Функции контроля можно разделить на две группы. Во-первых, каждое предложение должно быть оттестировано в компетентных сертификационных органах на стрессоустойчивость и определить предельные параметры стратегий, поскольку попытки получения высокой доходности зачастую оборачиваются стратегиями, направленными на монотрендовый или низковолатильный рынок, нарушение же динамики рынка относительно требований стратегии приводит к неоправданным и неконтролируемым потерям. Данные факты имели место в деятельности большинства ХЭДЖ-фондов, а также в практике реализации кредитно-брокерских продуктов компанией «Финам», когда система риск менеджмента не в состоянии была фиксировать необходимые уровни маржи. Вторым направлением деятельности контролера станет изучение деятельности компаний на предмет соответствия заявленной деятельности. Данное направление необходимо, поскольку потенциальная возможность для управляющего скрыть реальный механизм исполнения отдельных элементов инвестиционной стратегии структурирован-

<sup>1</sup> Кудинов В., Минина Е. Ноты привязали к рублю // Ведомости. – 2004, 9 апреля. – С. 5.

ного продукта создает соблазн упростить или сэкономить на системах защиты капитала в пользу повышения маржинальности, однако такие нарушения чреватые не просто потерей денег,

но и социальной напряженностью, поскольку система страхования инвестиционных рисков в РФ пока не сформирована

*М. С. Бондарец*

## АНАЛИЗ ФОНДОВОГО РЫНКА МЕТОДОМ ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА

### Аннотация

В работе рассматривается специфика отрасли фондового рынка и инвестиций при применении анализа пяти сил Портера. Определена валидность, специфика оценки, дано заключение. Отдельное внимание уделено изменениям в условиях финансового кризиса.

### Annotation

Specific of fund and investment market in Porter "five powers" analyses is the object of current work. Possibility, validity, peculiarity, are shown. Conclusion had done. Special attention allotted to crisis process and its impact on analyze process and investment branch.

### Ключевые слова

Модель Портера, давление поставщиков, давление потребителей, угроза появления новых игроков, продукт-заменитель, уровень конкурентной борьбы.

### Keywords

Porter model, bargaining power of suppliers, bargaining power of customers, new entrants threat, substitute product, competitive rivalry.

Фондовый рынок является одной из самых сложных систем. Как и всякая динамически меняющаяся и развивающаяся система отношений, требует периодического изучения. При этом интересными могут стать результаты, полученные не с помощью общепризнанных инструментов научного поиска, разработанных для соответствующего рынка, а использованием инструментов из смежных отраслей и областей знания, применение которых позволяет определить новые горизонты изучения, дает специфические, зачастую недостижимые иным образом результаты.

В рамках данной статьи поставлена цель: анализ инвестиционной отрасли фондового рынка методом «пяти сил» Портера. Данный метод не является типичным для анализа фондового

рынка, поскольку разработан маркетологами для целей анализа в отношении производств реального сектора экономики, чаще всего для анализа конкурентных преимуществ компании или даже отдельного товара. Таким образом, задачами, решаемыми в рамках статьи, становятся: изучение самой возможности приложения метода к фондовому рынку как инвестиционной индустрии, выявление специфических черт механизма функционирования этой индустрии как макросреды, анализ сильных и слабых сторон индустрии как среды осуществления коммерческой деятельности.

Модель Портера – один из основных методов оценки отрасли и участников в ней с 80х годов прошлого столетия. Анализ использует понятия,

используемые в Индустриальной Организации (ИО) экономики, чтобы обозначить 5 сил, которые определяют конкурентоспособность и поэтому привлекательность рынка. Портер именовал эти силы как микросреду, противопоставляя это большому количеству факторов, включенных в термин «макросреда». Изменение в любой из сил обычно требует, чтобы компания переоценила рыночные возможности. Именно по этой причине анализ изменения сил под влиянием существенно отличающейся среды является важным аспектом анализа отрасли.

Для достижения валидности модели и возможности дальнейшего исследования исследуемый рынок должен удовлетворять основным условиям применения модели портера:

*Покупатели, конкуренты и поставщики не связаны, не взаимодействуют и не сговариваются.* В этом отношении рынок финансовых услуг и инвестиционных продуктов является одной из наиболее открытых систем в РФ, планируемый сговор поставщиков услуг или потребителей невозможен по причинам массовости и сложной структуры фондового рынка.

*Цена определяется структурными преимуществами* так же верное утверждение в отношении объекта исследования. Нестабильность на рынке не может выходить за пределы, должна быть достаточно низка и позволять участникам рынка планировать и осуществлять реакцию на действия конкурентов.

Этот наиболее слабый контрольный пункт теоретически может быть оспорен мнением о сильной изменчивости фондового рынка РФ, которая ведет

к невалидности модели Портера в применении к фондовому рынку. В этом отношении хочется отметить, что несмотря на изменчивость рынка ценных бумаг, высокую волатильность, структура отрасли является достаточно стабильной, как и структура спроса и предложения в ней. Применение же модели должно оцениваться не волатильностью фондового рынка, а изменчивостью собственно отрасли, которая в течение послефолтного периода развивается планомерно, а в период 2005-2007 года показывала элементы зрелости в некоторых элементах и суботраслях (в данном случае понимаются отдельные элементы индустрии, например, брокериджа, зрелость которого можно определить исходя из технологических и ценовых параметров, соответствующих мировым стандартам).

В самом общем виде модель Портера сводится к пяти силам влияния, которые и определяют структуру и специфику отрасли, его перспективность, уровень развития и фазу, а в конечном счете могут дать ответ о потенциальной доходности и сложности вхождения в отрасль. Необходимо отметить, что принятое в некоторых российских изданиях схематическое начертание модели Портера в виде четырех сил, взаимодействующих на пятую, текущую конкуренцию, является ошибочным и не соответствует представлениям Майкла Портера, его концепции. Взаимодействующими являются все пять сил, при этом пятый элемент имеет обратную связь с четырьмя первичными, но не находится пассивным объектом влияния, а напротив, распространяет его на все элементы.

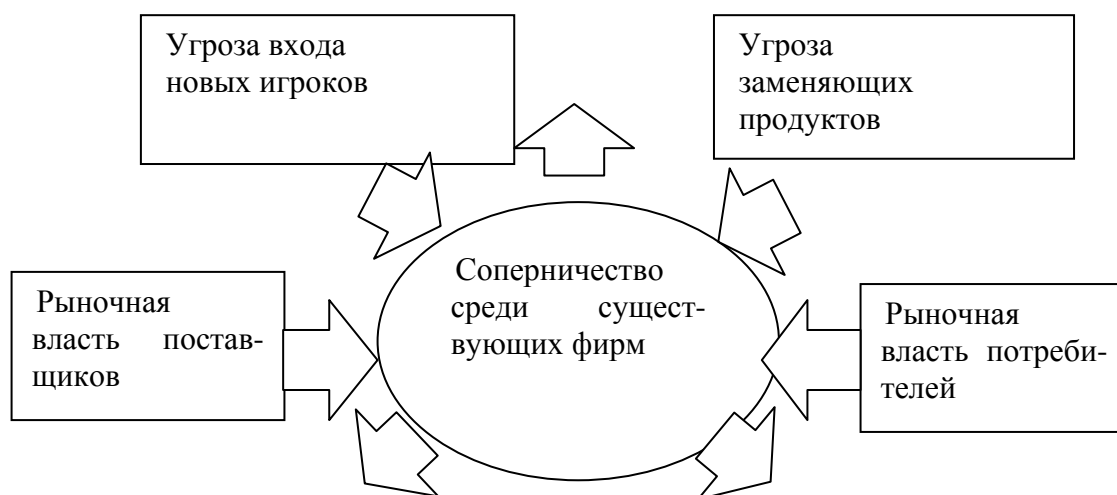


Рис. 1. Модель «пяти сил» Портера

Выделяются пять сил:

1. Угроза появления новых игроков.
2. Рыночная власть потребителей.
3. Рыночная власть поставщиков.
4. Угроза появления продуктов-заменителей.
5. Уровень конкурентной борьбы.

Так как система Портера общеизвестна, основное внимание будет уделено специфическим для рынка инвестициям фактора в рамках каждой из пяти сил, а также изменениям этих факторов в условиях финансового кризиса

• **Угроза появления новых игроков** (первая сила Портера) создает опасность прибыльности компании. С другой стороны, если этот риск мал, компания может повышать цену и увеличивать доходы. Конкурентная сила этого фактора очень зависит от высоты барьеров входа (стоимости входа в отрасль). Имеется несколько основных источников таких барьеров:

1. *Наличие барьеров входа* (лицензии, патенты, авторские права и т.д.). Каждый вид деятельности требует получения лицензии профессионального участника по профильному виду дея-

тельности. Однако данный элемент не является доминирующим, поскольку большой спрос на профессиональных участников породил специфический рынок купли-продажи компаний брокерского, депозитарного, управленческого направления. Таким образом, любой желающий может минимизировать затраты времени и труда путем покупки готовой организации. Исключение составляет биржевая деятельность.

2. *Лояльность к торговой марке покупателей* (входящие компании должны перекрыть это значительными инвестициями) является важным элементом в условиях российского рынка инвестиций, особенно с учетом его генезиса и опыта развития, также необходимо отметить преимущественное доверие к зарубежным финансовым институтам. В отношении кризиса очевиден подрыв веры в рискованные инвестиционные проекты и переориентацию инвесторов на депозитные стратегии и вклады, которые могут рассматриваться в рамках инвестиционной отрасли как наиболее консервативная и низкотехнологичная его ниша. Данный фактор приводит к созданию кредитно-банковских институтов на базе традиционно более рискованных организаций, например, брокерских домов.

3. *Абсолютное преимущество по издержкам и преимуществам в себестоимости* являются специфическим фактором инвестиционного рынка, в котором выйти на рынок инвестиций в любом (исключая банковский) сегменте не составляет больших затрат. Специфика обслуживания фондового рынка заключается в практически полном отсутствии затрат, относимых на себестоимость.

4. *Доступ к дистрибуции* является первичным фактором успешности на рынке и основным ограничителем появления на нем новых игроков: любая новая компания, входящая на рынок, вынуждена затрачивать большие средства на расширение базы холодного и горячего спроса. К сожалению, высокие затраты на поиск новых клиентов в отраслях брокериджа, фондирования, доверительного управления, пенсионных, страховых и структурированных продуктов привели к двум негативным тенденциям: перетеканию клиентов между конкурентами без увеличения их общей базы, а также к перекупке клиентской базы данных в любой форме, в том числе за счет привлечения кадров, ответственных за её хранение, что приводит к недобросовестным видам конкуренции и негативно сказывается на рынке в целом.

Обобщая первую силу Портера, можно констатировать, что выход новых игроков на рынок ритейл инвестиций (розничных инвестиций для широкого круга потребителей, в данном случае на уровне домохозяйств) достаточно прост, но маловероятен в условиях кризиса по причине его невысокой рентабельности и ограниченности клиентской базы. Однако основные процессы передела рынка, заполнения пустот и ниш произойдут в рамках существующих игроков, каждый из которых может выделять автономные подразделения. Все это актуально вплоть до экспансии зарубежных игроков на рынок, которая

ограничена до определенного времени законодательно.

- Второй портеровской силой является *давление со стороны покупателей*. Она представляет угрозу давления на цены из-за потребностей в лучшем качестве или сервисе. Слабые покупатели, наоборот, допускают рост цен и повышение прибыли. Покупатели наиболее сильны в следующих ситуациях: когда поставляющая отрасль состоит из многих малых компаний, а покупателей мало и они большие, когда покупатели делают закупки в больших количествах, когда отрасль зависит от покупателей в большей части своей деятельности, когда покупатели могут выбирать между снабжающими отраслями по критерию минимума цен, что увеличивает ценовую конкуренцию в отрасли, когда экономически для покупателей приобретения у разных компаний рассматриваются как единое целое.

Основными факторами для анализа в данном случае становятся:

1. *Степень зависимости от существующих каналов дистрибуции*: зависимость потребителей отсутствует.

2. *Количество потребителей*: количество потребителей недостаточно.

3. *Сравнение стоимости переключения потребителя и стоимости переключения компании* (этот фактор является наиболее сильным звеном в навязывании потребителем своих условий). В то время как поиск клиентской базы занимает до 80% усилий компании, предоставляющей инвестиционные услуги, клиент может легко переключиться путем купли-продажи фондов или перевода активов в случае брокериджа. Более затратным для потребителя является переключение в доверительном управлении и закрытых фондах.

4. *Доступность информации для потребителей*: сильная сторона отрасли – информация на рынке доступна,

но крайне трудноинтерпретируема, что создает возможности для манипуляций со стороны инвестиционных компаний.

5. *Отличительные преимущества продуктов компании:* самый спорный пункт для анализа. С одной стороны, инвестиционные услуги должны отличаться, при этом разнообразие продуктов и инструментов создает базу для широчайшей диверсификации предложения инвестиционных продуктов: брокеридж, доверительное управление, фонды, страховые услуги и производные и структурные продукты: все эти суб-институты имеют свою уникальность. С другой стороны если рассматривать каждый конкретный инструмент, оказывается, что уровень горизонтальной стандартизации очень высок и возможностей для выбора у инвесторов нет.

Подводя итог, можно утверждать большую свободу потребителей, которая делает их перетекание неизбежным. Для успешной конкуренции в таких условиях существуют два направления: усиление каналов и методов продаж или улучшение продукта и предложения. Большая часть компаний инвестиционного сектора акцентируется на продажах; уровень развития услуг остается весьма средним, особенно в отношении услуг управления капиталом.

- Третьей конкурентной силой выступает **давление со стороны поставщиков**. Данная сила в условиях фондового рынка и инвестиций приобретает отдельный формат и специфику. В данном случае правомерно говорить об отсутствии классического поставщика. Тем не менее отрасль и не автономна, а использует входящий поток, который состоит из биржевой динамики, мгновенной и временной стоимости денег, а также индексов и индикаторов. Данные «поставщики» не имеют согласованной воли, скорее, могут быть приравнены к понятию «сырья» в чистом виде (таким образом инвестиционное

сообщества предстает как добывающая отрасль). Таким образом, мы имеем пассивную, но неотвратимую (в терминах страхования) силу, которая является основным фактором дестабилизации отрасли инвестиций, поскольку последняя является инструментом доставки (фонды, брокеридж) или инжиниринга (доверительное управление, структурные продукты) рыночной динамики потребителю. В этом отношении надо отметить, что основным направлением работы с «поставщиком» является применение методов риск-менеджмента и управления капиталом, что является внутренней функцией потребителя для брокериджа или фондов и внутренней функцией инвестиционной компании для инжинирингового типа.

- Четвертой конкурентной силой, по Портеру, является **соперничество существующих в отрасли компаний**. Здесь следует выявить влияние следующих факторов:

*Количество конкурентов* – слабая сторона отрасли, поскольку уровень конкуренции высок, и она близка к совершенной.

*Уровень роста рынка* – сильная сторона отрасли, поскольку в нормальных условиях рынок растет в разы и имеет большие перспективы. В то же время в периоды экономической дестабилизации можно легко войти в рынок с новым продуктом.

*Барьеры выхода из отрасли* – практически отсутствуют.

*Отличительные черты конкурентов* – в рамках отдельного инструмента уровень стандартизации очень высок.

*Уровень затрат конкурентов на рекламу* – реклама составляет основную статью расхода.

Таким образом с точки зрения уровня конкуренции отрасль малопривлекательна.

- Пятой конкурентной силой является **угроза появления заменяющих**



**продуктов.** Данный фактор также является специфическим для инвестиционной отрасли. Специфика появления продуктов-субститутов в отрасли происходит от специфичности силы поставщиков, изложенной выше. Генерацию новых продуктов можно свести к нескольким факторам:

- законодательству;
- появлению новых первичных и вторичных инструментов;
- стоимости денег;
- совершенствованию технологий;
- изменению динамики рынка.

При этом различные комбинации этих факторов и их изменчивость неизбежно приводят к созданию продуктов-заменителей, которые становятся перманентными. Однако данный фактор не является опасностью для отдельной компании и не понижает привлекательности отрасли в целом, поскольку создание субститутов есть прерогатива действующих участников и не может быть ограничена дефицитностью сырья или технологий. Таким образом, можно говорить о неизбежности и предпочтительности продуктов-заменителей в отрасли.

Общим итогом можно еще раз констатировать возможность анализа рынка инвестиций с помощью модели Портера, особенно учитывая реальную конкуренцию и принципиальную невозможность сговора поставщиков и конкурентов (что является основным ограничителем в большей части отрас-

лей РФ). Выявлена также специфика рынка инвестиций в части отсутствия классических поставщиков, роль которых берет на себя пассивная и неизбежная сила – рыночная динамика. Таким образом, всю систему правильнее оценивать как рефлексивную сырьевую модель. Определена необходимость и неизбежность продуктов-заменителей, которая, в отличие от классического постулирования Портера, повышает уровень привлекательности отрасли.

Оценивая факторы снижения привлекательности фондового рынка как инвестиционной отрасли, можно отметить высокий уровень конкуренции, высокое давление потребителей, зависимость от клиентской базы. С точки зрения факторов, увеличивающих привлекательность отрасли, можно говорить об отсутствии барьеров, рычаге продаж продавцов в виде информации и стандартизации продукции, низком уровне утопленных затрат и общей либеральности рынка. Влияние кризиса на отрасль необходимо констатировать в виде усиления давления потребителей, увеличения вероятности появления продуктов-заменителей, обострения конкурентной борьбы в области продаж и маркетинга.

#### **Библиографический список**

1. Майкл Портер Конкуренция М.: «Вильямс», 2006.

#### **Bibliographic list**

1. Michael E. Porter on Competition. M «Williams», 2006

*А.А.Порфирьева*

## **СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ: ДИФфуЗИЯ ПРОДУКТОВ**

### **Аннотация**

В статье представлено эмпирическое исследование взаимосвязи страховых и инвестиционных стратегий в виде новых диффузных продуктов unit-linked. Рассматривается возможность применения этих продуктов российскими страховыми компаниями.

Приводится обоснование необходимости широкого внедрения данных продуктов для увеличения рынков страховых услуг и ценных бумаг.

### Annotation

The article presented an empirical study on the relationship of insurance and investment strategies in the form of new diffuse insurance products unit-linked and the possibility of their application in Russia. The aforesaid determines the urgency of the publication. It is focused on the nature of unit-linked insurance products. The problem of these products' potential application by Russian insurance companies is surveyed.

### Ключевые слова

Страхование жизни, unit-linked, инвестирование, страхование с накоплением, паевой инвестиционный фонд.

### Key words

Insurance of life, unit-linked, investment, insurance with accumulation, investment fund.

Страховой рынок и рынок ценных бумаг в современных условиях – это две теснейшим образом переплетенные системы. Масштабы денежных потоков среднего зарубежного страховщика на фондовом рынке зачастую бывают сопоставимы с объемом его операций с клиентами по прямому страхованию и превышают размеры перестраховочных операций. Статистика говорит о том, что без доходов от участия в операциях с ценными благами при сложившихся ценах и убыточности большинство западных страховщиков просто не смогли бы выполнять обязательства перед клиентами.

В принципе такая общность характерна для всех финансовых рынков как особых механизмов стоимостного распределения, а точнее – перераспределения денежных потоков. При этом они являются в определенном смысле альтернативными возможностями для инвестора, так как нередко случаи, когда фактически одинаковую финансовую услугу можно приобрести и у страховщика, и у брокера, и у финансового консультанта, и в негосударственном пенсионном фонде, и в банке. Таким образом, при одинаковых сущности и содержании операций различны только

формы их предоставления и оформления (маркетинговой "упаковки"). Однако такая альтернативность – это не столько конкуренция, сколько взаимное переплетение разных финансовых структур в пользу друг друга, объединение сетей продаж своих услуг. Ресурсы же, аккумулируемые через страховой или любой другой финансовый рынок, в конечном итоге все равно движутся в одном направлении, а именно в сферу реального производства, так как только там производится совокупный общественный продукт, создается новая стоимость, а все финансовые рынки ее только обслуживают или распределяют.

По статистике в России проживает около 57 млн. семей. В 2009 г. было продано около 500 тыс. накопительных договоров по полисам СЖ, таким образом, проникновение рынка страхования жизни составляет всего 0,9%. Потенциал роста составляет минимум 10-20 раз!

Доля страхования жизни в развитых странах составляет свыше 40% всего страхового рынка<sup>2</sup>. В России же, по

<sup>2</sup> Например, в 2007 году доля рынка страхования жизни в Польше составила 51%, или 8 млрд дол. США; Чехии – 41%, или 2,7 млрд дол. США; Болгарии – 15%, или 0,2 млрд дол. США.

данным Федеральной службы страхового надзора (ФССН), на страхование жизни приходится всего 3% общей суммы премий за 2007 и 2008 годы<sup>3</sup>. В 1-м полугодии 2009 г. объем премий по данному виду страхования уменьшился на 19% по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. и составил 7,1 млрд. руб. Таким образом, совокупная премия отдельно во 2-м квартале 2009 г составила наименьшую величину за 3 года: около 2,8 млрд. руб. страховщики жизни собрали лишь в 3-м квартале<sup>4</sup>.

Однако по данным исследования Центра стратегических исследований (ЦСИ) Росгосстраха наблюдается тенденция прекращения падения рынка страхования жизни и начало роста с третьего квартала 2009 года. Одна из предпосылок для этого – рост числа россиян, готовых страховать свою жизнь. За истекший год увеличилось число граждан, которые считают, что они сами должны заботиться о собственном благополучии и самостоятельно страховать свою жизнь. Их доля выросла до 25% против 20% годом ранее. При этом россияне считают справедливым страховым возмещением за гибель человека выплату в размере 4,1 млн. руб., тогда как в 2007 и 2008 годах стоимость жизни была оценена в 2,9 млн. и 4 млн. руб. соответственно. «Такая статистика показывает, что, несмотря на кризис, россияне не готовы снижать оценку собственной жизни и здоровья», – говорит руководитель Центра стратегиче-

ских исследований Росгосстраха Алексей Зубец<sup>5</sup>.

Увеличение количества желающих самостоятельно застраховать свою жизнь говорит о том, что рынок накопительного страхования ждет большое будущее. Прогнозы, сделанные компанией «Росгосстрах-Жизнь», показывают, что в 2010 году возможен рост рынка страхования жизни примерно на 25% – в следующем году сборы по страхованию жизни при оптимистическом развитии событий могут выйти на докризисный уровень. В 2012 году сборы по страхованию жизни могут составить 29 млрд. руб. против 16 млрд. в этом году<sup>6</sup>.

Несмотря на некоторое снижение объемов премии по классическому индивидуальному (накопительному) страхованию жизни,<sup>7</sup> аналитики отмечают, что рынок мог уменьшиться и на большую величину, если бы не рост активности некоторых страховщиков, направленной на расширение сотрудничества с банками, вывод на рынок совместных финансовых продуктов, а также развитие продаж страховых полисов через сеть продаж партнеров.

---

В свою очередь, в таких странах, как Япония, страхование жизни занимает 78% рынка, или 330,7 млрд дол. США; Великобритания – 75%, или 349,7 млрд дол. США; Франция – 70%, или 187 млрд дол. США.

<sup>3</sup> Доклад о состоянии и развитии российского рынка страхования за 2008 год. – ФССН, М. – 2009 г.

<sup>4</sup> Богданов И., Рынок страхования жизни в России в 1 полугодии 2009 сократился на 19% , [Электронный ресурс]- ПРАЙМ-ТАСС// <http://forinsurer.com/public/09/10/15/3934>

---

<sup>5</sup> Россияне оценивают свои жизни в 4,1 миллиона рублей. Пресс-релиз компании «Росгосстрах», 12 ноября 2009 г., [Электронный ресурс] // <http://www.insur-info.ru/life-insurance/pressr/26824>

<sup>6</sup> Россияне оценивают свои жизни в 4,1 миллиона рублей. Пресс-релиз компании «Росгосстрах», 12 ноября 2009 г., [Электронный ресурс] // <http://www.insur-info.ru/life-insurance/pressr/26824>

<sup>7</sup> 3,6 млрд. руб. в 1 п/г 2009 г. по сравнению 3,7 млрд. руб. в 1 п/г 2008 г.

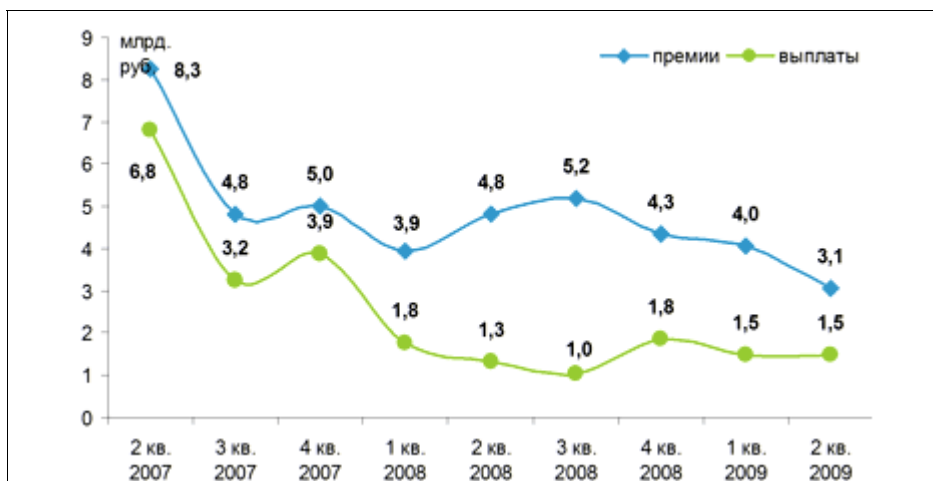


Рис. 1. Динамика рынка страхования жизни

Источник: Богданов И., Рынок страхования жизни в России в 1 полугодии 2009 сократился на 19%, [Электронный ресурс]- ПРАЙМ-ТАСС// <http://forinsurer.com/public/09/10/15/3934>

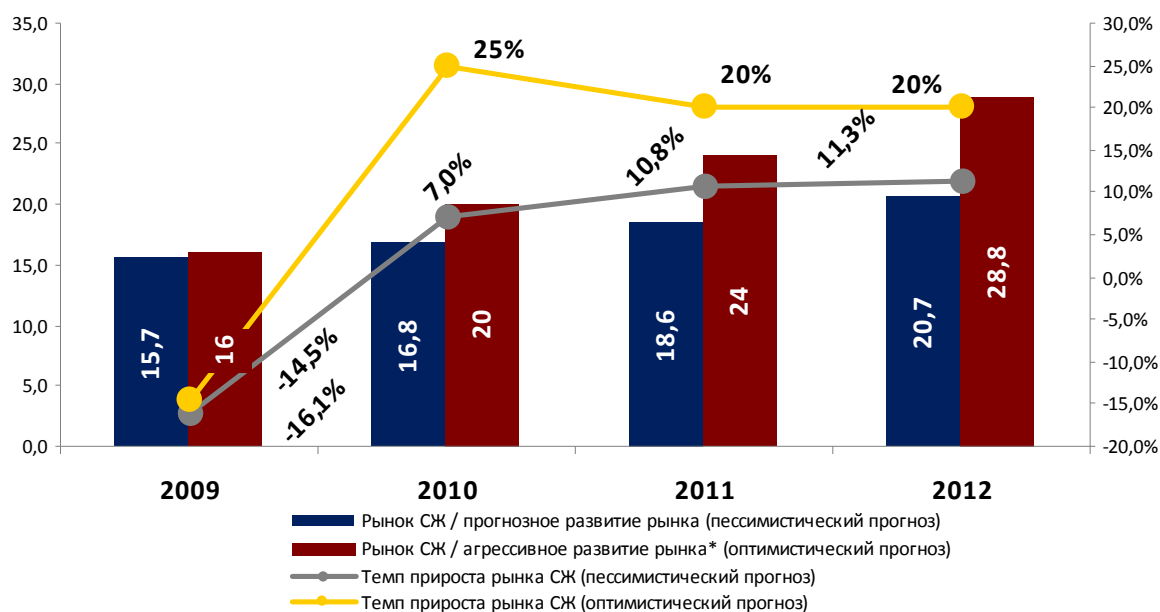


Рис. 2. Прогноз прироста рынка страхования жизни (млрд. руб.): 2009 – 2012

Источник: Росгосстрах-жизнь

Наиболее интересный продукт, предлагаемый потребителю, – страхование unit-linked, то есть страхование жизни с инвестированием накопительной части премии в паевой фонд, выбранный страхователем из числа предложенных страховщиком, при котором

страхователь полностью или частично принимает на себя инвестиционный риск.

Во всех развитых странах мира продукты unit-linked являются одним из самых популярных инструментов на рынке страховых и инвестиционных ус-

луг, поскольку представляют собой удачный симбиоз этих двух направлений. Именно по технологии unit-linked в США заключаются до 60 процентов договоров страхования жизни. Сейчас в Великобритании на долю unit-linked приходится почти половина всех сборов в страховании жизни, в Германии – треть<sup>8</sup>.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика традиционной схемы накопительного страхования жизни и продуктов unit-linked.

Как видно из таблицы, продукты unit-linked обычно более понятны и прозрачны; основные элементы страховой премии (инвестиции, рискованные премии и расходы) обычно четко определены в полисе. Они имеют также тенденцию предлагать большую гибкость премий и выплат.

Основная проблема традиционных схем заключается в низкой доходности по накапливаемым денежным средствам. Действительно, если посмотреть на доходность по классическим программам накопительного страхования жизни у страховщиков, активных на розничном рынке страхования жизни, то впечатляющие результаты там найти сложно — фактическая доходность редко превышает 6% годовых. Исключением из общего числа являются разве что компании "Росгосстрах" и "Ренессанс Life", заработавшие для своих клиентов в 2006 году по 13% и 12,5% годовых соответственно<sup>9</sup>. А гарантированная доходность по накопительным продуктам составляет в среднем 3-5%, что значительно ниже уровня инфляции и доходности по банковским пополняемым депозитам, хотя и сравнимо с наиболее консервативными фондами облигаций. Это связано с тем, что страховые

резервы размещаются консервативным способом.

Unit-linked представляют собой те же программы накопительного страхования жизни с той лишь разницей, что человек самостоятельно выбирает инвестиционную стратегию для размещения накопительной части страховой программы.

Общая концепция продуктов unit-linked:

- страховая премия состоит из рискованной и инвестиционной частей;
- инвестиционный риск несет страхователь (в ряде случаев страховщики предлагают клиенту гарантии);
- инвестиционная часть премии конвертируется в паи инвестиционных фондов, клиент имеет право выбрать инвестиционный фонд из предложенных страховщиком.

В России формирование резервов страховых компаний регулируется приказом Минфина<sup>10</sup>, согласно которому в акции можно инвестировать не более 15% резервов, 10% в паи инвестфондов и до 20% в облигации (без учета госбумаг). Поэтому об агрессивных, и даже сбалансированных, вариантах размещения накопительной части полиса речи быть не может. К тому же при выдаче полиса заранее должна быть известна страховая сумма по каждому риску. Но если по продуктам unit-linked доходность никак не гарантируется, то и определить, какова будет компенсация по страховым рискам, невозможно.

<sup>8</sup> Unit-Linked – защищенные инвестиции // Финансовый эксперт. – 2008, №1-2

<sup>9</sup> Ковалева Е. Полис жизни // Деньги. – 2008. – № 4 (659)

<sup>10</sup> Приказ Минфина РФ от 8 августа 2005 г. №100н Об утверждении Правил размещения страховщиками средств страховых резервов (в ред. Приказа Минфина РФ от 13.07.2009 №72н)

Таблица 1. Сравнительная характеристика страховых продуктов

Элементы сравнения	Традиционное накопительное страхование	Unit-linked
<b>Транспарентность</b>	Элементы страховой премии (инвестиции, рисковые премии и расходы) обычно неразличимы	Элементы страховой премии обычно явно представлены страхователю
<b>Инвестиции</b>	Обычно нет возможности выбора инвестиции. Предлагается минимальное гарантированное начисление процентов на капитал	Страхователь имеет возможность выбора фонда для инвестирования. Страхователь принимает на себя полный или большую часть риска взамен за увеличенные потенциальные накопления
<b>Выплаты</b>	Текущая сумма полиса обычно неизвестна страхователю. Зачастую нет возможности частичной выплаты выкупной суммы по полису	Цену единицы инвестиционного фонда и текущую сумму полиса можно легко контролировать. Обычно есть возможность выплаты части выкупной суммы по полису
<b>Страховые премии</b>	Страховые премии обычно гарантированы на протяжении всего периода. Ограниченная гибкость для выплат страховых премий	В некоторых случаях страховые премии могут варьироваться в зависимости от продолжительности гарантированного периода (если имеет место). Момент выплат и сумма страховых премий зачастую может варьироваться
<b>Расходы и нагрузки</b>	Неявно определены для всего периода полиса	Явные и в некоторых случаях могут быть пересмотрены

Источник: Обзор компании Milliman: Тенденции развития продуктов unit-linked в Европе в условиях финансового кризиса. - 2008, [Электронный ресурс] // <http://www.ataka.ua/news/912.htm>

Тем не менее на отечественном рынке появилось несколько вариантов на тему unit-linked.

Один из вариантов – совместную программу «ПИФ+страховая защита инвестора» – с 20 марта по 31 октября 2008 г. запустили УК «Allianz РОСНО Управление Активами» и СК «РОСНО»<sup>11</sup>. Каждый клиент «Allianz

<sup>11</sup> Пресс-релиз от 07.04.2008. Allianz РОСНО Управление Активами и РОСНО защитят жизнь и здоровье инвесторов, [Электронный ресурс] // <http://www.allianzrosno.ru/press/advisory/20080610-1974.html?cdays=10&month=6&year=2008>

РОСНО Управление Активами», купивший паи любого открытого или интервального фонда компании на сумму свыше 50 тыс. рублей, получал в подарок программу от компании «Альянс РОСНО Жизнь» со страховой защитой в случае смерти, несчастных случаев и болезней сроком на один календарный год<sup>12</sup>. Спустя год, если клиент оставляет средства в ПИФе УК «Альянс РОСНО

<sup>12</sup> Всего участниками программы стало более 200 клиентов УК «Allianz РОСНО Управление Активами».

Управление Активами»<sup>13</sup>, страховка автоматически продлевается.

Другой вариант разработала управляющая компания «Тройка Диалог». При покупке паев ПИФ «Тройка Диалог - Жизнь» (фонд акций с соответствующей инвестиционной стратегией) инвестор становится участником пятилетней программы страхования жизни от страховой компании «Ингосстрах - Жизнь»<sup>14</sup>, которая обеспечивает страховую защиту в случае смерти по любой причине и дополнительную защиту в случае смерти от несчастного случая. При этом клиентам фонда предлагается выбрать одну из двух программ страхования жизни. По *инвестиционной программе* клиент получает страховое покрытие, равное сумме, внесенной им в оплату инвестиционных паев. Каждая дополнительная покупка паев увеличивает размер страхового покрытия на

<sup>13</sup> Фактическая норма доходности по программам накопительного страхования жизни и пенсионного страхования «Allianz РОСНО Жизнь» по итогам первого квартала 2009 года выросла по сравнению с показателем аналогичного периода прошлого года и составила 10,22% годовых.

<sup>14</sup> Согласно Договору страхования от 30 декабря 2009 года № 455923/2009-161, заключенному между Закрытым акционерным обществом «Управляющая компания «Тройка Диалог» и Обществом с ограниченной ответственностью «Страховая компания «Ингосстрах - Жизнь». Первоначально, согласно Договору страхования от 15 октября 2007 года, страховщиком была СК «Региональный Альянс – Вита». Смена компании-страховщика связана с заинтересованностью «Тройки Диалог» в дальнейшем развитии направления инвестиционного страхования жизни, а также в расширении страховой защиты для клиентов фонда «Тройка Диалог – Жизнь» и предложении им дополнительных привлекательных условий, – говорится в сообщении управляющей компании. – Сотрудничество с СК «Ингосстрах-Жизнь» дает возможность включить в программы страхования жизни фонда «Тройка Диалог – Жизнь» новые виды рисков, страховое покрытие которых ранее не предусматривалось. Это позволяет обеспечить дополнительную защиту клиентам – пайщикам фонда».

сумму внесенных в фонд средств. *Инвестиционно-накопительная программа* позволяет клиенту самому определить сумму первоначальных и регулярных инвестиций. При этом полное страховое покрытие (первоначальные вложения и сумма будущих инвестиций) клиент получает на следующий день после принятия его на страхование. Первый взнос должен составлять не менее 10% от общей суммы страхового покрытия<sup>15</sup>.

Ещё один продукт от СК «Ави-ва» – инвестиционная программа «Пилот» – предлагает сбалансированную инвестиционную стратегию, реализуемую в фонде «Сбалансированный», и агрессивную, реализуемую в фонде «Акция»<sup>16</sup>. В то же время программа содержит и страховую защиту по болезням и несчастным случаям. Таким образом, эта программа наиболее близка к западным аналогам.

Подводя итог обзора российских диффузных продуктов «ПИФы плюс страховка» или «Накопительная страховка с повышенной доходностью», можно отметить как положительные, так и отрицательные стороны данных программ.

<sup>15</sup> С момента создания компанией продукта «Тройка Диалог–Жизнь» на его паи подписались более 1000 клиентов. Паевой фонд показывает доходность, в среднем превышающую показатели российских фондовых индексов.

<sup>16</sup> Все ценные бумаги, составляющие фонды Aviva: а) включены в котировальный список «А» первого уровня хотя бы одним организатором торговли на рынке ценных бумаг; б) выпущены эмитентами, имеющими рейтинг международных рейтинговых агентств Standard & Poor's, Moody's Investors Service и Fitch, Inc. не менее двух уровней от суверенного рейтинга Российской Федерации.

Таблица 2. Зависимость величины страховки от суммы инвестиций клиента в ПИФ.

Стоимость паев, тыс. руб.	Страховая сумма, тыс. руб.
От 50 до 100	170
От 100 до 200	350
От 200 до 300	700
От 300	1 000

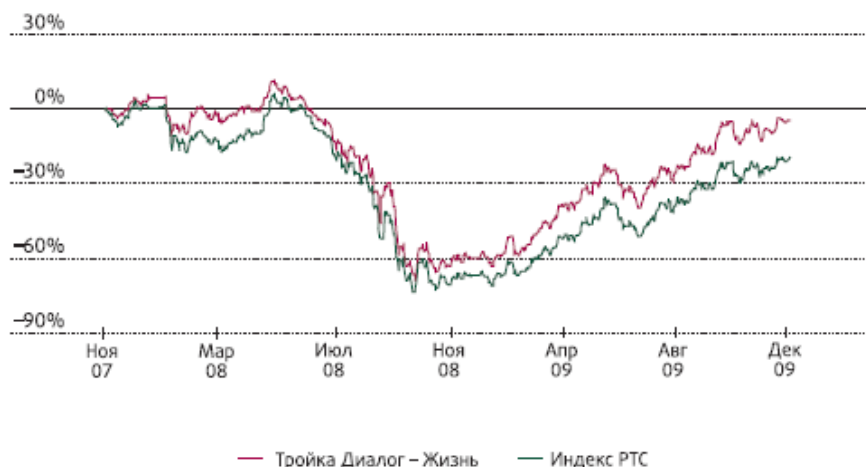


Рис. 3. Динамика стоимости пая ПИФ «Тройка Диалог — Жизнь»  
 Источник: Тройка Диалог. Годовой обзор работы паевых фондов. 2010.

Таблица 3. Плюсы и минусы диффузных продуктов в России

«+»	«-»
1. Потенциально более высокая доходность по сравнению с обычными накопительными страховыми программами	1. Отсутствие гарантий накопления определенной суммы к определенному сроку
2. Наличие страховой защиты	2. Жестко установленная связка между страховой компанией и неким набором российских ПИФов
3. Страхователь может выбирать стратегию инвестирования внесенных им средств	3. Не существует гарантий по доходности, страхователь берет риски на себя
4. Более прозрачный механизм участия страхователя в распределении дохода: в полисе обычно указывается какая часть инвестируется, какая идет на оплату услуг СК, а какая на покрытие риска	4. При неблагоприятных условиях на фондовом рынке возникает риск резкого снижения выплат. Кроме того, низкая квалификация сотрудников СК и недостаточная финансовая грамотность клиентов могут привести к неправильному выбору стратегии

Источник: РБК

Как видим, пока нельзя говорить о неоспоримом преимуществе диффузных продуктов перед классическими схемами накопительного страхования в России. Тем не менее именно данные

продукты дают возможность развития сразу двух финансовых рынков: фондового и страхования.

В качестве основных ограничений в развитии рынков инвестиционно-



го страхования жизни можно выделить следующие:

1. Невысокие доходы населения и низкий уровень сбережений граждан.
2. Неадекватное налогообложение страховых накопительных программ.
3. Жесткое регулирование структуры активов страховых компаний.

Низкий средний уровень доходов не позволяет россиянам пользоваться программами по негосударственному пенсионному обеспечению и продуктами по страхованию жизни. Кроме того, очень высокая субъективная ставка дисконтирования (величина обратная от горизонта планирования, не более 1-2 года), существенно выше, чем уровень инфляции и ставки по депозитам или доходность по иным инструментам, приводит к тому, что сбережения населения снижаются. Население предпочитает не копить деньги, а сразу их тратить, то есть сбережения граждан не преобразуются в инвестиции. При этом именно средства граждан могут стать источником ресурсов для экономического роста рынков НПФ и долгосрочного страхования жизни.

Кроме того, нежелание российских граждан самостоятельно заботиться о своей старости и неверие в возможность соблюдения государством каких-либо финансовых обязательств в долгосрочной перспективе приводят к слишком медленному формированию инвестиционного потенциала накопительной системы. Лишь небольшая часть граждан (примерно около 10%), имеющих право на выбор модели инвестирования своих пенсионных накоплений, выбрали частные финансовые институты, имеющие право инвестировать в реальный сектор экономики, – негосударственные пенсионные фонды (НПФ) и частные управляющие компании (УК). Про низ-

кие темпы развития рынка страхования жизни было сказано выше.

Существенным фактором, сдерживающим развитие рынка инвестиционного накопительного страхования жизни, является неадекватное налогообложение. К сожалению, накопительные программы страхования жизни, по мнению налоговиков, не попадают под социальные налоговые вычеты, в отличие от сумм пенсионных взносов по договору негосударственного пенсионного обеспечения или дополнительных страховых взносов на накопительную часть трудовой пенсии. А ведь у этих инструментов одна и та же цель: обеспечить гражданам спокойную старость, причем граждане делают это своими руками, не прибегая к помощи государства.

С 1 января 2010 г. страховщики жизни будут формировать страховые резервы по новым правилам<sup>17</sup>. Этот документ предусматривает 6 видов резервов по классическим программам страхования жизни в зависимости от вида договоров. Из них два – обязательных: математический и резерв по уже заявленным убыткам. По решению самих компаний можно формировать еще 4 резерва, в том числе тот, который зависит от степени участия страховщика в инвестиционном результате. При этом пропорция распределения инвестиционного дохода сверх гарантированного между компанией и клиентом должна быть зафиксирована.

Заместитель руководителя департамента финансовой политики Минфина Вера Балакирева отметила, что "ставка инвестиционной доходности при расчете резервов по страхованию жизни на период кризиса ограничена 5%. Если страховщик рискует обещать дополнительный инвестиционный доход клиентам или выгодоприобретате-

<sup>17</sup> Приказ Минфина №32Н от 9 апреля 2009 г. «Об утверждении Порядка формирования страховых резервов по страхованию жизни»

лям по таким полисам, он должен сформировать резерв бонуса"<sup>18</sup>. Продукты unit-linked, о которых мечтали страховщики, предлагать на рынке будет можно, но с определенной осторожностью. "Сумма страховой выплаты по договору должна быть определена, она также учитывается при расчете резерва", – сказала представитель Минфина.

Таким образом, инвестиционное страхование жизни представляет собой комплексный продукт, позволяющий решить несколько проблем сразу:

1. Страхование жизни.
2. Накопление и инвестирование средств.
3. Формирование инвестиционных фондов.

#### Библиографический список

1. Богданов И., Рынок страхования жизни в России в 1 полугодии 2009 сократился на 19% , [Электронный ресурс]- ПРАЙМ-ТАСС//<http://forinsurer.com/public/09/10/15/3934>
2. Доклад о состоянии и развитии российского рынка страхования за 2008 год. – ФССН, М. – 2009 г.
3. Ковалева Е. Полис жизни // Деньги. – 2008. – № 4 (659)
4. Мрочковский Н. Уверенная жадность. // Бизнес-журнал. - №9 от 06.05. 2008, [Электронный ресурс]// <http://www.business-magazine.ru/markets/finance/pub301510/>
5. Новости от 17.07.2009 "Интерфакс-АФИ". Страховщиков жизни ждет обновление лицензий после выхода приказа Минфина РФ о формировании резервов, [Электронный ресурс]// <http://www.garant.ru/news/18792/>
6. Приказ Минфина РФ от 8 августа 2005 г. №100н Об утверждении Правил раз-

<sup>18</sup> Новости от 17.07.2009 "Интерфакс-АФИ". Страховщиков жизни ждет обновление лицензий после выхода приказа Минфина РФ о формировании резервов, [Электронный ресурс]// <http://www.garant.ru/news/18792/>

мещения страховщиками средств страховых резервов (в ред. Приказа Минфина РФ от 13.07.2009 №72н).

7. Приказ Минфина №32Н от 9 апреля 2009 г. «Об утверждении Порядка формирования страховых резервов по страхованию жизни».

8. Пресс-релиз от 07.04.2008. Allianz РОСНО Управление Активами и РОСНО защитят жизнь и здоровье инвесторов, [Электронный ресурс] // [http://www.allianzrosno.ru/press/advisory/20080610-](http://www.allianzrosno.ru/press/advisory/20080610-1974.html?cdays=10&month=6&year=2008)

[1974.html?cdays=10&month=6&year=2008](http://www.allianzrosno.ru/press/advisory/20080610-1974.html?cdays=10&month=6&year=2008)

9. Прогноз прироста рынка страхования жизни (млрд. руб.): 2009 – 2012 Источник: Росгосстрах-жизнь

10. Россияне оценивают свои жизни в 4,1 миллиона рублей. Пресс-релиз компании «Росгосстрах», 12 ноября 2009 г., [Электронный ресурс] // <http://www.insur-info.ru/life-insurance/pressr/26824>

11. Фрумкин К. Оптимисты в тумане. // Компания. - 03.11.2008, [Электронный ресурс] //

<http://www.ko.ru/document.php?id=19901>

12. Unit-Linked – защищенные инвестиции // Финансовый эксперт. – 2008, №1-2

#### Bibliographic list

1. Bogdanov I. The life insurance Market in Russia in 1 half-year 2009 was reduced to 19 %, [the Electronic resource] - the PRIME-TASS//<http://forinsurer.com/public/09/10/15/3934>
2. The Report on a condition and development of the Russian market of insurance for 2008. – FSSN, M – 2009
3. Kovaleva E. Polis of a life//Money. – 2008. – № 4 (659)
4. Mrochkovsky N. Assured greed.//business-zhurnal. - №9 from 06.05. 2008, [the Electronic resource]//<http://www.business-magazine.ru/markets/finance/pub301510/>

10. News from 7/17/2009 "Interfax-AFI". Insurers of a life are waited by updating of licences after an exit of the order of the Ministry of Finance of the Russian Federation about formation of reserves, [the Electronic resource]//<http://www.garant.ru/news/18792/>

11. The Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation from August, 8th, 2005 №100Н About the statement of Rules of placing by insurers of means of insurance reserves (in ред. The order of the Ministry of Finance of the Russian Federation from 7/13/2009 №72Н)

12. The Order of the Ministry of Finance №32Н from April, 9th, 2009 «About the statement of the Order of formation of insurance reserves on life insurance»

13. The Press release from 4/7/2008. Allianz POCHO management of Actives and POCHO the life and health of investors,

[will protect the Electronic resource]//<http://www.allianzrosno.ru/press/advisory/20080610-1974.html?cday=10&month=6&year=2008>

14. The Forecast of a gain of the market of life insurance (billion rbl.): 2009 – 2012 Source: Rosgosstrakh-life

15. Russians estimate the lives in 4,1 million roubles. Company "Rosgosstrakh" Press release, on November, 12th, 2009, [the Electronic resource]//<http://www.insur-info.ru/life-insurance/pressr/26824>

16. Frumkin K. Optimisty in a fog.//the Company. - 11/3/2008, [an electronic resource]//<http://www.ko.ru/document.php?id=19901>

17. Unit-Linked – the protected investments//the Financial expert. – 2008, №1-2

*М.А. Галкина*

## ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

### Аннотация

В данной статье рассмотрен основной подход к оценке интеллектуального капитала организации. Определены наиболее эффективные принципы и методы оценки интеллектуального капитала наукоемкого предприятия. С учетом специфики его структуры предложены показатели оценки интеллектуального капитала малого инновационного предприятия.

### Annotation

In given article the basic approaches to an estimation of the intellectual capital of the organisation are considered. The most effective principles and methods of an estimation of the intellectual capital of the high technology enterprise are defined. Taking into account specificity of its structure indicators of an estimation of the intellectual capital of the small innovative enterprise are offered.

### Ключевые слова

Интеллектуальный капитал, стоимость компании, инновации, предпринимательство.

### Keywords

The intellectual capital, cost of the company, innovations, business.

В условиях инновационного развития экономики возрастает роль интеллектуализации предпринимательства, а именно: эффективного управления интеллектуальным капиталом, главным фактором которого выступает его оценка. Оценка интеллектуального капитала предприятия определяет имеющийся потенциал и ресурсы, позволяет формировать долгосрочные стратегии развития, эффективные управленческие решения и положительный имидж, что в целом обеспечивает стабильность развития организации.

Как отмечает Э. Брукинг, для оценки интеллектуального капитала важно:

- помочь руководителям понять, в чем заключается ценность компании;
- выявить показатели для оценки успеха и развития;
- получить основы для поиска средств и получения займов [2].

Таким образом, целью оценки интеллектуального капитала малого инновационного предпринимательства является определение стоимости компании посредством анализа и контроля интеллектуальных ресурсов.

Т. Стюарт предлагает три принципа, руководствуясь которыми, можно сделать правильный выбор объекта оценки [7]:

1. Не переусложнять задачу, то есть для объективной оценки интеллектуального капитала необходимо качественно измерять каждый вид интеллектуального капитала – человеческого, структурного, потребительского с одним интегральным показателем, характеризующим общий потенциал организации.

2. Измерять нужно только то, что имеет важное стратегическое значение для деятельности компании.

3. Измерять нужно только те виды деятельности, которые производят интеллектуальное богатство.

Существует множество критериев и методов оценки интеллектуального капитала предприятия, что связано с разнообразием его структурных элементов, ограниченностью применения традиционного подхода.

По мнению Леонтьева Б.Б. [5], все нематериальные активы организации можно оценить затратным, сравнительным и доходным подходом. Применяя затратный подход, необходимо использовать принцип замещения при расчете затрат (издержек) на создание, приобретение оцениваемого объекта. Сравнительный подход отражает спрос и предложение на объект инвестирования. Достаточно распространенным подходом является доходный, который устанавливает причины связи между функциональными свойствами нематериального актива и будущими доходами от использования данного актива в хозяйственной деятельности. Этот подход базируется на методе дисконтирования и прямой капитализации. Основой метода дисконтирования является финансовый закон: соотношение текущей и будущей стоимости актива, описываемое формулой наращивания скидки в будущих денежных потоках по методу сложного процента. Применяя этот метод, можно оценить денежные потоки, определить ставку дисконтирования, рассмотреть суммарную текущую стоимость будущих денежных потоков. Стоимость актива рассчитывается как сумма текущих стоимостей денежных потоков прогнозного и послепрогнозного периода. Использование метода прямой капитализации, дает возможность перевода доходов от какого-либо имущества в его стоимость. Этот метод редко применяется.

В книге Эдвинсона Л., Мэлоуна М. «Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании (1999 г.)» авторы приводят новые методы социально-экономических измерений, сравнивая интеллектуальный капи-

тал с корнями компании, скрытыми условиями развития, при этом его стоимость определяется как разность между акционерной стоимостью компании и стоимостью ее чистых активов [4].

Интеллектуальный капитал может быть оценен разницей рыночной и текущей стоимости основных фондов предприятия с учетом износа. Этот способ является весьма простым и условным, так как оценка интеллектуального капитала приближительная, что обусловлено, с одной стороны, изменчивостью рыночной стоимости такими факторами, как: конкурентоспособность инновационной продукции, результаты интеллектуальной деятельности, имидж организации, с другой – недостоверностью текущей стоимости, например, при ликвидации предприятия его стоимость не отражает имеющегося интеллектуального потенциала и ресурсов. Поэтому следует применять не разницу, а соотношение рыночной к текущей стоимости, получая относительную оценку интеллектуального капитала организации, сравнивая её с типовыми предприятиями.

Лауреат Нобелевской премии в области экономики Д. Тобин предложил более надежный показатель, который аналогичен проанализированному способу, однако в знаменателе используется не балансовая стоимость активов (за вычетом начисленной амортизации), а восстановительная стоимость (при условии замещения активов). Если показатель меньше единицы, то объект стоит дешевле, чем его замена, и организации нет смысла инвестировать в аналогичный объект. При высоком значении показателя возрастает ценность вложений в технологию и человеческий капитал.

Каплан Р.С. и Нортон Д.П. [1] создали сбалансированную систему показателей: *финансовые* (повышение стоимости предприятия для собственников, рост сбыта, производительность капитала); *клиентские* (предложение

ценности для клиентов – цена, качество, время, функциональность, сервис, связи с клиентами, марка); *внутренних процессов* (инновационные процессы как наращивание рыночной власти, процессы управления клиентами с целью повышения ценности для клиентов, оперативные процессы); *обучения* (стратегические компетенции и технологии, климат). Такая система позволяет определять стратегические цели предприятия, учитывает причинные связи с базовыми процессами.

По мнению Страссмана П., при анализе интеллектуального капитала организации следует оценивать производительность, продуктивность затрат на информацию по ряду показателей, аналогичных показателям капиталоемкости, капиталоотдачи и рентабельности [3].

Инновационное развитие малого предприятия выражается в совокупности уровня инновационного потенциала, рентабельности и инновационной активности интеллектуального капитала.

Инновационный потенциал определяет количественную оценку инновационной стоимости организации с учетом качества кадрового потенциала, маркетинговых активов и имущественных прав.

В соответствии со спецификой деятельности малого инновационного предприятия оценка инновационного потенциала включает следующие показатели:

1. Коэффициент наукоемкости отражает обеспечение текущей и перспективной результативности предприятия, рассчитывается как отношение расходов на НИОКР к общей сумме затрат. Соответственно увеличение затрат на НИОКР позволяет повышать конкурентоспособность инновационной продукции при оптимизации производственных процессов.

2. Доля разработчиков в общей численности персонала выражается в

процентном соотношении, позволяет повышать производительность труда.

3. Доля маркетинговых затрат представляет собой отношение затрат на маркетинговое обеспечение к общему количеству затрат предприятия, способствует активизации инновационного потенциала организации, оценке рынка новой продукции.

4. Коэффициент компетентности персонала определяется уровнем качественных характеристик сотрудников (опыт, возраст, средний стаж, профессионализм, квалификация, креативность).

5. Коэффициент инновационной фондовооруженности рассчитывается отношением стоимости оборудования, применяемого в процессе инновационной деятельности к доле разработчиков предприятия. Этот показатель позволяет контролировать обеспеченность творчества персонала необходимым оборудованием.

6. Удельный вес новых видов продукции в общем объеме предприятия определяется отношением общей стоимости новых видов продукции к общему объему произведенной продукции организации и выражается в процентах.

Рентабельность интеллектуального капитала представляет собой показатели рентабельности, характеризующие интеллектуальный капитал предприятия соответственно:

1. Рентабельность инвестиций определяется отношением объема инвестированного капитала к уровню компетентности персонала, показывает эффективность инвестирования и инновационную активность сотрудников.

2. Рентабельность инноваций представляет собой уровень инновационной деятельности предприятия, отражает стабильность персонала, обновление информации, результаты исследований и разработок.

3. Рентабельность продаж определяется эффективностью операционной

деятельности, сопровождается улучшением маркетингового обеспечения продвижения инновационной продукции.

Инновационная активность предприятия определяется отношением уровня корпоративной культуры к количеству внедренных интеллектуальных разработок.

При этом уровень корпоративной культуры (отношение сотрудников компании к работе, удовлетворение полезностью, взаимообучаемость, взаимоотношения в коллективе, коммуникации с клиентами, лояльность персонала) может оцениваться методом опроса, мониторинга и сравнения с последующей формализацией обработки полученных данных.

Справедливо отмечает Леонтьев Б.Б., что при оценке нематериальных активов следует определять не стоимость самих этих объектов, а стоимость права на них [6]. Поэтому продажа лицензий на использование торговых марок, знаков, патентов осуществляется только после их оценки. При этом необходимо учитывать способность к наращиванию их стоимости при эксплуатации, критерии качества (наличие инноваций, спрос, стабильность, международное признание) и степень надежности защиты.

Такие элементы интеллектуального капитала как связи с поставщиками, потребителями, квалификация персонала, базы знаний, коммуникации, структура организации, формы работы, деловая репутация не учитываются в бухгалтерском балансе, что способствует разрыву между рыночной капитализацией предприятия и его балансовой стоимостью.

В заключение отметим, что существует необходимость комплексной оценки интеллектуального капитала, отражающая как внутренние, так и внешние процессы организации. Значительными будут качественные и количественные показатели интеллектуаль-

ного капитала инновационного предприятия, а не индикаторы, позволяющие осуществлять лишь мониторинг внутренней деятельности. Однако следует учитывать различную специализацию малых предприятий, которая формирует индивидуальные показатели оценки интеллектуального капитала, что в целом исключает возможность создания единой системы оценки интеллектуального капитала инновационного предпринимательства.

#### **Библиографический список**

1. Kaplan R.S., Norton D.P. 2004. Measuring the strategic readiness of intangible assets // Harvard Business Review. 82 (2: 52-63) (русский перевод: Каплан Р.С., Нортон Д.П. Измерение стратегической готовности нематериальных активов // Российский журнал менеджмента – 2004. – №3. – с. 85-104).
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. Под ред. Л.Н. Ковалин. – СПб.: Питер, 2001. – 258 с.
3. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации – М.: Социальные отношения, 2003. – 184 с.
4. Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. – М.: РИЦ ГШВС РФ, 2003 – 368 с.
5. Леонтьев Б.Б. Методология и параметры оценки нематериальных активов в Российской Федерации. // Вопросы оценки – 1998. – № 3.

5. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. – М.: Акционер, 2002. – с. 200.

6. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – с. 337-338.

#### **Bibliographic list**

1. Kaplan R.S., Norton D.P. 2004. Measuring the strategic readiness of intangible assets // Harvard Business Review. 82 (2: 52-63) (a Russian translation: Kaplan R.S., Norton D.P. Measurement of strategic readiness of non-material actives // the Russian magazine of management – 2004. – №3. – p. 85-104.)
2. Bruking E. Intellectual the capital / the Lane with Eng. Under the editorship of L.N. Kovalin. – SPb.: Peter, 2001. – 258 p.
3. Gaponenko A.L., Orlova T.M. Intellectual the capital - strategic potential of the organisation - M: The house «Social relations», 2003. - 184 p.
4. Kozyrev A.N., Makarov V.L. Estimation of cost of non-material actives and intellectual property. – M: RITS GVS the Russian Federation, 2003 – 368 p.
5. Leontev B.B. Methodolog and parametres of an estimation of non-material actives in the Russian Federation // Estimation Questions - 1998. - № 3.
6. Leontev B.B. Price of intelligence. – M: the Shareholder, 2002. p.200
7. Stewart Thomas A. Intellectual the capital. A new source of riches of the organisations / the lane with Eng. V.Nozdrinoj. – M: Generation, 2007. – p. 337-338.

*В.Н. Ломакин*

### **О ПРИМЕНЕНИИ ДОХОДНОГО ПОДХОДА В ОЦЕНКЕ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ**

#### **Аннотация**

В данной статье рассмотрены проблемы применения доходного подхода в оценке автотранспортных средств и возможные способы их решения. Одним из способов решения является использование коэффициентов, учитывающих отличие в величине до-

ходности автомобилей. Применение трех подходов обеспечивает получение обоснованной рыночной стоимости.

#### **Annotation**

In given article problems of application of income approach to value of vehicles and possible ways of their decision are considered. One of ways of the decision is use of the factors considering difference in size of profitableness of cars. Application of three approaches to valuation provides reception of well-founded market cost.

#### **Ключевые слова**

Автотранспортные средства, доходный подход, ставка дисконтирования, рыночная стоимость.

#### **Key words**

Vehicles, income approach to value, the discounting rate, market cost.

На сегодняшний день большинство специалистов в области оценочной деятельности отказываются от использования доходного подхода в оценке автотранспортных средств. Это обстоятельство связано в основном с тем фактом, что отсутствует достоверная информация об уровне дохода, приносимого автотранспортным средством (средствами) от сдачи в аренду или от использования его (их) в предпринимательской деятельности (в грузоперевозках). Если же данная информация и имеется на рынке, то она, как правило, ограничена отдельными видами автотранспортных средств, что делает невозможным применение доходного подхода при оценке большого количества транспорта. Специфика работы оценщика такова, что время на определение стоимости того или иного автотранспортного средства ограничено и нет возможности для проведения анализа доходности, приносимой одним транспортным средством, в то время как в оценке находится их большое количество.

В связи с этим возникает необходимость решения проблем и преодоление сложностей применения доходного подхода. Одним из выходов в сложившейся ситуации может быть разработка методики, которая позволит определить величину прибыли, приносимой от использования того или иного автотранс-

портного средства. Решить эту задачу можно за счет сбора и анализа данных о величине дохода, приносимого от использования различных моделей автотранспортных средств.

Хотелось бы обратить внимание, что в данной статье речь идет не обо всех транспортных средствах, а именно об автотранспортных средствах. Это связано с тем, что об автотранспортных средствах имеется больше информации о величине дохода, который они приносят в результате использования. Чтобы получить величину дохода, приносимого тем или иным автотранспортным средством, необходимо, в первую очередь, собрать реальные данные о величине арендной платы за пользование автотранспортным средством, или данные о стоимости грузоперевозок (пассажироперевозок). Данные о стоимости арендной платы если и можно собрать, то это касается ограниченного числа видов транспортных средств, да и достоверность информации невысока, так как рынок аренды транспортных средств в РФ практически не развит и не каждый владелец бизнеса будет раскрывать информацию о величине незагрузки, накладных расходах и другой информации, позволяющей определить величину дохода, приходящегося на отдельный вид транспортного средства. Поэтому эти данные необходимо взять из той информации, которая имеется на



официальных сайтах, в прайсах, коммерческих предложениях организаций, занимающихся грузоперевозками и пассажироперевозками.

Одной из сложностей на данном этапе является тот факт, что транспортные компании, занимающиеся грузо- и пассажироперевозками, используют в своей деятельности только некоторые виды и модели транспортных средств. Например, транспортные компании, занимающиеся грузоперевозками, используют в своей деятельности преимущественно такие виды (модели) автотранспортных средств [3], как:

Газель тентованная, бортовая, с удлиненной базой, грузоподъемностью до 1,5 тонны;

Зил Бычок, тентованный, цельнометаллический, грузоподъемностью от 3,5 до 5 тонн;

Фургоны, бортовые автомобили и другие виды автотранспортных средств, как тентованные, так и цельнометаллические, грузоподъемностью от 5 до 20 тонн.

Другие виды и модели автотранспортных средств различной грузоподъемностью.

Следует отметить, что в классе малотоннажных грузоперевозок на территории РФ преобладают автотранспортные средства отечественного производства, в классе же с более высокой грузоподъемностью имеются как отечественные, так и импортные модели. Это зависит, в первую очередь, от того, насколько крупной является транспортная компания. На сегодняшний момент рынок грузоперевозок переживает не лучшие времена, и хотя без грузоперевозок невозможно обойтись, все же большое количество организаций-

грузоперевозчиков, в основном это небольшие компании, вынуждены были прекратить свое существование [4]. Если до кризиса доля грузоперевозок автотранспортом постепенно увеличивалась, отвоевывая позиции у рынка перевозок железнодорожным транспортом, то в настоящее время наблюдается обратная тенденция, связанная хоть и с более долгим сроком транспортировки, но все же более дешевым [5].

Проблема в данном случае состоит в том, что в оценку попадают различные виды, модели автотранспортных средств, которые не участвуют в грузо- и пассажироперевозках. Как в таких ситуациях производить оценку автотранспортных средств доходным подходом? Ответ на этот вопрос лежит в углубленном изучении и поиске зависимостей между стоимостями различных видов и моделей автомобилей, получении коэффициентов «перехода» от одних классов, моделей автомобилей в другие модели. Данные коэффициенты являются промежуточным этапом на пути достижения цели – перенесения величины дохода, приносимого одним видом, моделью автотранспортного средства на другой автомобиль.

В качестве примера для расчета взяты два автотранспортных средства: легковой автомобиль Газ 3110 и грузовой автомобиль Газ 3302. Предположим, что объектом оценки у нас является легковой автомобиль Газ 3110 и в качестве аналога был взят грузовой автомобиль - Газ 3302.

Коэффициент «перехода» рассчитывается как:

1) Отношение стоимостей новых автомобилей данных моделей

Модель	Грузоподъемность, кг.	Цена предложения, рублей	Коэффициент
Газ 3110	500	319000	0,84
Газ 3302	1500	380100	

Данное отношение позволяет учесть отличие между марками автомобилей, но поскольку данная зависимость учитывает не только потребительские характеристики, но и затраты производителей на их производство, то необходимо рассчитать данный коэффициент с учетом их доходности

2) Отношение величин потенциального валового дохода. Для определе-

ния этой величины необходимы данные о размере пробега до списания этих транспортных средств, а также данные о их стоимости одного километра коммерческого использования (под коммерческим использованием понимается использование автомобиля Газ 3110 в качестве такси, а автомобиля Газ 3302 в грузоперевозках).

Модель	Пробег до списания, км.	Стоимость 1 км.,руб.	Потенциальный валовой доход, рублей	Коэффициент
Газ 3110	250000	9	2250000	0,63
Газ 3302	300000	12	3600000	

Далее, между полученными коэффициентами необходимо взять среднее значение - для учета влияния всех факторов, в итоге получается коэффициент, равный 0,735.

Таким образом, получается коэффициент «перехода» от одной модели к другой. Однако здесь может возникнуть вопрос: если у нас в данном примере объектом оценки является автомобиль Газ 3110, он может использоваться в коммерческих целях (в качестве такси) и по нему имеется информация о стоимости 1 км, то рассчитывать коэффициент перехода нет необходимости. Ответ на этот вопрос (об этом уже говорилось ранее) состоит в том, что не все модели автотранспортных средств могут использоваться в коммерческих целях. В данном случае для наглядности используются два способа получения коэффициента «перехода».

На размере этого коэффициента могут сказаться те изменяющиеся условия, в которых мы сейчас живем. Кризисная ситуация в экономике, безусловно, отразилась и на ценах автомобилей, и на стоимости услуг грузоперевозчиков. Так, стоимость новых автомобилей, безусловно, возросла по сравнению с предыдущим годом, что связано с множеством различных факторов (ростом

цен на комплектующие, застоем продукции на складах и как следствие ростом накладных расходов, и др.), повлиявших на рост цен. В то время как услуги по стоимости грузоперевозок начали снижаться, что связано, в первую очередь, с обострившейся конкуренцией, борьбой за клиента.

Таким образом, появляется возможность применения доходного подхода для большого числа моделей автотранспортных средств. Однако, как уже говорилось выше, получение данных коэффициентов является промежуточным этапом в получении возможности применения доходного подхода. Для определения стоимости автотранспортного средства понадобится всего лишь найти свой автомобиль в списке, который получится в конце исследования, умножить свой коэффициент на чистый операционный доход, приносимый другой моделью.

Для определения стоимости объекта доходным подходом необходимо определить величину чистого операционного дохода (ЧОД), приносимого автотранспортным средством. Чтобы получить чистый операционный доход, необходимо определить выручку, приносимую от их эксплуатации. Далее, определить недозагрузку, в результате име-

ем действительный валовой доход. Затем определяются операционные расходы, величина дохода, приходящаяся на менеджмент, и только после этого по-

лучаем величину чистого операционного дохода, приносимого транспортным средством.

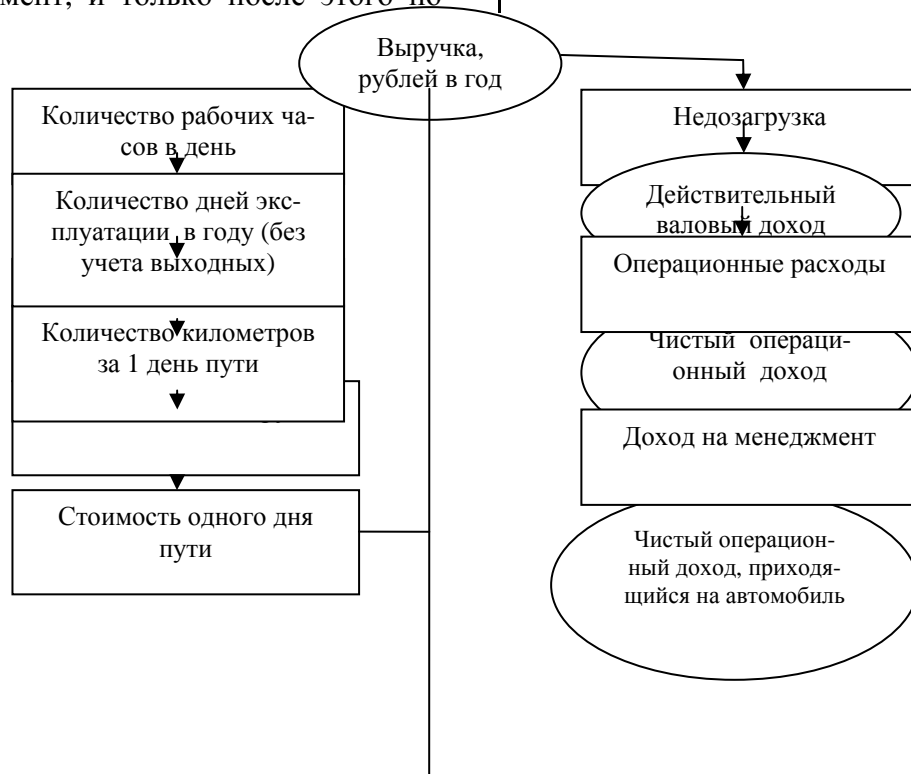


Рис. 1. Схема определения чистого операционного дохода, приходящегося на автомобиль

Для определения выручки, приносимой автотранспортным средством, была взята средняя стоимость грузоперевозок автомобилями марки Газель грузоподъемностью до 1,5 тонны. В результате проведенного анализа средняя стоимость 1 км перевозки груза составила 10385 рублей. Количество максимальных рабочих часов в день при одном водителе составляет 10 часов. Средняя скорость движения 90 км/час. За один день пути автомобиль может пройти 900 км. ( $10 \cdot 90 = 900$ ). В итоге стоимость одного дня пути составляет 9346,5 рублей ( $10,385 \cdot 900 = 9346,5$ ). Количество дней эксплуатации автомобиля в год составляет 269 рабочих дней, без учета выходных. Необходимо отметить также, что в данном примере период эксплуатации автомобиля ограничен одним годом эксплуатации, данное ог-

раничение было сделано для наглядности и простоты расчетов. На практике срок эксплуатации автомобиля ограничен максимальной величиной его фактического пробега, установленной заводом-изготовителем. В зависимости от модели и марки автомобиля срок эксплуатации автомобиля, со скоростью 90 км/час и 10-часовым рабочим днем, может составить как больше, так и меньше года.

Таким образом, выручка от эксплуатации автомобиля составит 2514209 рублей ( $9346,5 \cdot 269 = 2514209$ ).

Следующим этапом расчетов является определение величины недозагрузки. В данном случае под недозагрузкой понимается потеря времени, а, как следствие, и дохода от простоя автомобиля. На рынок грузоперевозок

также оказали влияние и другие взаимосвязанные рынки, в частности, кризис на рынке недвижимости, в складском сегменте. В период финансового кризиса время простоя автомобилей значительно увеличилось, и в результате увеличились потери доходов. На основе проведенного анализа рынка пассажиро- и грузоперевозок на территории РФ можно констатировать факт недозагрузки транспорта как минимум на 20%, и это еще не окончательная величина.

Применительно к нашему примеру величина недозагрузки использована в размере 20%, и это минимальная величина, ведь здесь еще можно учесть и то время простоя, которое автомобиль за весь срок своей эксплуатации потратит на плановые ремонты. Так что о завышении коэффициента недозагрузки говорить не приходится.

Таким образом, мы получаем величину действительного валового дохода в размере 2 011 366, 8 рублей ( $2\,514\,209 * 0,8 = 2\,011\,366,8$ ).

Далее необходимо учесть величину операционных расходов за год эксплуатации. В данном случае к операционным расходам относятся:

- замена масла и других жидкостей, требующих частой замены. Согласно технической документации, замена масла и других жидкостей у разных видов и моделей автомобилей отличается и варьируется от 6 до 15 тысяч километров, а стоимость от 800 до 2500 рублей. В данном примере замена будет производиться каждые 10000 км и составит в среднем 1500 рублей. За год эксплуатации автомобиля он проедет 242 100 км. ( $900 * 269 = 242\,100$ ), замена масла произойдет 24 раза и составит 36 315 рублей ( $21 * 1500 = 36\,315$ ).

- заработная плата водителя. Согласно опросу водителей, работающих в сфере грузоперевозок, средняя заработная плата составляет 30000 рублей в месяц. За год сумма составит 360000 рублей ( $30000 * 12 = 360\,000$ ).

- непредвиденные расходы. Сюда следует отнести расходы, связанные со спецификой данного вида деятельности, расходы на неплановый ремонт и другие. В среднем эта сумма составляет 5000 рублей в месяц, в год 60000 рублей.

- проживание и питание водителей в дальних командировках. Минимальная сумма, которую тратит водитель на питание и ночлег, составляет от 600 рублей в день. Необходимо отметить, что автомобиль не все время проводит в дальних командировках, в данном случае применен понижающий коэффициент 0,5. Таким образом, затраты составят 80700 рублей ( $600 * 269 * 0,5$ ).

- транспортный налог. Величина транспортного налога для разных видов автомобилей различна и зависит от мощности двигателя, даты регистрации, марки автомобиля и других факторов, поэтому в нашем примере взята минимальная стоимость транспортного налога для грузовых автомобилей. Стоимость 1 лошадиной силы мощности двигателя составляет 12 рублей [6], средняя мощность двигателя автомобилей составляет 150 л.с., таким образом, величина транспортного налога в нашем примере составляет 1800 рублей ( $150 * 12$ ).

- плановый ремонт. Под плановым ремонтом двигателя понимается поддержание автомобиля в рабочем состоянии, с проведением текущего и капитального ремонта. В нашем примере величина планового ремонта взята в размере 2 % от действительного валового дохода. Данная величина укладывается в среднестатистическую стоимость капитального ремонта двигателей грузовых автомобилей.

Таким образом, величина операционных расходов составила 579042 рубля.

Поскольку в нашем примере автомобиль является только частью бизнеса, где имеется наработанная клиент-

ская база, отлаженная логистическая сеть, то необходимо учесть ту величину дохода, которая приходится на оцениваемый автомобиль. Данная величина является экспертной, и ее размер зависит от разных факторов, таких как: размер фирмы, величина постоянной клиентской базы, наличие в собственности складов, числа транспортных средств, участвующих в грузоперевозках и другие. Если оцениваемый автомобиль используется в качестве предпринимательской деятельности физического лица, то данный показатель будет близок к нулю, однако в данном случае величина недозагрузки будет очень велика, особенно в условиях кризиса. В результате проделанного анализа рынка величина прибыли, приходящаяся на бизнес и менеджмент, составляет 60% ( $1 - 0,6 = 0,4$ ).

В итоге мы получаем чистый операционный доход, приносимый автомобилем Газ 3302, в размере 572930 рублей ( $(2011367 - 579042) * 0,4 = 572930$ ).

В дальнейшем, поскольку нашей целью является определение стоимости автотранспортного средства доходным подходом, необходимо продисконтировать чистый операционный доход, приносимый транспортным средством. Выбор метода дисконтирования основан на том, что величина дохода, приносимая транспортным средством, непостоянная, ограниченная коротким отрезком времени, поэтому применение метода капитализации невозможно.

В результате проведенного анализа была рассчитана при помощи кумулятивного метода величина ставки дисконтирования, которая составила 20%. Методика расчета данной ставки дисконтирования довольно сложна и объемна, так как требует учета большого количества рисков, связанных с эксплуатацией автомобилей. В данной статье был уже использован готовый результат по расчету ставки дисконтирования. Полная методика расчета с эко-

номическими обоснованиями будет приведена в ближайшей научной работе автора.

Располагая величиной ставки дисконтирования, можно произвести окончательный расчет стоимости автотранспорта доходным подходом. Используя формулу текущей стоимости аннуитета за один год интенсивной эксплуатации и ориентируясь на доходность в 20% годовых, получим окончательную величину стоимости автомобиля Газ 3302, которая составила 515 400 рублей. Для определения величины стоимости оцениваемого автомобиля Газ 3110 умножим стоимость автомобиля Газ 3110 на коэффициент «перехода» 0,735 и получим стоимость оцениваемого объекта доходным подходом. Она составила 378 820 рублей.

Таким образом, впервые разработана и апробирована методика применения доходного подхода для оценки стоимости автотранспортных средств, что предоставит возможность оценщикам следовать указаниям ФЗ № 135 [1] и стандартов ФСО [2] по применению всех трех подходов в такой специфической области, как оценка автотранспортных средств.

#### Библиографический список

1. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» № 135-ФЗ от 29 июля 1998 г. в ред. от 07.05.2009 N 91-ФЗ.
2. Федеральный стандарт оценки: ФСО № 1 «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки»
3. <http://www.gruzovik-online.ru/tarifyi.html>
4. Газета Город N №09 (818) 17 МАРТА 2009
5. <http://www.veldan.ru/transport.htm>
6. <http://www.gruzovik-online.ru/tarifyi.html>

**Bibliographic list**

1. The federal law «About estimated activity in the Russian Federation» № 135-FZ from July, 29th, 1998 in From 5/7/2009 N 91-FZ.

2. The federal standard of an estimation: FSO № 1 «the General concepts of an estimation, approaches and requirements to estimation carrying out»

3. <http://www.gruzovik-online.ru/tarifyi.html>

4. Newspaper « City N» № 09 (818) 17 March 2009

5. <http://www.veldan.ru/transport.htm>

6. <http://www.gruzovik-online.ru/tarifyi.html>

*Е.В. Жильцов, С.В. Хомяков*

## ПРОДУКТИВНОСТЬ И СХОДИМОСТЬ В МОДЕЛЯХ КОМПРОМИССНО-РАВНОВЕСНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### Аннотация

В рамках концепции компромиссного анализа экономики представлено исследование свойств компромиссной продуктивности и компромиссно-продуктивной сходимости для моделей компромиссно-равновесного ценообразования в системе товарных рынков.

### Annotation

In the framework of compromise economic analysis the research of properties of compromise productivity and compromise-productive convergence for models of compromise-equilibrium pricing in the system of the commodity markets is presented.

### Ключевые слова

Система компромиссно-равновесных цен, компромиссная продуктивность, компромиссно-продуктивная сходимость.

### Key words

System of compromise-equilibrium prices, compromise productivity, compromise-productive convergence.

### Введение

Концепция компромиссного анализа рыночной экономики впервые была предложена и разработана В.А. Кардашем. Ключевая идея этой концепции состоит в том, что конфликтные интересы субъектов экономики согласуются на основе саморегулируемого конфликтно-компромиссного рыночного механизма [1]. Такой нетрадиционный подход к анализу экономических систем обладает конструктивностью и в сопряжении с методами межотраслевого анализа по-

зволяет строить и исследовать производственно-рыночные модели на уровне национальной экономики. В рамках концепции компромиссного анализа экономики построены модели системного ценообразования, органично сочетающие в себе идеи компромиссного подхода и методологию межотраслевого баланса (МОБ) [1].

Как известно, основным свойством модели межотраслевых зависимостей цен, построенной на основе модели МОБ, является свойство продуктивно-

сти, означающее технологическую сбалансированность экономической системы. Отражение в модели компромиссно-равновесных цен, наряду с технологическими взаимосвязями МОБ, еще и интересов субъектов рынка, склонных к рыночному компромиссу, существенно расширяет традиционное понятие продуктивности и позволяет говорить о «компромиссной» продуктивности. Нелинейность модели и итерационные процедуры определения системы цен придают понятию продуктивности нестационарный характер и приводят к выявлению условий «компромиссно-продуктивной» сходимости.

### 1. Компромиссная продуктивность в моделях компромиссно-равновесных цен

Рассматривается экономическая система, включающая  $n$  взаимосвязанных товарных рынков. Модель компромиссно-равновесного ценообразования на рынке  $j$ -го товара имеет вид ( $j = 1, 2, \dots, n$ ) [1]:

$$P_j^* = \arg \max_{P_j} \left( \frac{D_j}{P_j} - \frac{D'_j}{P_j - c_j(P)} \right), \quad (1)$$

где  $D_j$  – сумма денежных средств на рынке  $j$ -го товара;  
 $D'_j = \mu J_j = \mu g_j Y_j^0$  – минимально необходимая прибыль на капитал  $J_j$ , задействованный в  $j$ -й отрасли, при норме рентабельности капитала  $\mu$  и капиталоемкости  $g_j$ ;

$c_j(P) = \sum_{i=1}^n a_{ij} P_i + s_j$  – себестоимость единицы  $j$ -й продукции;  $a_{ij}$  – коэффициенты прямых затрат в натуральных единицах  $i$ -го продукта на единицу  $j$ -го продукта, составляющие матрицу прямых затрат  $A = \{a_{ij}\}$ ;  $s_j$  – удельные

затраты труда на единицу  $j$ -го продукта;  
 $P = (P_1, P_2, \dots, P_n)$  – вектор-строка цен на товарных рынках;  $P_j^*$  – компромиссно-равновесная цена на рынке  $j$ -го товара.

Возможны два подхода к моделированию процессов компромиссно-равновесного ценообразования. В случае замкнутого по стоимости производственного цикла [2], когда процессы приобретения предметов труда, производства и реализации продукции осуществляются в рамках одного и того же периода, решение задачи (1) дает следующее выражение для компромиссно-равновесной цены ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

$$P_j^* = c_j(P^*) \frac{1}{1 - \sqrt{\Phi_j}}, \quad (2)$$

$$\text{где } \Phi_j = \frac{D'_j(1 - a_{jj})}{D_j} = \frac{D'_j \Delta_j}{D_j} -$$

- коэффициент Кардаша.

В условиях компромиссного равновесия предполагается, что на рынке  $j$ -го товара реализуется априори известный равновесный объем купли-продажи  $Y_j^* = Y_j^0$ , а необходимые денежные средства определяются как  $D_j^* = P_j^* Y_j^0$ . При этом коэффициент Кардаша становится центральной характеристикой компромиссного равновесия и отражает соотношение между минимальной нормативной прибылью производителя и денежными средствами потребителя в условиях компромиссного равновесия. Компромиссно-равновесный коэффициент  $\Phi_j^*$  выражается через удельные показатели условий производства продукции товарного рынка, независимо от объемных показателей  $Y_j^0$ ,  $D_j$ ,  $D'_j$ , и (при замкнутом

по стоимости производственном цикле) представляется в виде [1]:

$$\varphi_j^{*\Delta}(P) = 4 \left( 1 + \sqrt{1 + \frac{4c_j(P)}{\mu g_j \Delta_j}} \right)^{-2} \cdot (3)$$

Подставив в (2) выражение для  $c_j$ , получим следующую систему нелинейных уравнений относительно неизвестных цен  $P^*$  ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

$$\left( 1 - \sqrt{\varphi_j^{*\Delta}(P^*)} \right) P_j^* - \sum_{i=1}^n a_{ij} P_i^* = s_j. (4)$$

Переписав последнюю систему в векторно-матричном виде, имеем:

$$P^*(R - A) = S, \quad \text{или}$$

$$P^* = S(R - A)^{-1},$$

где

$$R = \text{diag} \left\{ 1 - \sqrt{\varphi_j} \right\} = E - \Phi;$$

$$\Phi = \text{diag} \left\{ \sqrt{\varphi_j} \right\} - \text{диагональная матрица}$$

из коэффициентов  $\sqrt{\varphi_j}$  при заданных значениях вектора цен  $P$ ,  $E$  - единичная матрица.

Если обозначить через  $K = R - A$  матрицу рыночных компромиссов, то систему (4) можно записать в векторно-матричном виде:

$$P^* = SK^{-1}, (5)$$

где  $S = (s_1, s_2, \dots, s_n)$  - вектор-строка с компонентами  $s_j$ ;

$P^* = (P_1^*, P_2^*, \dots, P_n^*)$  - вектор-строка компромиссно-равновесных цен.

Модель Кардаса (5) является моделью ценообразования в экономической системе с межотраслевой структурой и обладает эндогенным механизмом формирования прибыли в цене [1].

С учетом нелинейности системы соотношений (3) и (5) для этой модели

можно организовать следующий итерационный процесс исчисления системы компромиссно-равновесных цен [2] ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

1°.

$$c_j^{(k)}(P^{*(k)}) = \sum_{i=1}^n a_{ij} P_i^{*(k)} + s_j;$$

2°.

$$\varphi_j^{*\Delta(k+1)}(c_j^{(k)}) = 4 \left( 1 + \sqrt{1 + \frac{4c_j^{(k)}}{\mu g_j \Delta_j}} \right)^{-2};$$

3°.

$$P_j^{*(k+1)}(P^{*(k)}) = S \cdot K_j^{-1} \left( \varphi_j^{*\Delta(k+1)}(P^{*(k)}) \right)$$

Известно, что на основе модели МОБ также строилась модель межотраслевых зависимостей цен вида:

$$\bar{P} = r(E - A)^{-1}, (6)$$

где  $r = (r_1, r_2, \dots, r_n)$  - вектор-строка экзогенно заданных добавленных стоимостей,  $\bar{P} = (\bar{P}_1, \bar{P}_2, \dots, \bar{P}_n)$  - вектор-строка равновесных цен.

Вопрос о неотрицательности вектора цен  $\bar{P}$  в модели (6) связан с неотрицательной обратимостью матрицы Леонтьева  $E - A$  или с продуктивностью матрицы  $A$  и глубоко изучен в теории модели МОБ.

Матрица рыночных компромиссов  $K = R - A$  является в некоторой степени аналогом матрицы Леонтьева, и для существования неотрицательного вектора компромиссных цен  $P^*$  необходимо ее исследование на неотрицательную обратимость. Рассмотрим структуру матрицы  $K$ :

$$K = R - A = E - A_\varphi;$$

$$A_\varphi = \text{diag} \left\{ \sqrt{\varphi_j} \right\} + A = \Phi + A.$$

Отсюда следует, что неотрица-



тельная обратимость матрицы  $K$  связана с компромиссной продуктивностью матрицы  $A_\varphi$  [3].

**Определение 1.** Модель (5) обладает компромиссной продуктивностью (компромиссно-продуктивна), если существует такая матрица  $A_\varphi$ , что для любого  $S \geq 0$  существует единственный вектор

$$P^* = S(E - A_\varphi)^{-1} \geq 0.$$

Понятие компромиссной продуктивности матрицы  $A_\varphi$  означает не только технологическую сбалансированность, как в модели межотраслевых зависимостей цен и в модели МОБ, но и одновременно определяет компромиссную стоимостную сбалансированность интересов в экономической системе.

Согласно теореме Фробениуса-Перрона, для неотрицательной обратимости матрицы  $K$ , с учетом ее структуры и свойств, при продуктивности исходной модели МОБ с матрицей прямых затрат  $A$ , необходимо и достаточно [3], чтобы максимальное собственное число матрицы  $A_\varphi$  (фробениусово собственное число) было меньше единицы ( $\lambda_{A_\varphi}^* < 1$ ). Помимо этого общего признака, представляет интерес установление качественного свойства продуктивности, которое сформулировано в следующей лемме.

**Лемма 1 (необходимый признак компромиссной продуктивности).**

При компромиссной продуктивности модели (5) необходимо выполнение условий  $\sqrt{\varphi_j} + a_{jj} < 1$ ,  $j = 1, 2, \dots, n$ .

**Доказательство.** Пусть модель (5) компромиссно-продуктивна, то есть

$$K^{-1} = (E - A_\varphi)^{-1} \geq 0 \quad \text{и}$$

$P^* = SK^{-1} \geq 0$  (при  $S \geq 0$ ). Согласно теореме Фробениуса-Перрона, с учетом свойств матрицы  $A_\varphi$  [3], это равносильно выполнению условия

$$\lambda_{A_\varphi}^* < 1.$$

Значение собственного числа  $\lambda_{A_\varphi}^*$  зависит, в частности, от диагональных элементов матрицы  $A_\varphi$ . При

выполнении условия  $\lambda_{A_\varphi}^* < 1$ , с учетом

$\varphi_j \geq 0$ ,  $a_{jj} \geq 0$ , с необходимостью выполняется, что все диагональные элементы матрицы  $A_\varphi$  удовлетворяют

условиям  $\sqrt{\varphi_j} + a_{jj} < 1$ . **Лемма доказана.**

**Примечание.** Учитывая нестационарный характер продуктивности в модели (5), необходимый признак компромиссной продуктивности запишется

$$\text{в виде } \sqrt{\varphi_j^{(k)}} + a_{jj} < 1, \quad j = 1, 2, \dots, n,$$

$k$  – номер итерации процесса нахождения системы цен,  $k = 1, 2, \dots$ .

В случае незамкнутого по стоимости производственного цикла [2], когда процессы приобретения предметов труда и производства продукции относятся к разным периодам, решение задачи (1) будет иметь вид ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

$$P_j^* = c_j(P) \frac{1}{1 - \sqrt{\varphi_j}}, \quad \varphi_j = \frac{D'_j}{D_j}. \quad (7)$$

Подставив в (7) выражение для  $c_j$ , получим ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

$$P_j^* \left( 1 - \sqrt{\varphi_j(P^*)} \right) = \sum_{i=1}^n a_{ij} P_i + s_j;$$

$$\begin{aligned} P^*(E - \Phi) &= A^T P + S; \\ P^*(E - \Phi) &= C; \end{aligned} \quad \text{или}$$

$$P^* = C(E - \Phi)^{-1}.$$

Последнее соотношение можно записать через матрицу  $R$  в виде:

$$P^* = CR^{-1}, \quad (8)$$

где  $C = (c_1, c_2, \dots, c_n)$  – вектор-строка себестоимостей с компонентами  $c_j$ .

При незамкнутом по стоимости производственном цикле компромиссно-равновесный коэффициент Кардаша примет вид ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

$$\varphi_j^*(P) = 4 \left( 1 + \sqrt{1 + \frac{4c_j(P)}{\mu g_j}} \right)^{-2}. \quad (9)$$

С использованием соотношений (8) и (9) итерационный процесс для определения системы компромиссно-равновесных цен по модели (8) будет иметь вид ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

1°.

$$c_j^{(k)}(P^{*(k)}) = \sum_{i=1}^n a_{ij} P_i^{*(k)} + s_j;$$

2°.

$$\varphi_j^{*(k+1)}(c_j^{(k)}) = 4 \left( 1 + \sqrt{1 + \frac{4c_j^{(k)}}{\mu g_j}} \right)^{-2};$$

3°.

$$P_j^{*(k+1)}(P^{*(k)}) = C(c_j^{(k)}(P^{*(k)})), R_j^{-1}(\varphi_j^{*(k+1)})$$

В модели рыночного компромисса решение задачи (1) для каждого из товарных рынков существует при непустом множестве допустимых сделок, когда  $D_j > D'_j$ , что соответствует соотношению  $\varphi_j < 1$ . Тогда все элементы

диагональной матрицы  $R$  положительны, так как  $\sqrt{\varphi_j} < 1$  ( $j = 1, 2, \dots, n$ ).

Следуя допущениям о существовании рыночного компромисса, получаем, что вектор компромиссно-равновесных цен модели (8) будет всегда неотрицателен при заданной системе затрат предметов труда, технологически сбалансированной в предыдущем цикле производства.

Таким образом, показано, что «компромиссная» продуктивность в модели Кардаша является обобщением и расширением традиционного понятия «технологической» продуктивности в межотраслевых моделях леонтьевского типа. Причем это обобщение связано в первую очередь с введением в модель МОБ элементов рыночного механизма [1].

## 2. Компромиссно-продуктивная сходимость в моделях компромиссно-равновесных цен

Одной из важных особенностей моделей (5) и (8) является их нелинейность, которая при численной реализации учитывается построением итерационных процессов. В работе [4] для итерационных процессов определения системы цен по моделям (5) и (8) представлен общий критерий сходимости в виде неравенств ( $j = 1, 2, \dots, n$ ):

$$\frac{1}{2} \sqrt{\varphi_j^{(0)}} < 1 - a_{jj}. \quad (10)$$

(10)

В соответствии с условиями сходимости, если для исходных начальных цен  $P^{(0)}$  и вычисленного на их основе коэффициента  $\varphi_j^{(0)}$  выполняется (10), то нелинейное отображение для расчета цен является сжимающим и итерационный процесс сходится. Для сходящегося процесса с учетом нестационарности продуктивности получен следующий достаточный признак.

**Лемма 2 (достаточный признак**

**компромиссной продуктивности в сходящемся процессе).** При сходящемся итерационном процессе определения системы цен для модели (5), если модель компромиссно-продуктивна на первой и второй итерации, то она обладает компромиссной продуктивностью и на остальных итерации при  $k = 3, 4, \dots$ .

**Доказательство.** Предположим, что выполняется условие (10) и итерационный процесс сходится к системе цен с характеристикой компромиссного равновесия  $\Phi_j^\infty$ . Пусть на первой и второй итерации сходящегося процесса (при  $k = 1, 2$ ) модель (5) компромиссно-продуктивна. Тогда фробениусовы собственные числа матриц  $A_\varphi$  для первой и второй итерации меньше единицы ( $\lambda_{A_\varphi}^{*(1)} < 1, \lambda_{A_\varphi}^{*(2)} < 1$ ).

Так как отображение является сжимающим, то справедливо  $|\sqrt{\Phi_j^{(1)}} - \sqrt{\Phi_j^\infty}| > |\sqrt{\Phi_j^{(k)}} - \sqrt{\Phi_j^\infty}|, k = 2, 3, 4, \dots$ . Поскольку итерационные приближения носят колебательный характер [2], то выполняется:

$$\max \left\{ \sqrt{\Phi_j^{(1)}}, \sqrt{\Phi_j^{(2)}} \right\} > \sqrt{\Phi_j^k},$$

$$k = 3, 4, \dots \quad (11)$$

Согласно теореме Фробениуса-Перрона о свойствах фробениусова собственного числа  $\lambda_{A_\varphi}^*$ , с учетом свойств неотрицательности и неразложимости матрицы  $A_\varphi$  [3], оно возрастает при возрастании любого элемента матрицы  $A_\varphi$ , в которой по итерациям меняются только  $\Phi_j^{(k)}$ . С учетом этого и соотношения (11) для собственных чисел следующих итераций выполняется

$$\lambda_{A_\varphi}^{*(k)} < \max \left\{ \lambda_{A_\varphi}^{*(1)}, \lambda_{A_\varphi}^{*(2)} \right\} < 1,$$

$k = 3, 4, \dots$ . Это означает, что на остальных итерациях (при  $k = 3, 4, \dots$ ) модель (5) является компромиссно-продуктивной. **Лемма доказана.**

Согласно необходимому признаку компромиссной продуктивности модели (5), имеем ( $j = 1, 2, \dots, n, k = 1, 2, 3, \dots$ ):

$$\sqrt{\Phi_j^{(k)}} < 1 - a_{jj}. \quad (12)$$

Из формул (10) и (12) видно, что условие сходимости шире и включает в себя условие компромиссной продуктивности. Таким образом, с учетом леммы 2 можно утверждать, что для компромиссно-продуктивной на первой и второй итерации системы итерационный процесс ценообразования сходится к единственной системе компромиссно-равновесных цен.

**Определение 2.** Итерационный процесс определения системы цен для модели (5) обладает *компромиссно-продуктивной сходимостью*, если он сходится, и на всех итерациях модель (5) является компромиссно-продуктивной, то есть

$$P^{*(k)} = S \left( E - A_\varphi^{(k)} \right)^{-1} \geq 0, k = 1, 2, 3, \dots$$

(при  $S \geq 0$ ).

В случае, если на какой-либо итерации модель (5) не обладает компромиссной продуктивностью, то итерационный процесс останавливается из-за выхода расчетных цен в отрицательную зону.

**Теорема 1 (о компромиссно-продуктивной сходимости).**

Итерационный процесс определения системы цен для модели (5) обладает компромиссно-продуктивной сходимостью тогда и только тогда, когда на первой и второй итерации сходящегося итерационного процесса модель (5) оказывается компромиссно-продуктивной.

**Доказательство.** *Необходимость.* Для наглядности доказательства на рис. 1 представлены в схематическом виде области компромиссной продук-

тивности и сходимости. Колебательный характер итерационных приближений для модели (5) установлен в работе [2].

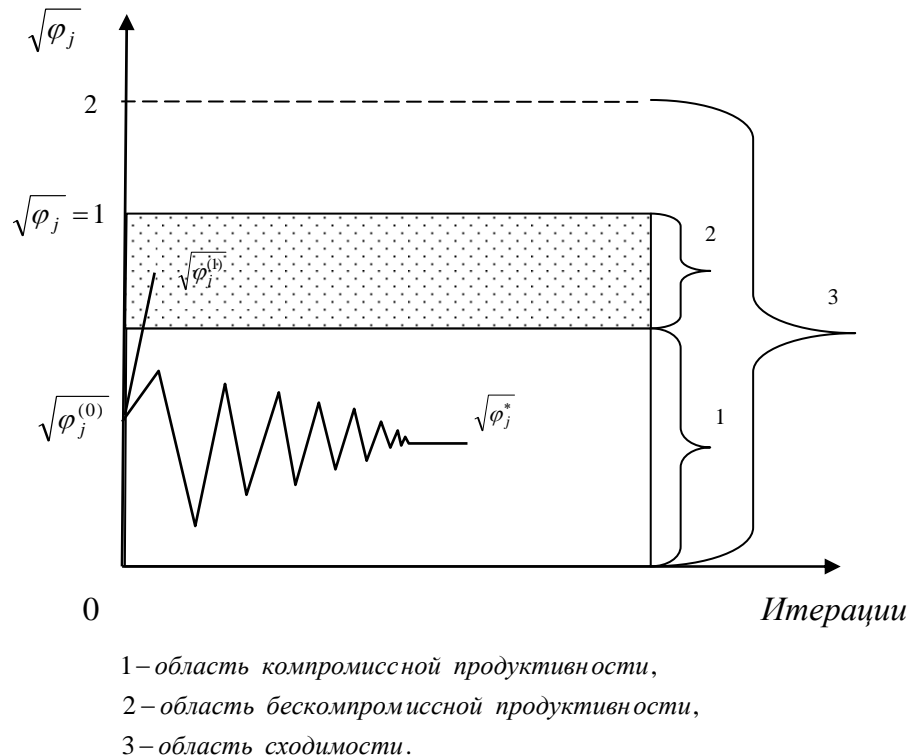


Рис. 1. Области сходимости и компромиссной продуктивности модели (5)

Пусть итерационный процесс для модели (5) обладает компромиссно-продуктивной сходимостью. Это означает, что на каждой итерации  $k = 1, 2, 3, \dots$  система цен  $P^{(k)}$  и коэффициенты  $\sqrt{\varphi_j^{(k)}}$  такие, что согласно Лемме 1 для модели (5) выполняется необходимый признак компромиссной продуктивности

$$\sqrt{\varphi_j^{(k)}} + a_{jj} < 1, \quad j = 1, 2, \dots, n,$$

$k = 1, 2, 3, \dots$ . По определению компромиссно-продуктивной сходимости, модель (5) компромиссно-продуктивна на всех итерациях, в том числе на первой и второй итерации. Для этих итераций тоже выполняется необходимый при-

знак.

*Достаточность.* Пусть итерационный процесс для модели (5) является компромиссно-продуктивным на первой и второй итерации. При этом выполняется необходимый признак

$$\sqrt{\varphi_j^{(1)}} + a_{jj} < 1, \quad \sqrt{\varphi_j^{(2)}} + a_{jj} < 1.$$

Так как процесс является сходящимся, то согласно Лемме 2, при этих условиях модель (5) компромиссно-продуктивна на всех остальных итерациях. При этом выполняется

$$\sqrt{\varphi_j^{(k)}} + a_{jj} < 1, \quad j = 1, 2, \dots, n,$$

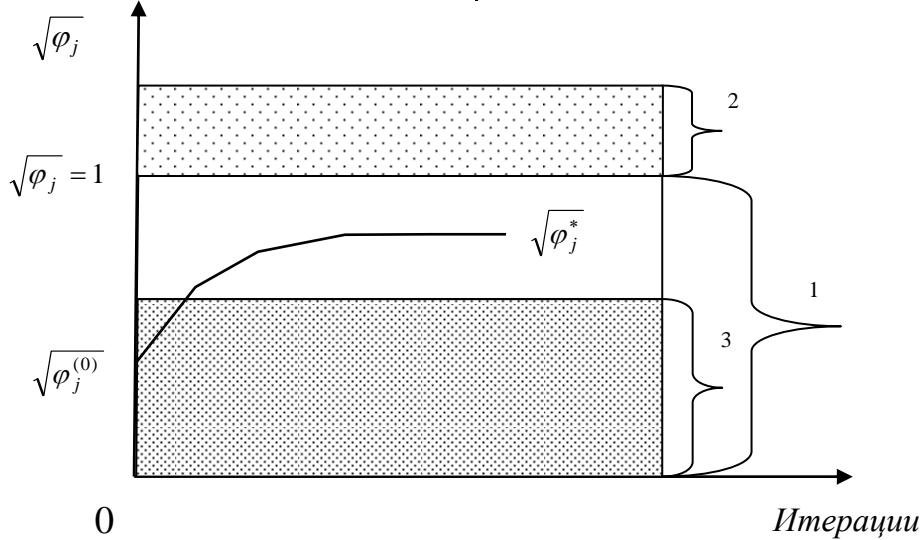
$k = 1, 2, 3, \dots$ . Согласно определению, итерационный процесс для модели (5) обладает компромиссно-продуктивной сходимостью. **Теорема доказана.**

Условие существования непустого множества допустимых решений модели (1) является условием *реализуемости рыночного компромисса* ( $D_j > D'_j, \varphi_j < 1$ ). Из него следует, что для каждой итерации ( $k = 1, 2, 3, \dots$ ) должно выполняться ( $j = 1, 2, \dots, n$ )

$$\sqrt{\varphi_j^{(k)}} < 1. \quad (13)$$

Из формул (10) и (13) следует, что условие реализуемости рыночного компромисса, при котором существуют решения модели (1) и (8), включает в себя условие сходимости.

**Теорема 2 (о реализуемости**



- 1 – область реализуемости компромисса,
- 2 – область отсутствия решений модели рыночного компромисса,
- 3 – область сходимости

Рис. 2. Области сходимости и реализуемости рыночного компромисса для модели (8)

Пусть модель (8) удовлетворяет условию сходимости (10) и итерационный процесс для модели (8) сходится. Рассмотрим предельные свойства коэффициента  $\sqrt{\varphi_j^*}$ :

$$\lim_{P \rightarrow 0} \sqrt{\varphi_j^*} = \frac{2}{\left(1 + \sqrt{1 + \frac{4s_j}{\mu g_j}}\right)} < 1;$$

**компромисса в сходящемся процессе).**

Для сходящегося итерационного процесса определения системы цен по модели (8) на всех итерациях рыночный компромисс реализуется независимо от исходной системы цен.

*Доказательство.* Для наглядности доказательства на рис. 2 представлены в схематическом виде области реализуемости рыночного компромисса и сходимости. Монотонный характер итерационных приближений для модели (8), показанный на рис. 2, установлен в работе [2].

$$\lim_{P \rightarrow \infty} \sqrt{\varphi_j^*} = 0.$$

Следовательно, с учетом монотонности зависимости  $\sqrt{\varphi_j^*(P)}$ , при неотрицательных изменениях цен, какова бы ни была система цен  $P \geq 0$ , значения коэффициента  $\sqrt{\varphi_j^*}$  будут удовлетворять условиям реализуемости

рыночного компромисса (13). Так как на каждой итерации  $k$  будет выполняться

$$0 \leq \sqrt{\varphi_j^{(k)}} < 1, \text{ то в ходе итерационно-}$$

го процесса для модели (8) рыночный компромисс всегда будет реализуем.

**Теорема доказана.**

**Примечание.** Для модели (8) система компромиссно-равновесных цен может быть итеративно рассчитана из любой системы начальных цен  $P^{(0)}$ .

В заключение отметим, что именно нелинейность моделей компромиссно-равновесных цен требует рассмотрения во взаимосвязи условий сходимости итерационного процесса и существования неотрицательного вектора цен  $P^{(k)}$  на каждой итерации. Важность этого вопроса особенно возрастает при анализе траекторий движения системы цен к состоянию компромиссного равновесия.

#### **Заключение**

Таким образом, в данной статье проведен углубленный анализ свойств компромиссной продуктивности нелинейных моделей компромиссно-равновесных цен. Новизна полученных результатов состоит в том, что впервые показана и исследована взаимосвязь между компромиссной продуктивностью модели Кардаша и сходимостью итерационного процесса для расчета компромиссно-равновесных цен. Доказанные в статье утверждения имеют не только теоретический характер, но и могут быть использованы как качественные признаки при практической реализации моделей компромиссно-равновесных цен.

#### **Библиографический список**

1. Кардаш В.А. Конфликты и компромиссы в рыночной экономике. – М.: Наука, 2006. – 248 с.
2. Хомяков С.В., Жильцов Е.В. Методические особенности определения систе-

мы компромиссно-равновесных цен // Математическое моделирование и информационные технологии / Юж.-Рос. гос. техн. ун-т (НПИ). – Новочеркасск: Ред. журн. «Изв. вузов. Электромеханика», 2010. – С. 107-125.

3. Хомяков С.В. Моделирование воспроизводственных процессов в равновесных многоотраслевых экономических системах. Дис... канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону, 2003. – 193 с.

4. Жильцов Е.В., Хомяков С.В. Качественный анализ сходимости итерационного процесса компромиссно-равновесного ценообразования // Студенческая научная весна – 2008: Материалы межрег. науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых ЮФО / Юж.-Рос. гос. техн. ун-т (НПИ). – Новочеркасск: ЛИК, 2008. – С. 395-397.

#### **Bibliographic list**

1. Kardash V. A. Conflicts and compromises in the market economy. - Moscow: Nauka, 2006. - 248 p.
2. Khomyakov S.V., Zhiltsov E.V. Methodical features of determination of system of the compromise-equilibrium prices // Mathematical modelling and information technologies / SRSTU (NPI). – Novocherkassk: Magazine edition «News of high schools. Electromechanics», 2010. - P. 107-125.
3. Khomyakov S.V. Modelling reproductive processes in equilibrium diversified economic systems. The dissertation of a Cand. Econ. Sci. - Rostov-on-Don, 2003. - 193 p.
4. Zhiltsov E.V., Khomyakov S.V. The qualitative analysis of convergence of iterative process of compromise-equilibrium pricing // Student's scientific spring – 2008: Materials of inter-regional scientific and technical conference of students, post-graduate students and young scientists SFD / SRSTU (NPI). – Novocherkassk: LIK, 2008, - P. 395-397.

## РАЗДЕЛ 5. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

*Л.Н. Усенко, З.В. Удалова*

### РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

#### Аннотация

Финансовый кризис заставляет по-новому смотреть на эффективные инструменты экономического анализа. Экспресс-анализ дает оценку имущественного, финансового положения сельскохозяйственной организации, динамичности развития и эффективности использования экономического потенциала данной организации за анализируемый период с предоставлением кратких рекомендаций по оптимизации своей деятельности для внутренних и внешних пользователей. Рекомендуемая методика экспресс-анализа сформирована на основе критической оценки применяющихся методик и адаптирована к специфике сельскохозяйственных организаций.

#### Annotation

The financial crisis is forcing a new look at the effective tools of economic analysis. Express-analysis provides an estimate of property, the financial situation of agricultural organizations, the dynamic development and effective use of the economic potential of this organization for the analyzed period, with the provision of summary recommendations for optimizing their activities for internal and external users. The recommended method for rapid analysis has been formulated on the basis of critical evaluation of methodology and adapted to the specifics of agricultural organizations.

#### Ключевые слова

Экспресс-анализ, методика анализа, общая оценка финансово-экономического состояния, рентабельность, ликвидность, экспресс-анализ эффективности сельскохозяйственной организации, анализ инвестиционной привлекательности, экспресс-анализ налоговой нагрузки.

#### Key words

Express-analysis technique of analysis, an overall assessment of financial and economic conditions, profitability, liquidity, rapid analysis of the effectiveness of agricultural organizations, an analysis of investment attractiveness, rapid analysis of the tax burden.

В условиях нестабильной экономической ситуации в сельскохозяйственных организациях актуализируются вопросы, связанные с оптимизацией расходов и сохранения привлекательности для инвесторов и кредиторов. Экспресс-анализ является оптимальным видом первичного анализа финансово-экономического состояния сельскохо-

зяйственной организации за определенный период, позволяющим не только получить оценку финансово-экономического состояния объекта, но и определить динамику и тенденции его развития.

Проблемам использования экспресс-анализа и его места в системе экономического анализа посвящены ра-

боты отечественных ученых: Артеменко В.Г., Баканова М.И., Бочарова В.В., Герасименко Г.П., Гиляровской Л.Т., Донцовой Л.В., Ендовицкого Д.А., Ефимовой О.В., Ионовой А.Ф., Ковалева В.В., Крыловой С.И., Любушина Н.П., Маркарьяна Э.А., Мельник М.В., Савицкой Г.В., Хорина А.Н., Чернова В.А., Шеремета А.Д. и др.

Экспресс-анализ представляет собой способ диагностики состояния экономики сельскохозяйственной организации на основе типичных признаков, характерных для определения экономических явлений и установления характера происходящих процессов. Теоретический анализ базовой терминологии в исследуемой области показал, что Савицкая Г.В. в экономическом анализе **методику** рассматривает как совокупность аналитических способов и правил исследования экономических явлений и процессов хозяйственной деятельности, подчиненных достижению цели анализа [11, с. 25].

Профессор Ендовицкий Д.А. под **методикой** понимает инструктивный документ, имеющий статус корпоративного стандарта, в котором детально описывается механизм анализа объекта исследования с указанием всей возможной совокупности источников информации, организационного обеспечения работ, дается характеристика методов, приемов и процедур анализа [2].

По нашему мнению, методика анализа представляет собой системное, комплексное изучение и обобщение влияния факторов на результаты деятельности сельскохозяйственной организации с целью нахождения путей повышения ее эффективности.

Для выработки рекомендаций по развитию методики экспресс-оценки финансового состояния в сельскохозяйственных организациях проведено исследование методик, разработанных учеными-экономистами для коммерческих организаций, которое позволило

выявить различные точки зрения на область применения экспресс-анализа финансового состояния, а также используемые в его рамках основные направления анализа. Так, профессор Мельник М.В. предлагает использовать данный анализ для малых, средних и крупных организаций при аудиторских проверках. В этом случае экспресс-оценка включает такие направления анализа, которые можно выполнить по данным бухгалтерской отчетности, как:

- оценка экономического потенциала;
- оценка финансовой устойчивости «больных» статей отчетности;
- оценка эффективности организации;
- оценка уровня цен на ресурсы и выпускаемую продукцию;
- анализ налоговой нагрузки;
- оценка динамики основных показателей;
- анализ «оцененности» организации;
- оценка организации по методике Бостонской группы [7, с. 57-65].

Профессор Ковалев В.В. считает, что экспресс-анализ финансовой отчетности следует проводить на основании исходной отчетности, чтобы получить самое общее представление об объекте анализа. В этом случае весь комплекс аналитических процедур может быть назван «чтением отчета» (отчетности). Экспресс-анализ финансовой отчетности, по Ковалеву В.В., включает в себя 7 этапов: просмотр отчета по формальным признакам; ознакомление с заключением аудитора; выявление "больных" статей в отчетности и их оценку в динамике; ознакомление с ключевыми индикаторами; чтение пояснительной записки (аналитических разделов отчета); общую оценку имущественного и финансового состояния по данным баланса; формулирование выводов по результатам анализа [5, с.86-99].



Аудиторско-консалтинговые группы (например, «Градиент Альфа» «Эксперт Системс» и др.), оказывая полный комплекс услуг в области аудита, в том числе юридического сопровождения, консультирования по налогообложению и бухучету, кадрового консалтинга, автоматизации, обучения, также оказывают услуги и по экспресс-анализу. «Эксперт Системс» – российская консалтинговая компания, специализирующаяся на комплексных решениях для развития бизнеса, предлагает проведение экспресс-анализа с применением системы Audit Expert. Экспресс-анализ финансового состояния с применением системы Audit Expert предприятия дает возможность на основании формы №1 (Бухгалтерского баланса) и формы №2 (Отчета о прибылях и убытках) быстро получить заключение с оценкой финансового состояния предприятия. Экспресс-анализ в Audit Expert включает 4 укрупненных этапа:

- 1) создание файла проекта для анализа предприятия;
- 2) ввод финансовой информации – вручную или импорт отчетности из текстовых файлов, формируемых всеми бухгалтерскими программами;
- 3) оценку финансового состояния предприятия на основе данных аналитических таблиц с использованием горизонтального, вертикального, трендового и коэффициентного анализа отчетности;
- 4) формирование автоматического экспертного заключения, а также подготовку отчета по результатам анализа.

В Интернете предлагаются методики экспресс-анализа на сайтах: <http://www.alie.ru/p6.html>; <http://www.audit-it.ru/finanaliz/start.php> и т.д. Однако основным недостатком рассмотренных методик является то, что они не учитывают специфики сельского хозяйства.

Рекомендуется использование методики экспресс-анализа для сельскохозяйственных организаций, что, с одной стороны, позволит сэкономить время и средства, с другой – охарактеризовать платежеспособность, доходность деятельности, перспективы развития, а затем по его результатам выявить «слабые места» и скорректировать политику развития своего бизнеса.

При этом экспресс-анализ финансового состояния сельскохозяйственной организации можно проводить регулярно, поскольку он достаточно прост и не отличается высокой трудоемкостью.

Основными задачами экспресс-анализа являются:

- проведение комплексного анализа систем управления;
- выявление основных проблем и оценки возможности их решения;
- предложение вариантов решения проблем и развития сельскохозяйственной организации.

Рекомендуемая методика экспресс-анализа финансового состояния позволит проводить:

- постоянный мониторинг фактической эффективности деятельности сельскохозяйственной организации на основе финансовой отчетности;
- выявлять платежеспособность сельскохозяйственной организации с целью недопущения банкротства;
- оценивать финансовое состояние сельскохозяйственной организации с точки зрения инвестирования финансовых средств в развитие сельскохозяйственного производства.

Рекомендуемая методика экспресс-анализа адаптирована к специфике сельскохозяйственного производства и включает в себя 4 этапа:

- 1). Общую оценку финансово-экономического состояния.
- 2). Экспресс-анализ эффективности сельскохозяйственной организации.

3). Анализ инвестиционной привлекательности.

4). Экспресс-анализ налоговой нагрузки.

Рассмотрим детально каждый из этапов рекомендуемой методики.

**На первом этапе** проводится общая оценка финансово-экономического состояния. В экономической литературе выработаны различные методические подходы к классификации для коммерческих организаций в зависимости от их финансового состояния. В рекомендуемой методике сельскохозяйственные организации предлагается разделить на 5 групп с точки зрения их финансового состояния (Таблица 1).

При оценке финансово-экономического состояния можно использовать общепринятые, традиционные показатели: коэффициент обеспеченности собственными оборотными

средствами, коэффициент ликвидности и т.д. При данном экспресс-анализе основные показатели, которые рекомендуется использовать для определения принадлежности сельскохозяйственных организаций к той или иной группе, следующие:

- прибыль (П) (форма 2, стр. 140);

- коэффициент задолженности  $K=(KЗ-ДЗ)/В$ ,

где КЗ - кредиторская задолженность, включающая кредиты банка;

ДЗ - дебиторская задолженность;

В - выручка от реализации продукции, работ, услуг;

- интенсивность использования земли  $I=В/Р$ ,

где Р - площадь сельхозугодий;

- производительность труда  $ПТ=В/Ч$ ,

где Ч — среднегодовая численность работников.

Таблица 1. Оценка финансово-экономического состояния

Тип сельскохозяйственной организации в зависимости от их финансового состояния	Характеристика
1. <i>Финансово-благополучные сельскохозяйственные организации</i> , выполняющие свои финансовые обязательства и не имеющие долгов или способные погасить свои долги за счет прибыли и мобилизации дебиторской задолженности.	$П \geq 0$ ; $K < 0,5$ ; то есть это прибыльные предприятия, кредиторская задолженность которых не превышает 50% выручки от реализации;
2. <i>Временно неплатежеспособные сельскохозяйственные организации</i> , которые могут осуществлять текущие платежи. Их платежеспособность может быть восстановлена путем реструктуризации долгов, бизнеса совершенствования менеджмента.	$П \geq 0$ ; или $0,5 < K \leq 0,5$ ; то есть прибыльные предприятия, задолженность которых не превышает годовой выручки от реализации или убыточные предприятия с задолженностью менее 50% от выручки;
3. <i>Неплатежеспособные сельскохозяйственные организации</i> , в которых целесообразна смена собственника путем реорганизации или вкладов в уставный капитал. При реорганизации бывшие собственники хозяйства, возможно, потеряют контроль над предприятием, но все же сохраняют свое участие в нем.	$П > 0$ ; $1 < K \leq 2$ или $П < 0$ ; $0,5 < K < 1$ , то есть прибыльные хозяйства с задолженностью не более 200% к выручке или убыточные хозяйства, задолженность которых не превышает выручки;

Продолжение таблицы 1

<p>4. <i>Несостоятельные сельскохозяйственные организации</i>, землю и имущество которых целесообразно передать новым пользователям и собственникам, с последующей ликвидацией старого хозяйства и продажей остатков его имущества и вкладов в другие предприятия с целью погашения долгов. В результате такой процедуры бывшие собственники хозяйства лишаются своих вкладов в сельскохозяйственные предприятия.</p>	<p><math>\Pi &gt; 0</math>; <math>2 &lt; K \leq 4</math> или <math>\Pi &lt; 0</math>; <math>1 &lt; K &lt; 2</math>, то есть прибыльные предприятия с задолженностью не более 400% к выручке или убыточные, задолженность которых превышает выручку не более чем в 2 раза;</p>
<p>5. <i>Сельскохозяйственные организации с разваленной финансово-экономической системой</i>, высоким уровнем задолженности, отсутствием возможности урегулирования требований кредиторов. Эти хозяйства целесообразно объявить банкротами и передать их имущество новым пользователям и собственникам с применением судебных процедур.</p>	<p><math>\Pi \geq 0</math>; <math>K &gt; 4</math>, или <math>\Pi &lt; 0</math>; <math>K &gt; 2</math>; или <math>I &lt; 1</math> тыс. руб., или <math>\Pi T &lt; 1,5</math> тыс. руб., то есть в эту группу отнесены предприятия, которые фактически прекратили производство (выручка на 1 га сельхозгодий меньше 1 тыс. руб.), а также прибыльные хозяйства, которым суммы выручки за 4 года не хватит для погашения задолженности, или убыточные, задолженность которых превышает выручку более чем в 2 раза.</p>

На втором этапе проводится экспресс-анализ эффективности сельскохозяйственной организации, предполагающий расчет показателей рентабельности. В энциклопедическом словаре экономики и права дано определение рентабельности. Рентабельность (от

нем. *rentabel* — доходный) — это показатель экономической эффективности бизнеса, характеризующий соотношение дохода и затрат за определенный период времени. В таблице 2 представлены показатели и расчет рентабельности.

Таблица 2. Показатели, характеризующие рентабельность деятельности сельскохозяйственных организаций

Показатель рентабельности	Расчет показателя
Рентабельность собственного капитала	Отношение чистой прибыли к средней величине собственного капитала, нормальное значение: не менее 16%.
Рентабельность активов	Отношение чистой прибыли к средней стоимости активов, нормальное значение: 9% и более.
Прибыль на инвестированный капитал	Отношение прибыли до уплаты процентов и налогов к собственному капиталу и долгосрочным обязательствам.
Рентабельность производственных фондов	Отношение прибыли от продаж к средней стоимости основных средств и материально-производственных запасов.
Рентабельность продаж	Отношение чистой прибыли к выручке от реализации продукции, работ, услуг. Коэффициент показывает долю <u>прибыли</u> в каждом заработанном рубле.

Рентабельность сельскохозяйственного производства	Отношение прибыли от реализации к сумме затрат на производство и реализацию продукции. Коэффициент показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции.
---	--

Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты финансово-хозяйственной деятельности, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности организации как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

**На третьем этапе** по данным бухгалтерской отчетности проводится анализ инвестиционной привлекательности. Изучаются изменения состава и структуры активов и источников их формирования баланса, выявляются тенденции, накопление которых может привести к неудовлетворительной структуре баланса (например, увеличение доли длительно не погашаемой дебиторской задолженности, уменьшение прибыли, направляемой на прирост собственного капитала и др.).

По данным приложения к годовому отчету выявляются статьи, наличие которых свидетельствует о неудовлетворительной работе организации и плохом финансовом состоянии. К таким статьям относятся, например, кредиты, не погашенные в срок, просроченная дебиторская и кредиторская задолженность. Анализируя баланс сельскохозяйственной организации, необходимо обратить внимание на следующие вопросы: Превышают ли активы обязательства? Как меняется структура активов и обязательств? Каков удельный вес основных средств, запасов, расчетов с дебиторами? Какова доля быстрореа-

лизуемых активов? Происходит рост или сокращение производственных запасов, могут ли они выступать в качестве залога? Как продается сельскохозяйственная продукция? Какова динамика дебиторской и кредиторской задолженности? Каковы источники собственных средств заемщика и направления их использования? Как распределяется прибыль?

При рассмотрении отчета о прибылях и убытках сельскохозяйственной организации выявляется следующая информация: Растут или падают доходы организации? Как ведет себя динамика себестоимости сельскохозяйственной продукции, расходы на содержание административного аппарата? Каковы были условия кредитования в отчетном периоде? Растет или нет чистая прибыль после уплаты налогов?

Основным элементом анализа актива баланса является группировка активов в зависимости от их ликвидности. Ликвидность отдельных групп активов характеризуется периодом, который необходим для обращения стоимости данного вида активов снова в денежную форму в процессе текущей деятельности. Чем меньше этот период, тем более ликвиден актив. В таблице 3 представлена группировка актива баланса в зависимости от степени ликвидности. В зависимости от степени ликвидности, то есть от скорости превращения в деньги, активы любого предприятия разделяются на группы А1, А2, А3, А4.

Таблица 3. Группировка активов баланса в зависимости от степени ликвидности

Показатель	Описание
A <sub>1</sub> стр. 250+260	Наиболее ликвидные активы. К ним относятся денежные средства и краткосрочные финансовые вложения.
A <sub>2</sub> стр. 240+ 270	Быстрореализуемые активы. Они включают дебиторскую задолженность (до 12 месяцев) и прочие активы.
A <sub>3</sub> стр. (210 – 216)+ 140+145+220	Медленнореализуемые активы. В этот показатель входят статьи "Запасы", за исключением строки "Расходы будущих периодов", а также статьи "Долгосрочные финансовые вложения", "Отложенные налоговые активы" и НДС.
A <sub>4</sub> стр. 120+110+ 130+230+150	Труднореализуемые активы. Под ними подразумеваются: "Основные средства", "Нематериальные активы", "Незавершенное строительство", "Дебиторская задолженность" (свыше 12 месяцев) "Прочие внеоборотные активы"..

Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты на П<sub>1</sub>, П<sub>2</sub>, П<sub>3</sub>, П<sub>4</sub> (табл.4)

Таблица 4. Группировка пассивов баланса по степени срочности их оплаты

Показатель	Описание
П <sub>1</sub> стр.620+630+660	Наиболее срочные пассивы. К ним относится кредиторская задолженность, задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов и прочие пассивы.
П <sub>2</sub> стр.610+650	Краткосрочные пассивы. Они охватывают краткосрочные займы и кредиты, также резервы предстоящих расходов.
П <sub>3</sub> стр.590	Долгосрочные пассивы. Они включают долгосрочные займы и кредиты.
П <sub>4</sub> стр. 490-216+640	Постоянные пассивы. К ним относятся статьи раздела 3 пассива "Капитал и резервы", за исключением строки "Расходы будущих периодов", также "Доходы будущих периодов".

Актив	Сравнение	Пассив
A <sub>1</sub>	≥	П <sub>1</sub>
A <sub>2</sub>	≥	П <sub>2</sub>
A <sub>3</sub>	≥	П <sub>3</sub>
A <sub>4</sub>	≤	П <sub>4</sub>

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс считается абсолютно ликвидным, если:

Поскольку различные виды оборотных средств обладают различной степенью ликвидности, рассчитывают несколько коэффициентов ликвидности (общий показатель платежеспособно-

сти, коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент «критической» оценки, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент маневренности функционирующего капитала, долю оборотных средств в активах, коэффициент обеспеченности собственными средствами).

В ходе анализа показателей пассива баланса важным является соотно-

шение величин собственного и заемного капитала. Следует обратить внимание на то, что в экономическом анализе при оценке ликвидности используются пороговые показатели, которые должны быть уточнены с учетом специфики сельскохозяйственного производства. Так, коэффициент текущей ликвидности для промышленных организаций считается нормальным, если он равен 2, для сельскохозяйственных организаций, где преимущественно сезонный характер работ, он может быть уменьшен.

**На четвертом этапе** проводится экспресс-анализ налоговой нагрузки. Система налогообложения в соответствии с действующим налоговым кодексом во многом не учитывает специфики сельского хозяйства. Зависимость от природно-климатических условий, плодородия почв, сезонности производства и ряда других особенностей требует индивидуального, взвешенного подхода к системе налогообложения сельскохозяйственных товаропроизводителей.

На всем протяжении периода реформирования экономики государство пыталось создать для сельскохозяйственных товаропроизводителей механизм налогообложения, максимально учитывающий особенности их производства. В результате было принято решение о переводе их на единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), воплотившееся в главе 26.1 НК РФ, принятой Федеральным законом от 29 декабря 2001 г. N 187-ФЗ. Объектом налогообложения являются «доходы – расходы», налоговым периодом – календарный год, ставка – 6 %.

Поэтому на сегодня для сельскохозяйственных товаропроизводителей действуют два режима налогообложения: общий режим налогообложения и специальный режим налогообложения (ЕСХН). Однако при переходе на ЕСХН многие сельхозпроизводители возвращаются на общий режим налогообложения, в связи с тем что невыгодным является возмещение НДС с бюджета. Таким образом, финансово устойчивым организациям, соблюдающим расчетно-платежную дисциплину, получающим возмещение из бюджета НДС и имеющим прибыль от хозяйственной деятельности, переход на уплату ЕСХН не дает значительной экономии по налогам в сравнении с общим режимом налогообложения. Поэтому очень важно для сельскохозяйственных организаций провести экспресс-анализ налоговой нагрузки. Содержание и основная целевая установка анализа налоговых платежей – оценка и выявление возможностей повышения эффективности функционирования хозяйствующего субъекта с помощью рациональной налоговой политики.

В связи с тем что основной доход сельскохозяйственной организации – выручка от реализации продукции, работ, услуг, необходимо рассмотреть отношение налоговых платежей к выручке.

Для сельскохозяйственных организаций, применяющих общий режим налогообложения или специальный режим налогообложения (ЕСХН), целесообразно использовать следующие коэффициенты (табл. 5).

Таблица 5. Рекомендуемые для использования показатели расчета налоговой нагрузки

Показатель	Расчет показателя
Коэффициент налоговой нагрузки, или коэффициент экономии, %	Отношение начисленных налогов и сборов к выручке от реализации продукции, работ, услуг, умноженное на 100%.
Общий коэффициент эффективности налогообложения	Отношение чистой прибыли к общей сумме налоговых платежей
Коэффициент налогообложения доходов	Отношение совокупных налогов к выручке от реализации продукции, работ, услуг
Коэффициент налогообложения затрат	Отношение налогов, относимых на затраты, к совокупным затратам

По результатам данной методики можно определить налоговое бремя сельскохозяйственной организации, то есть часть налоговой нагрузки, при которой деятельность организации перестает быть эффективной.

Методика экспресс-анализа основана на расчете абсолютных и относительных показателей и динамики их изменения, характеризующих различные аспекты деятельности сельскохозяйственной организации за анализируемый период, их имущественное и финансовое положение. На основе интерпретации полученных данных готовится заключение о финансово-экономическом положении сельскохозяйственных организаций с учетом их специфики производства и технологий, в котором дается характеристика доходности (рентабельности) деятельности; структуры капитала, характеризующей финансовую устойчивость; ликвидности баланса, характеризующей рискованность вложений и возможность банкротства; анализ налоговой нагрузки; показателей оборачиваемости активов и собственного капитала, характеризующих уровень деловой активности организации; структуры выручки и затрат, а также вероятных тенденций изменений данных показателей.

Таким образом, отличительной особенностью рекомендуемой методики экспресс-анализа является ее адаптация к специфике сельскохозяйственного

производства. В каждой конкретной ситуации аналитик может осуществлять выбор тех или иных показателей, используемых в ходе экспресс-анализа.

#### Библиографический список

1. Ендовицкий Д.А. Экономический анализ активов организации: учебник. – М. – Эксмо, 2009 – 608 с.
2. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 432 с.
3. Маркин Ю.П. Экономический анализ: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» и другим эконом. специальностям/Ю.П. Маркин. – 2-е изд. – М.: Издательство «Омега-Л», 2010. – 450 с.
4. Мельник М.В. Экономический анализ в аудите – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 543 с.
5. Оценка ликвидности и платежеспособности [Электронный ресурс] // cis.ru. – Режим доступа: [http://www.cis2000.ru/1/40\\_1\\_1.shtml](http://www.cis2000.ru/1/40_1_1.shtml).
6. Савицкая Г.В. Анализ производственно-финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий: Учебник.- 3-е изд., доп. И перераб. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 368 с.

**Bibliographic list**

1. Endovitsky DA Economic analysis of the organization's assets: a textbook. - M. - Penguin Books, 2009 - 608 pp.
2. Kovalev VV Financial Analysis: Money Management. The choice of investments. Analysis reporting. - Moscow: Finance and Statistics, 1996. - 432 pp.
3. Markin, JP Economic analysis: Proc. Allowance for students enrolled in Economics "and other economy. Specialties / YU.P. Markin. - 2-e izd.-M.: Publishing "Omega-L", 2010. - 450 pp.
4. Melnik MV Economic analysis in the audit - Moscow: UNITY-DANA, 2007. - 543 pp.
5. Assessment of liquidity and solvency [electronic resource] / / cis.ru. - Mode of access: [http://www.cis2000.ru/1/40\\_1\\_1.shtml](http://www.cis2000.ru/1/40_1_1.shtml).
6. Savitskaya GV Analysis of production and financial activities of agricultural enterprises: Textbook .- 3rd ed., Ext. And processed. - M.: INFRA-M 2,010. - 368 pp.

*П. В. Колесник*

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ  
МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ  
(МСФО) В РОССИИ**

**Аннотация**

В статье предлагается вариант создания инфраструктуры применения в России международных стандартов финансовой отчетности путем принятия Федерального закона «О консолидированной финансовой отчетности», а также внесения изменений в проект и принятие новой редакции закона «О бухгалтерском учете». Рассматриваемый вариант внедрения МСФО в правовое поле РФ дает организациям возможность выбора между российскими и международными стандартами учета.

**Annotation**

This article offers the option to create the introduction infrastructure of IFRS in Russia through the adoption of the Federal Law "On the Consolidated Financial Statements", as well as amendments made to and adoption of the new draft law "On Accounting". The presented version of IFRS introduction in the legal field of Russian Federation enables entities to choose between Russia's and international accounting standards.

**Ключевые слова**

Международные стандарты финансовой отчетности, реформирование, инфраструктура применения, система регулирования бухгалтерского учета, трансформационные издержки, поправки, официальный перевод, альтернативное применение стандартов, проект закона «О бухгалтерском учете».

**Key words**

International financial reporting standards, reforming, application infrastructure, the regulatory system of accounting, restatement costs, amendment, official translation, use of alternative standards, the draft law "On Accounting".

Современная ситуация в российской экономике характеризуется все большей потребностью предприятий в

инвестиционных ресурсах. Кроме того, формируется институт инвесторов, основная потребность которых – получение



ние достоверной информации об организациях с целью выбора объекта инвестирования и контроля его состояния. Зарубежные инвесторы, которые готовы к вложению капитала на территории России, испытывают аналогичные информационные потребности. Названные обстоятельства определяют необходимость реформирования российского бухгалтерского учета и постепенного внедрения в нашей стране Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

К настоящему моменту в рамках реализации Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с МСФО, а также Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу (далее Концепция) на основе МСФО разработан и действует комплект Положений по бухгалтерскому учету. Следует отметить, что по большинству направлений учета соответствие между национальными и международными стандартами достигнуто. Вместе с тем сохраняются различия в требованиях российских и международных стандартов в отношении многих объектов учета, что не позволяет сделать вывод о полном соответствии отечественных Положений МСФО.

Непосредственное использование МСФО в России связано с определенными трудностями, обозначенными в Концепции еще в 2004 году:

- отсутствием официального статуса бухгалтерской отчетности, составляемой по МСФО, а также необходимой инфраструктуры применения МСФО;
- неоправданно высокими затратами хозяйствующих субъектов на подготовку консолидированной финансовой отчетности по МСФО путем трансформации бухгалтерской отчетности, подготовленной по российским правилам. [1]

В связи с этим, на наш взгляд, решений теоретического и практического характера требуют проблемы выбора варианта нормативной базы использования международных стандартов в РФ, а также параллельного применения национальных и международных стандартов.

На сегодняшний день существует множество вариантов нормативной базы использования международных стандартов в РФ. Например, авторы аналитического доклада «Влияние внедрения международных стандартов финансовой отчетности в Российской Федерации на смежные области государственного регулирования» предлагают 12 вариантов, которые представлены в блок-схеме на рисунке 1.1.

В качестве оптимального варианта авторы доклада рассматривают национальные стандарты, содержащие дополнительные требования к отчетности, не встречающиеся в МСФО, но при этом не противоречащие ни одному из требований МСФО. Дополнительные требования предлагается внести с целью удовлетворения информационных потребностей смежных сфер государственного регулирования (прежде всего статистики).

Несомненно, данный вариант позволит построить национальную систему стандартов финансовой отчетности, выполняя которые, организация составит отчетность, соответствующую требованиям МСФО. Только этот вариант, не в ущерб качеству МСФО, позволяет реализовать дополнительные потребности смежных сфер государственного регулирования, не реализованные в МСФО, прямо в тексте самих стандартов. В других вариантах эти требования придется реализовывать только через отдельные нормативные акты вне системы регулирования бухгалтерского учета.

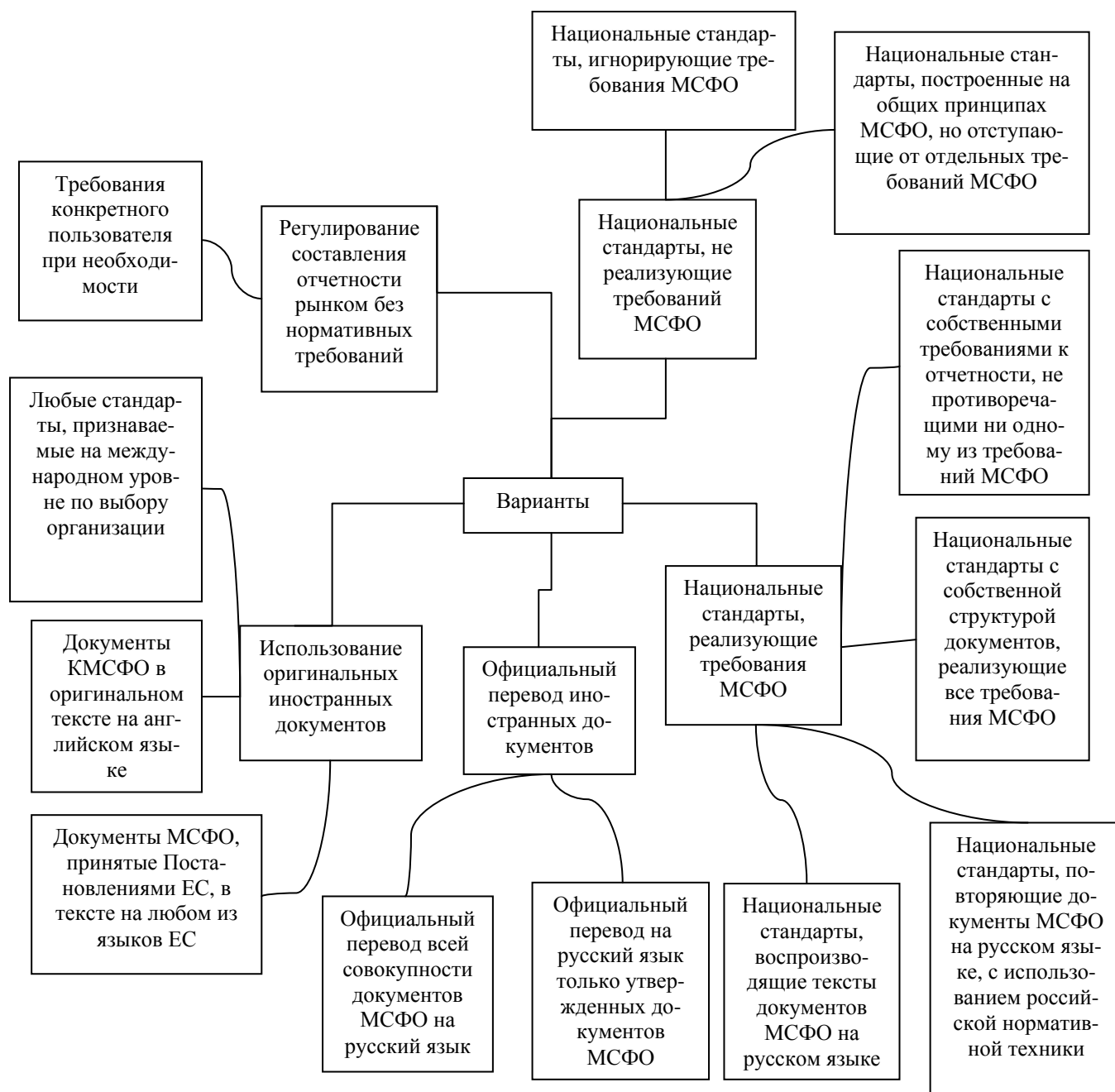


Рис. 1.1 Варианты нормативной базы для реализации требований МСФО в РФ [9]

Однако, по нашему мнению, авторы не учли еще один существенный недостаток рассматриваемого варианта: значительную сложность его практической реализации. Создание описанных выше стандартов потребует внесения изменений в систему регулирования

официального статистического учета, а также существенной доработки содержания МСФО. Скорее всего, разработка таких стандартов будет очень длительной и трудоемкой. Кроме того, Совет по МСФО постоянно дорабатывает уже существующие и принимает новые

стандарты и интерпретации. Следовательно, российские стандарты неминуемо будут содержать устаревший текст, и отчетность, составленная по ним, полностью соответствовать требованиям МСФО не будет.

На наш взгляд, предпочтение следует отдать опубликованным на русском языке МСФО и разъяснениям МСФО, принятым Фондом Комитета по Международным стандартам финансовой отчетности. В целях применения на территории РФ международные стандарты и разъяснения должны быть признаны в порядке, установленном Правительством Российской Федерации с учетом требований законодательства Российской Федерации. Данный вариант изложен в проекте закона «О консолидированной финансовой отчетности», который в настоящий момент принят Государственной Думой во втором чтении.[4]

В результате применения рассматриваемого варианта будет достигнуто соответствие консолидированной финансовой отчетности российских организаций наиболее распространённым и признанным в мире требованиям. Указанная отчетность будет построена на основе наиболее универсальной методики. Признанные в установленном порядке международные стандарты станут официально признанным источником правовых норм на русском языке. Наша страна фактически войдет в европейскую систему нормативного регулирования бухгалтерского учета.

Вместе с тем процесс признания характеризуется риском отставания системы стандартов и интерпретаций, принятых в РФ, от стандартов и интерпретаций, принятых Советом по МСФО. При внесении Советом по МСФО поправок в имеющиеся стандарты, принятии новых стандартов, отмене старых соответствующие изменения должны оперативно вноситься в российский текст. Внесение изменений должно

происходить в том же порядке, что и признание.

Слабой стороной предлагаемого решения является необходимость принятия всех стандартов и интерпретаций единовременно. Это, безусловно, требует от российского бухгалтера определенной переподготовки, повышения квалификации и получения дополнительного образования. Как известно, МСФО 1 «Представление финансовой отчетности» требует полного соответствия финансовой отчетности всем требованиям международных стандартов. По нашему мнению, в этом и состоит смысл внедрения МСФО в России.

Таким образом, реализация рассматриваемого варианта нормативной базы позволит принять самостоятельный нормативный документ, который позволит легализовать МСФО на территории Российской Федерации.

Однако законопроект «О консолидированной финансовой отчетности» не распространяет возможность применения международных стандартов на индивидуальную отчетность. Следовательно, для того чтобы подготовить консолидированную отчетность по МСФО, потребуется трансформировать отдельную отчетность всех организаций, входящих в группу. Поэтому в случае принятия данного закона хозяйствующие субъекты будут продолжать нести высокие трансформационные издержки и проблема параллельного применения национальных и международных стандартов останется неразрешенной. Вместе с тем, как верно отмечает Л. З. Шнейдман, полный переход на МСФО будет означать отказ от сложившейся национальной системы бухгалтерской отчетности, что не входит в ближайшую перспективу экономического развития России.

По нашему мнению, проблему можно решить путем предоставления организациям возможности выбора между национальными или утвержденными

ми в установленном порядке международными стандартами. Как известно, сейчас ведется работа над новой редакцией закона «О бухгалтерском учете», которая должна будет заменить ныне действующий одноименный нормативно-правовой акт от 21 ноября 1996 года № 129-ФЗ. Мы считаем целесообразным внести в нее ряд поправок.

Во-первых, в список документов, регулирующих бухгалтерский учет на территории Российской Федерации, следует включить международные стандарты, признанные в порядке, установленном Правительством Российской Федерации. Во-вторых, экономическим субъектам необходимо предоставить возможность формировать учетную политику, а также избирать способы ведения бухгалтерского учета в отношении конкретных объектов, руководствуясь либо национальными и отраслевыми стандартами, либо утвержденными в установленном порядке международными стандартами. При этом экономическому субъекту должно быть запрещено применять российские и международные стандарты одновременно. С нашей точки зрения, предложенные поправки позволят снять с организаций бремя ведения двойного учета и составления финансовой отчетности по разным правилам, а также закрепить вхождение МСФО в правовое поле России.

Таким образом, по нашему мнению, принятие закона «О консолидированной финансовой отчетности», внесение предложенных изменений и принятие новой редакции закона «О бухгалтерском учете», а также признание в установленном порядке и опубликование на русском языке МСФО и разъяснений МСФО позволит создать необходимую инфраструктуру применения международных стандартов, не отказавшись при этом от национальной системы регулирования бухгалтерского учета.

Вместе с тем положение, которое существует в настоящий момент, созда-

ет предпосылки для дальнейшей теоретической и практической разработки сформировавшихся в нашей стране методов составления отчетности по МСФО. На наш взгляд, это, прежде всего, относится к методу трансформации, который является наиболее распространенным в России.

#### **Библиографический список**

1. Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу (одобрена приказом министра финансов Российской Федерации от 1 июля 2004 г. № 180)
2. Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 6 марта 1998 г. № 283)
3. Федеральный закон «О бухгалтерском учёте» от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ
4. Проект Федерального закона «О консолидированной финансовой отчетности»
5. Проект Федерального закона «О бухгалтерском учете»
6. Методические рекомендации по составлению и представлению сводной бухгалтерской отчетности (утверждены приказом Минфина России от 30.12.1996 № 112)
7. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 10 июня 2002 г. N КГ-А40/3481-02
8. Вахрушина М. А., Мельникова Л. А. Международные стандарты финансовой отчетности. – М.: Омега-Л, 2009
9. «Влияние внедрения международных стандартов финансовой отчетности в Российской Федерации на смежные области государственного регулирования» НСФО аналитический доклад, 2005
10. Айдар Кожахметов МСФО: светлое ли будущее? // Главбух. – 2004. - №17

11.T. Tsakumis, David R. Campbell Sr., Tymothy S. Douplik IFRS: Beyond the Standards // Journal of Accountancy. - February 2009

#### **Bibliographic list**

- 1.The Concept of development of accounting and reporting in Russia for the medium term (approved by order of the minister of Finance of Russia on July 1, 2004 № 180
2. Program of Accounting Reform in accordance with International Financial Reporting Standards (approved by RF Government Resolution dated March 6, 1998 № 283)
- 3.Federal Law "On Accounting" dated November 21, 1996 № 129 FZ
- 4.Draft Federal Law "On the Consolidated Financial Statements"
- 5.Draft Federal Law "On Accounting"

6.Methodical recommendations for the compilation and presentation of consolidated financial statements (approved by order of the Ministry of Finance of Russia from 30.12.1996 № 112)

7.The Federal Arbitration Court of Moscow District resolution dated June 10, 2002 N KG-A40/3481-02

8.Vakhrushina M. A., Melnikova L. A. International Financial Reporting Standards. - M.: Omega-L, 2009

9.The effect of International Financial Reporting Standards implementation in the related areas of state regulation" FRRB analytical report, 2005

10.Aidar Kozhakhmetov IFRS: is the future clear? // Glavbukh. - 2004. - № 17

11.T. Tsakumis, David R. Campbell Sr., Tymothy S. Douplik IFRS: Beyond the Standards // Journal of Accountancy. - February 2009

*Е.В. Терникова*

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПО ДОГОВОРУ ДОВЕРИТЕЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИМУЩЕСТВОМ В УСЛОВИЯХ БАНКРОТСТВА**

#### **Аннотация**

Статья посвящена актуальной проблеме учета операций, связанных с осуществлением договора доверительного управления имуществом в условиях банкротства.

В статье рассматриваются особенности организации бухгалтерского учета в процедурах банкротства при антикризисном управлении и предлагаются пути его совершенствования; приводятся субсчета для отражения хозяйственных операций у арбитражного управляющего, связанных с процедурами банкротства в условиях неопределенности и риска; рассматривается методика учета при передаче в антикризисное управление арбитражному управляющему имущества и обязательств.

#### **Annotation**

The article is devoted to the topical problem of recording operations related to trust management contract under the conditions of bankruptcy.

Specific features of accounting system for bankruptcy proceedings under crisis management are considered and ways of crisis management improvement are suggested in the article. The author describes the sub-accounts meant for a court-appointed manager to record business operations related to bankruptcy proceedings under the conditions of uncertainty and risk; considers accounting methods of assets and liabilities transfer to a court-appointed manager.

### Ключевые слова

Бухгалтерский учет операций, связанный с процедурами банкротства, антикризисное управление, доверительное управление.

### Key words

Accounting procedure related to bankruptcy proceedings, crisis management, trust management.

Ведение процедур банкротства при антикризисном управлении является чрезвычайной для организации ситуацией. Детальное изучение и анализ особенностей деятельности коммерческих организаций, в отношении которых проводятся процедуры банкротства, позволили выявить ряд организационных особенностей и определить их влияние на организацию бухгалтерского учета несостоятельного хозяйствующего субъекта и арбитражного управляющего в условиях риска и неопределенности.

На стадии финансового оздоровления, при антикризисном управлении, важно, чтобы арбитражный управляющий мог оперативно управлять имуществом и активами предприятия-банкрота. Достичь это, по нашему мнению, будет возможно только в том случае, если до введения процедуры финансового оздоровления активы и обязательства предприятия-банкрота будут переданы по договору доверительного управления арбитражному управляющему.

Различные проблемы учета доверительного управления имуществом рассматривались в трудах, таких ученых как: Лабынцев Н.Т., Ткач В.И., Богатая И.Н, Хахонова Н.Н., Бакаев А.С. и др., и в то же время многие вопросы учета доверительного управления имуществом остаются не - исследованными. К числу таких проблем относятся вопросы учета операций, связанных с осуществлением договора доверительного управления имуществом в условиях банкротства.

В ходе исследования стало очевидным, что хозяйственные операции несостоятельного должника в условиях неопределенности и риска требуют осо-

бого контроля с целью оценки их эффективности.

Процесс разработки и реализации стратегии финансового оздоровления при антикризисном управлении связан с некоторыми трудностями, основные из которых сводятся к следующему:

1. Применение новых способов достижения выживаемости на рынке может вызвать увеличение затрат, связанных с освоением новой продукции, не учтенной ранее в экономической стратегии.

2. Недостаточно глубокий анализ внешней и внутренней среды предприятия в условиях неопределенности и риска может усилить негативные последствия неверных стратегических решений.

3. Отсутствие у внешнего управляющего при антикризисном управлении возможности оперативного управления активами предприятия-банкрота.

Преодоление указанных трудностей возможно в условиях антикризисного управления, осуществляемого в условиях неопределенности и риска на основе использования договора доверительного управления имуществом, заключаемого между предприятием-банкротом и внешним управляющим.

Бухгалтерский учет как система, изначально обобщающая информацию об обязательствах предприятия-должника, выступает исходной информационной базой для работы арбитражного управляющего при антикризисном управлении. В соответствии с требованиями, установленными Законом о бан-

кротстве, временный управляющий обязан уведомить всех известных ему кредиторов предприятия-должника о принятии арбитражным судом к производству заявления о признании предприятия-должника несостоятельным (банкротом). Сведения о кредиторах предприятия (их наименовании, месте нахождения, сумме задолженности предприятия перед ними и др.) содержатся в регистрах аналитического учета предприятия-должника. Достоверность исходных учетных сведений в данном случае, безусловно, определяет эффективность всей последующей работы арбитражного управляющего, что подтверждает особое значение бухгалтерского учета предприятия как первичной системы информационного обеспечения антикризисного управления.

В условиях конкурсного производства усиливается значение бухгалтерского учета, контроля и анализа имущества и обязательств должника, производимых им хозяйственных операций во всех процедурах банкротства.

Существующий бухгалтерский учет в несостоятельных организациях не в полной мере отвечает современным требованиям антикризисного управления и внутреннего контроля и не позволяет формировать полную и достоверную информацию об ее деятельности. Применяемая несостоятельными организациями методика учета не позволяет определить, к какой процедуре банкротства относятся те или иные доходы и расходы, с тем чтобы достоверно оценить эффект от ее введения. Вместе с тем достоверность исчисления результата от процедуры банкротства при антикризисном управлении может быть достигнута только при ведении отдельного учета по процедурам банкротства.

В связи с этим нами предлагается отражение в бухгалтерском учете имущества, включенного в конкурсную массу на отдельном балансе у арбитражного управляющего.

*Таблица 1. Рекомендуемая система синтетических и аналитических счетов для отражения хозяйственных операций у арбитражного управляющего, связанных с процедурами банкротства в условиях неопределенности и риска*

Синтетический счет	Субсчет 1-го порядка	Субсчет 2-го порядка	Субсчет 3-го порядка
17 "Имущество конкурсного производства"	1. Внеоборотные активы. 2. Оборотные активы.	Основные средства Нематериальные активы	По видам основных средств По видам нематериальных активов
79 «Внутрихозяйственные расчеты»	Расчеты по договору доверительного управления имуществом	Субсчета в соответствии с Рабочим планом счетом, применяемым до введения процедур банкротства	Субсчета в соответствии с Рабочим планом - счетом, применяемым до введения процедур банкротства

## Продолжение таблицы 1

90 «Продажи»	Выручка	Доходы, связанные с процедурами банкротства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Доход по результатам оценки имущества;</li> <li>- Доход от санационных и реорганизационных процедур;</li> </ul>
91 «Прочие доходы и расходы»	Прочие доходы	Доходы, не связанные с процедурами банкротства	Субсчета в соответствии с Рабочим планом счетов, применяемым до введения процедур банкротства
	Прочие расходы	Расходы, не связанные с процедурами банкротства	Субсчета в соответствии с Рабочим планом счетов, применяемым до введения процедур банкротства
		Расходы, связанные с процедурами банкротства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Судебные расходы;</li> <li>- расходы по результатам оценки имущества;</li> <li>- прочие расходы на процедуры банкротства</li> </ul>
20, 23, 26, 29	Затраты на производство	Расходы, связанные с процедурами банкротства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вознаграждение арбитражного управляющего;</li> <li>- Расходы, связанные с санационными и реорганизационными процедурами;</li> </ul>
76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»	76-5 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»	1. Расчеты, не связанные с процедурами банкротства	Субсчета в соответствии с Рабочим планом счетов, применяемым до введения процедур банкротства
		2. Расчеты, связанные с процедурами банкротства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- расчеты с кредиторами 1-й очереди;</li> <li>- расчеты с кредиторами 2-й очереди;</li> <li>- расчеты с кредиторами 3-й очереди;</li> <li>- незаявленные требования;</li> <li>- требования, заявленные после закрытия реестра требований кредиторов;</li> <li>- текущие платежи</li> </ul>



Все имущество должника, указанное в балансе либо в заменяющих его бухгалтерских документах, образует основу для формирования конкурсной массы, предназначенной для удовлетворения интересов кредиторов.

После завершения формирования состава конкурсной массы необходимо определить ее начальную цену. Начальная цена определяется на основе данных оценки стоимости имущества организации. Оценка имущества осуществляется на основе данных его полной инвентаризации.

В процессе инвентаризации имущества и обязательств, проводимой в организации, определяется общая сумма обязательств организации, а также обязательства перед каждым кредитором в отдельности. После оценки имущества и обязательств должника они передаются в антикризисное управление арбитражному управляющему.

При этом предлагается использовать следующие записи:

1. Передача имущества:

Дебет счета 17 «Имущество конкурсного производства»

Кредит счета 79-3-1 «Внутрихозяйственные расчеты» (АУ)

2. Оприходование по остаточной стоимости:

- основных средств:

Дебет счета 01 «Основные средства»

Кредит счета 17 «Имущество конкурсного производства»;

- нематериальных активов:

Дебет счета 04 «Нематериальные активы»

Кредит счета 17 «Имущество конкурсного производства»;

- готовой продукции:

Дебет счета 43 «Готовая продукция»

Кредит счета 17 «Имущество конкурсного производства»

3. Передача обязательств:

Дебет счета 79-3-1 «Внутрихозяйственные расчеты» (АУ)

Кредит счета 76-5 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Следующий этап – реализация имущества и погашение обязательств.

Реализация конкурсной массы не относится к обычному виду деятельности и должна рассматриваться как прочая реализация. Но с другой стороны, если в состав конкурсной массы входит готовая продукция и товары, их реализация должна рассматриваться в качестве обычных продаж с отражением операций на счете 90 «Продажи».

Реализация конкурсной массы отражается в учете соответствующими проводками.

1. При реализации готовой продукции и товаров:

Дебет счета 79-3-1

Кредит счета 90 субсчет 1 – отражается выручка от реализации готовой продукции и товаров, входящих в состав конкурсной массы.

Дебет счета 90 субсчет 3

Кредит счета 68 – отражается начисление НДС.

Дебет счета 26

Кредит счета 76- отражается вознаграждение, причитающееся арбитражному управляющему (обособленный учет на отдельном балансе)

Дебет счета 76

Кредит счета 90/1- отражается вознаграждение, причитающееся арбитражному управляющему (учет на собственном балансе)

Дебет счета 19

Кредит счета 76- отражена сумма НДС с вознаграждения (обособленный учет на отдельном балансе)

Дебет счета 90/3  
Кредит счета 76- отражена сумма НДС с вознаграждения (учет на собственном балансе)

Дебет счета 90/2  
Кредит счета 26- общехозяйственные расходы включены в себестоимость продаж

Дебет счета 90 субсчет 9 (99)  
Кредит счета 99 (90/9) – отражается прибыль (убыток) от реализации.

2. При реализации внеоборотных активов:

Дебет счета 79-3-1  
Кредит счета 91 субсчет 1 – отражается продажная стоимость внеоборотных активов.

Дебет счета 91 субсчет 3  
Кредит счета 68 – отражается начисление НДС.

Дебет счета 91 субсчет 2  
Кредит счета 01 – отражается списание остаточной стоимости основных средств, нематериальных активов, учетной стоимости материалов.

Дебет счета 91/9 (99)  
Кредит 99 (91/9) – отражается прибыль (убыток) от реализации.

3. При поступлении денег от покупателей:

Дебет счета 55-ДУ  
Кредит счета 79-3 – отражается поступление денежных средств от покупателей.

В ходе конкурсного производства у организации-должника возникают текущие расходы (включая судебные издержки, расходы по государственной пошлине, уплата которой была отсрочена или рассрочена, вознаграждение конкурсному управляющему), которые относятся на имущество должника и возмещаются за счет этого имущества вне очереди.

Начисление текущих расходов разумно отражать следующим образом:

Дебет счета 79-3  
Кредит счета 60, 68, 69, 70, 73, 76 – отражается начисление текущих расходов.

Оплата текущих расходов в бухгалтерском учете отражается в общепринятом порядке:

Дебет счета 60, 68, 69, 70, 73, 76  
Кредит счета 55-ДУ – отражается уплата текущих расходов, возникших в процессе конкурсного производства.

В данной статье были разработаны и обоснованы мероприятия по улучшению методологии, основных методических подходов к организации системы бухгалтерского учета результатов деятельности при доверительном управлении имуществом различных коммерческих организаций в кризисных экономических условиях.

Разработана и апробирована методика ведения бухгалтерского учета при доверительном управлении имуществом коммерческих организаций при антикризисном управлении с использованием системы синтетических и аналитических счетов. В частности, предложено ввести специальный счет 17 «Имущество конкурсного производства» для учета конкурсной массы в целях повышения информационной прозрачности и совершенствования организации бухгалтерского учета операций, связанных с осуществлением договора доверительного управления имуществом в условиях банкротства.

Таким образом, в кризисной ситуации одним из инструментариев антикризисного управления является институт доверительного управления имуществом.

Таблица 2. Учет операций, связанных с осуществлением договора доверительного управления имуществом в учете у арбитражного управляющего

№ п/п	Содержание операции	Обособленный учет на отдельном балансе		На собственном балансе	
		Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
А	Передача имущества и обязательств в антикризисное управление арбитражному управляющему:				
1	Принято имущество должника	17	79/3		
2	Оприходованы по оценочной стоимости: - основные средства - нематериальные активы - готовая продукция и др.	01 04 43	17 17 17		
3	Приняты обязательства	79/3	76/5		
Б	Реализация конкурсной массы:				
1	Реализация готовой продукции:				
1.1	Отражена выручка от реализации готовой продукции, входящих в состав конкурсной массы	79/3-1	90/1		
1.2	Начислен НДС от реализации	90/3	68		
1.3	Отражено вознаграждение, причитающееся арбитражному управляющему	26	76	76	90/1
1.4	Отражена сумма НДС с вознаграждения	19	76	90/3	76-НДС
1.5	Общехозяйственные расходы включены в себестоимость продаж	90/2	26		
1.7	Отражена прибыль (убыток) от реализации	90/9 (99)	99 (90/9)		
2	Реализация внеоборотных активов:				
2.1	Отражена продажная стоимость внеоборотных активов	79/3-1	91/1		
2.2	Начислен НДС от реализации	91/3	68		
2.3	Отражено списание остаточной стоимости внеоборотных активов	91/2	01		
2.4	Отражена прибыль (убыток) от реализации	91(99)	99 (91)		
3	Получена оплата за реализованную готовую продукцию, внеоборотные активы	55-ДУ	79/3		
4	Перечислено и получено вознаграждение на счет арбитражного управляющего	76	55-ДУ	51	76
5	Сумма НДС от суммы вознаграждения арбитражному управляющему предъявлена к вычету	68	19	76	68
6	Перечислен НДС в бюджет	68	55-ДУ	68	51
7	Перечислено в погашение задолженности перед кредиторами	76/5	55-ДУ		
8	Отражен возврат: - основных средств - нематериальных активов - готовой продукции и др.	17 17 17	01 04 43		
9	Возврат имущества должника	79	17		

#### Библиографический список

1.Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ. Принят Государственной Думой 22.12.95 г., (ред. от 09.04.2009)  
2.Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)", (ред. от 19.07.2009 г.)

3.Приказ Минфина от 06.05.1999 №32н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации «ПБУ 9/99», (ред. от 27.11.2006)  
4.Приказ Минфина от 06.05.1999 №33н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации ПБУ 10/99» (ред. от 27.11.2006)

5. Указания об отражении в бухгалтерском учете организаций операций, связанных с осуществлением договора доверительного управления имуществом, утв. приказом Минфина РФ от 28 ноября 2001 г. № 97н (с изменениями от 15 августа 2006 г. № 106н).

6. И.Н. Богатая, Н.Н. Хахонова. -4-е изд., перераб. и доп. -Ростов н/Д: Феникс, 2007.-858 с.

#### **Bibliographic list**

1. The Civil code of the Russian Federation (the second part) of 26.01.1996 № 14 FL. It is accepted by the State Duma of 22.12.95 (edited of 09.04.2009)
2. The Federal law of the 26<sup>th</sup> October 2002 № 127-FL "About inconsistency (bankruptcy)", (edited of 19.07.2009)
3. An Order of the Ministry of Finance of 06.05.1999 №32н «About the position

statement about accounting «Organisation Incomes «Accounting Policy Regulations 9/99», (edited of 27.11.2006)

4. An Order of the Ministry of Finance of 06.05.1999 №33н «About the position statement about book keeping «Expenses of organisation Accounting Policy Regulations 10/99 » (edited of 27.11.2006)

5. Instructions about reflexion of the operations in accounting of the organisations connected with realisation of the contract of trust management confirmed by the Ministry of Finance order of the Russian Federation of the 28<sup>th</sup> November 2001 № 97н (as amended of the 15<sup>th</sup> August 2006 № 106н).

6. I.N. Bogataya, N.N.Hahonova – 4<sup>th</sup> revised and enlarged edition – Rostov-on-Don: Phenix, 2007.-858 page.

*Е.В.Кузнецова*

## **МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЛАНОВ СЧЕТОВ ФИНАНСОВОЙ ОПТИКИ**

#### **Аннотация**

Статья посвящена изучению проблем финансовой направленности (оптики) планов счетов. На модульной основе разработана методология формирования и функционирования планов счетов РФ финансовой направленности.

#### **Annotation**

The article is devoted to studying the problems of a financial orientation (optics) of books accounts. The methodology of formation and functioning the books accounts of the Russian Federation of financial orientation is developed on a modular basis.

#### **Ключевые слова**

Планы счетов, оптика, бухгалтерский учет, себестоимость, доходы, финансовый результат

#### **Keywords**

Books of accounts, optics, book keeping, the cost price, incomes, financial result

В современных условиях в мировой экономике используются несколько сотен планов счетов, каждый из которых реализует определенное направле-

ние развития государства (экономическое, производственное, социальное, политическое и региональное) и построен на использовании определенных

концептуальных признаков, на адекватной технике, решает определенную оптимизационную задачу и приводит к получению совершенно несопоставимых результатов, в первую очередь, в отношении прибыли.

Планы счетов, функционирующие и составляющие основу соответствующей системы финансового учета, имеют определенное направление развития, называемое «оптикой плана счетов», реализуют определенные законодательные требования и приводят к получению адекватных показателей в финансовых результатах и собственности. В зависимости от определяющих позиций считаем целесообразным дифференцировать три оптики (направленности) планов счетов бухгалтерского учета: финансовую, производственную, специализированные.

Примерно 60% планов счетов международных, национальных и межнациональных построены на принципах финансовой оптики (Международный план счетов ГААР, Франция, Бельгия, Греция, Испания, Италия и другие).

Официальный план счетов Португалии носит ярко выраженный финансовый характер:

- выделение в отдельный класс «остатков производственных ресурсов», для учета которых предназначены 9 счетов, 30 субсчетов первого порядка, 4 субсчета второго порядка;

- организация учета затрат по элементам, для чего предназначены 120 элементов;

- определение результата по операционной, финансовой и чрезвычайной деятельности путем вычитания из доходов затрат по элементам, скорректированных на изменение остатков ресурсов, учитываемых на 9 счетах и 34 аналитических позициях.

В Италии бухгалтерское законодательство и план счетов ориентированы только на определение финансового состояния и не касаются принципов

бухгалтерского учета, не рассматривают вопросов методологии и техники использования бухгалтерских правил и методов калькулирования, не рассматривают способов регистрации и классификации операций. В результате в практике используются многочисленные оптики: финансовая, производственная, специальные.

В результате планы счетов содержат:

- общие условия построения баланса и определения финансовых результатов;

- общие принципы оценки;

- формы, структуру и содержание собственности, баланса, счета прибыли и убытков;

- критерии переоценки;

- содержание приложения;

- управленческий отчет;

- сертификацию и публикацию финансового состояния;

- определение и распределение дивидендов. [4, с.340]

В республиках бывшего СССР использовались планы счетов производственной оптики, но после разделения большинство из них стало применять планы счетов финансовой оптики, кардинально их переработав (Литва, Латвия, Эстония, Грузия, Азербайджан, Армения и другие). Классическим примером полного изменения системы учета выступает Грузия.

План счетов бухгалтерского учета Грузии построен на использовании принципов МСФО и включает 9 разделов:

1000 «Текущие активы».

2000 «Долгосрочные активы».

3000 «Текущие обязательства».

4000 «Долгосрочные обязательства».

5000 «Собственный капитал».

6000 «Операционные доходы».

7000 «Операционные расходы».

8000 «Неоперационные доходы и расходы».

9000 «Особые и другие доходы и расходы».

В плане счетов указываются синтетические счета (второй знак), счета (третий знак), субсчета (четвертый знак).

В России автор считает целесообразным использовать три оптики планов счетов, исходя из следующих соображений:

- учет специфических особенностей отраслей, что традиционно характерно для планов счетов бывшего СССР и государств англо-саксонской учетной ориентации;

- в настоящее время используются все три оптики и практически все 12 подоптик;

- информационная емкость ныне действующего плана счетов коммерческого учета в России обладает явно недостаточной информационной емкостью, всего лишь в 1000 позиций, при реальном использовании лишь 250 учетно-аналитических позиций (в США планы счетов негосударственных школ имеют информационную емкость 28000 единиц, строительства – 18700, в Канаде отраслевые планы счетов обладают информационной емкостью в 17800 единиц);

- необходимость государственного регулирования организации учета, что показал мировой кризис 2008 года;

- радикальным преобразованиям социально-экономической системы был придан исключительно разрушительный вектор – максимально быстро «уйти от социализма», «создать гарантии его нерестаurationи». Поэтому приветствовался тотальный демонтаж любых элементов прежней системы, в том числе связанных с организацией учета и контроля. [1, с.63], что привело к необходимости сохранения производственной оптики финансового учета.

Необходимость создания и использования моделей планов счетов финансовой, производственной и специ-

альных оптик в России вызвано и тем положением, что план счетов России 2000 года ориентирован на использование двух оптик:

- производственной, построенной на интеграции статей и элементов затрат, которую, по материалам проведенного автором обследования, используют 60%–65% предприятий;

- финансовой, основанной на использовании 30-х счетов и валовом принципе определения финансового результата (она используется 30% предприятий, в основном зарубежными фирмами, совместными предприятиями, крупными российскими фирмами, акции которых котируются на зарубежных биржах).

Специальные оптики планов счетов построены на решении определенных задач, связанных с реализацией определенных приоритетов, и используют примерно 5%–10% российских предприятий.

Кроме того, автор считает целесообразным использовать специальные оптики планов счетов для организации учета на коммерческих принципах в органах государственного управления, образования и предоставления специальных услуг и других, что сделано в мировой экономике в 70-е годы.

План счетов Российской Федерации 2000 года дает возможность использования двух оптик, так как в нем предложены два варианта учета расходов:

- 1) с применением только двадцатых счетов (счета 20-29);

- 2) с применением двадцатых и тридцатых счетов (счета 20-29, 30-39).

Тридцатые счета дают возможность организовать учет затрат по элементам и по видам деятельности в соответствии с основными положениями и принципами интернациональной модели финансового учета финансовой оптики:

- организацией учета затрат в разрезе элементов;
- однократным определением фактической себестоимости продаж;
- интегрированным в систему финансового учета налоговым учетом;
- определением финансового результата по видам деятельности соизмерением доходов и затрат, скорректированных на изменение производственных запасов за период.

В целом модель плана счетов финансовой оптики дает возможность решить следующие проблемы.

1. Постоянная направленность учета на конечный результат четко проявляется на всех учетных этапах.

2. Наличие двух бухгалтерий: финансовой и управленческой, при этом последняя весьма эффективно интегрирована в финансовую бухгалтерию.

3. Финансовая бухгалтерия основывается на четком использовании метода «затраты-выпуск», с обязательным наличием разделов плана счетов, предназначенных для учета затрат по элементам и выпуска, доходов и их использования по соответствующим группам.

4. Достигнута довольно значительная степень интеграции фактических данных на валовом принципе.

5. Использование структурированных планов счетов с очень высокой аналитичностью, так, например, план счетов бухгалтерского учета частных школ США представляет из себя возможность использования четырех принципов организации учета (начисления, кассовый, два варианта модифицированных или комбинированных принципов).

Для государств и предприятий, использующих планы счетов финансовой оптики, характерно применение структуры управления с весьма значительным финансовым уклоном, где определяющую роль играют такие специалисты, как: финансовый директор

(управление финансами предприятия), казначей (расчетные отношения, налоговые платежи, кредитные отношения, платежеспособность, резервная система предприятия и другие), контролер (отделы финансового, управленческого и стратегического учета, анализа, внутреннего контроля, налоговый учет).

Исходя из этих позиций и разработана модель плана счетов финансовой оптики, рекомендуемая к использованию на предприятиях Российской Федерации следующих отраслей: сельского хозяйства, охоты, лесного хозяйства, рыбоводства, торговли, гостиниц и ресторанов, финансовой деятельности, операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг потребителям. (Таблица 1.)

Модель плана счетов финансовой оптики Российской Федерации построена на использовании следующих подмоделей:

- планов счетов финансовой подоптики;
- планов счетов управленческой подоптики;
- планов счетов доходной подоптики;
- планов счетов затратной подоптики;
- планов счетов, сформированных на базе 30-х счетов российского плана счетов 2000 года.

Указанные подоптики планов счетов характеризуются комплексом модулей, определяющих оптику плана счетов (финансовый результат):

- валовым принципом формирования доходов, затрат и финансового результата;
- интегрированными информационными системами;
- методами определения себестоимости (в производственных сферах, в торговле);
- учетом и оценкой запасов;
- учетом скидок по продажам;

– определением финансового результата.

Первый модуль плана счетов финансовой оптики представлен валовым, а не товарным принципом формирования доходов и затрат по элементам.

Полученные доходы соизмеряются с себестоимостью по всем стадиям изготовления и реализации продукции. Затраты на производство за период корректируются на изменение остатков всех ресурсов на конец и начало периода.

Принцип валовой себестоимости предусматривает корректировку затрат по элементам не только на готовую продукцию и услуги, но и на незавершенное производство, запасы материалов, товаров отгруженных, расходов будущих периодов и резерв предстоящих расходов.

Это позволяет учитывать, анализировать и аудировать результаты по видам деятельности, что, с одной стороны, позволяет регулировать виды деятельности, с другой стороны, соответствует потребностям глобальной

экономики, так как учет по внешним сегментам организуется только по основной деятельности.

Принцип определения себестоимости продаж по валовому методу, то есть проданной продукции и изменению запасов продукции и других ресурсов, интересно комментирует профессор Ж. Ришар. Он подчеркивает, что с макроэкономической точки зрения вопрос ставится иначе: основным выступает определение законченной продукции, величины, достаточно «конечной» на момент наблюдения, с тем чтобы проследить ее движение. Таким образом, понятие конечной продукции включает в себя как стоимость проданной продукции, так и запасы готовой продукции на складе и в исключительном случае ту продукцию, которая изъята с оборота.

Очевидно, что при такой учетной системе затрат определяется себестоимость валовой продукции, а это, в свою очередь, приводит к следующему счету результата (рис.1.).

Счет результата

Расходы	Доходы
Себестоимость валовой продукции	Валовая продукция (проданная и складированная)

Рис.1. Счет результата [3, с.102-103]

Второй модуль модели плана счетов представлен интегрированными управленческими системами, на использовании которого построены планы счетов управленческой подоптики:

– системность монтирования интегральных компьютерных программ в планы счетов, сводящаяся к единому порядку формирования счетов, субсчетов и аналитических счетов;

– аналитичность, то есть степень детализации и обобщения, удовлетворяющая потребности в соответствующем уровне управления;

– интегрированные управленческие системы: R/3, X07, SAPR/3, R4, R5 и другие.

Третий модуль модели плана счетов финансовой оптики представлен методикой определения себестоимости в производственной сфере и в торговле.

Себестоимость продаж в производственной сфере определяется по валовому методу по формуле:

$$C_{п} = O_1 + Z_3 - O_2,$$

где  $C_{п}$  – себестоимость продаж;  $O_1$  – остатки ресурсов на начало периода;  $Z_3$  – затраты по элементам (от 3 до 10



в разных системах);  $O_2$  – остатки ресурсов на конец периода (материалов, полуфабрикатов, незавершенного производства, готовой продукции, расходов будущих периодов, резервы предстоящих расходов, товары отгруженные).

В торговле себестоимость продаж определяется по формуле:

$$C_{\text{пр}} = O_1 + П - (В + С) - З_3 - O_2,$$

где  $O_{1,2}$  – остатки товаров на начало и конец периода; П – покупки товаров за период; В – возвраты покупок; С – скидки с покупок;  $Z_3$  – затраты по элементам.

В производственных видах деятельности себестоимость определяется корректировкой затрат по элементам на изменение остатков производственных ресурсов.

В торговой деятельности фактическая себестоимость определяется с учетом возвратов и скидок.

Четвертый модуль модели классов счетов финансовой оптики регламентирует учет запасов.

Учет запасов производится по одному из двух методов: постоянного учета (непрерывная система); периодического учета (инвентарная система).

Система постоянного учета запасов (сырья, материалов, готовой продукции, товаров и других) предусматривает их обязательное отражение при поступлении на соответствующих счетах и складах соответственно (счета 10, 15, 16, 40, 43).

Детальная информация, которой располагает руководство компании при системе непрерывного учета запасов, позволяет отвечать на запросы покупателей о наличии продукции, более эффективно заказывать запасы и таким образом избегать недостатка товара на складе и контролировать финансовые затраты, связанные с инвестициями в запасы. Во многих странах, особенно в Австралии, Франции, Германии, Японии и США, использование системы непрерывного учета получает все боль-

шее распространение, особенно с внедрением инструментов бухгалтерского инжиниринга.

При использовании периодического учета запасы, имеющиеся в наличии, подсчитываются периодически, обычно на конец отчетного периода. Возникновение и развитие этой системы можно связать с основным принципом статического учета – через определенные интервалы времени, в основном через год, проводится инвентаризация активов предприятия по предполагаемым центрам продажи.

Эта система была впервые использована Э. Шмаленбахом в разработанном им плане счетов, где из четырех предложенных вариантов три обходятся без складского учета.

Пятый модуль модели плана счетов финансовой оптики рассматривает учет скидок по покупкам и продажам: валовой метод; чистый метод.

Валовой метод используется в системе периодического учета готовой продукции и материалов, для чего ведутся специальные счета скидок: полученные скидки по покупкам; предоставленные скидки по продажам.

Чистый метод сводится к тому, что упущенные скидки при закупке включаются в прочие расходы, а полученные скидки относятся на прочие доходы. Метод позволяет более правильно определить себестоимость изготовления материалов и финансовый результат при продажах, в том числе и для целей налогообложения.

В России метод не используется, и материальные ресурсы, и готовая продукция учитываются без скидок.

Шестой модуль модели плана счетов предназначен для определения финансового результата:

Прибыли (+) / убытки(-) = Доходы – возврат – скидки при продажах – валовая себестоимость

Рабочий план счетов ОАО РЖД СКЖД (г. Ростов-на-Дону) имеет ин-

формационную емкость 4,5 трлн. аналитических единиц и, благодаря вмонтированной в него информационной управленческой системе SAP R/3, обеспечивает информационное управление грузоперевозками, железнодорожной инфраструктурой, пассажирскими перевозками, ремонтом подвижного состава, строительством объектов инфраструктуры, научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами и т.д. Доходы учитываются по более чем 100 видам деятельности.

ООО «Кропоткинский молочный комбинат» применяет доходную оптику финансового учета, при которой из общей информационной емкости около 4000 аналитических позиций для учета доходов используются более 800 аналитических позиций. Доходы учитываются по основной номенклатуре: молочной продукции; сырам; хлебу; мясу и др.

Разработанная методология плана счетов финансовой оптики (планы счетов финансовой, управленческой, доходной, затратной и подоптики 30-х счетов) включает 6 модулей: валовой принцип формирования показателей, интегрированные управленческие системы, себестоимость продаж, учет и оценку запасов, учет скидок и определение финансового результата, в целях оценки и выбора наиболее эффективной финансовой подоптики учета и рекомендуется к использованию в отраслях, представляющих самые разнообразные услуги (финансовые, транспортные, оздоровительные), строительство и сельское хозяйство.

Таким образом, создание методологии планов счетов финансово оптики позволяет обеспечить эффективную систему учета, управленческие

функции и, в конечном итоге, прозрачность в определении финансового результата в огромном секторе экономики.

#### **Библиографический список**

1. Болдырев Ю.Ю. Формирование внешнего государственного финансового контроля в РФ: вопросы истории, организации и методологии. // Российский экономический журнал, №3, 2007. – С. 63-72.
2. Ришар Ж. Бухгалтерский учет: теория и практика. / Пер. с фр.; Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 160 с.
3. Ткач В.И., Зимакова Л.А. Интернациональные модели финансового учета: концепция, теория и практика. Монография. – Ростов-на-Дону: РГСУ, 2006. – 206 с.
4. Olivero B. Comptabilité en Stalie. // Encyclopédie de Comptabilité Contrôle de gestion et Audit. – Paris: Economica. – 2000. – p. 333-344.

#### **Bibliographic list**

1. Boldyrev J. J. Formation of the external state financial control in the Russian Federation: questions of history, the organization and methodology. // The Russian economic magazine, №3, 2007. – p. 63-72.
2. Rishar J: The theory and practice. / translate from fr.; Under the editorship of Ya .V. Sokolov. – M: The Finance and statistics, 2000. – p.160.
3. Tkach V.I., Zimakova L.A. International models of the financial account: the concept, the theory and practice. Monography. – Rostov-on-Don: PGSY, 2006. – p. 206.
4. Olivero B. Comptabilité en Stalie. // Encyclopédie de Comptabilité Contrôle de gestion et Audit. – Paris: Economica. – 2000. – p. 333-344.

## **РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В КРУПНОМАСШТАБНЫХ КОМПАНИЯХ**

### **Аннотация**

Статья посвящена развитию концепции внутреннего контроля в крупных компаниях. В работе рассматриваются мероприятия по оптимизации системы внутреннего контроля, влияние управленческого аудита на эффективность информации бухгалтерского учета в рамках существующего внутреннего контроля.

### **Annotation**

The article deals with the furtherance of Concept of internal control in large-scale companies detailing arrangements for optimization of internal control system in large companies, the manner management audit influences effectiveness of information in accounting within the given internal control.

### **Ключевые слова**

Внутренний контроль, концепция, управленческий аудит, процедуры контроля.

### **Key words**

Internal control, concept, management audit, control procedures.

Недостатки в организации системы внутреннего контроля, а также отсутствие разработанной системы организации управленческого аудита, по нашему мнению, отрицательно сказываются на качестве функционирования информационной системы управления, что в свою очередь тесно связано с концепцией внутреннего контроля. Для подтверждения нашей гипотезы проведем оценку влияния системы управленческого аудита на эффективность (полезность) информации бухгалтерского учета для целей управления организацией в рамках существующей концепции внутреннего контроля.

В качестве основного методологического приема выберем эксперимент, по результатам которого мы должны оценить влияние последствий внедрения системы управленческого аудита на повышение эффективности информационной системы предприятия. В ходе исследования нами было отобрано несколько предприятий отрасли.

Организации подбирались таким образом, чтобы в исследовании участвовали предприятия наиболее распространенных организационно правовых форм собственности, а также крупномасштабные предприятия либо их филиалы. Процесс исследования состоял из нескольких этапов. В ходе подготовительного этапа были проведены мероприятия по ликвидации недостатков в организации системы внутреннего контроля на предприятиях, принявших участие в эксперименте.

На первом этапе проведена предварительная оценка эффективности информации бухгалтерского учета для целей управления организацией. Ее результаты документировались и подвергались предварительному анализу. На втором этапе эксперимента в хозяйствующих субъектах в течение года систематически проводился управленческий аудит, целью которого было повышение эффективности информационных потоков в управления. В течение

периода проведения эксперимента в рамках управленческого аудита ежеквартально оценивалась эффективность данных бухгалтерского учета, в результате принимались необходимые меры, направленные на ликвидацию выявленных недостатков в информационных системах организаций. По прошествии периода, в течение которого проводилось исследование, была организована итоговая проверка, направленная на выявление влияния системы управленческого аудита на повышение эффективности (полезности) бухгалтерского информационного потока для целей управления предприятием. На третьем этапе был проведен комплексный анализ результатов эксперимента и сделаны выводы о роли управленческого аудита в повышении эффективности системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля.

В рамках совершенствования концепции формирования системы внутреннего контроля крупных организаций разработана и внедрена в хозяйственный процесс модель ее оптимизации (рисунок 1)

При этом были проведены следующие мероприятия:

I. Внесены изменения во внутреннюю организационно-правовую документацию:

а) в положение о внутреннем контроле были внесены поправки:

1) целью функционирования является:

- создание эффективной контрольной среды, направленной на совершенствование бухгалтерской информационной системы, способствующей своевременному выявлению и пре-

дупреждению негативных явлений и тенденций в сфере процесса заготовления, производства, сбыта продукции, инвестиционной деятельности предприятия;

- контроль за эффективным использованием ресурсов организации.

2) в задачи внутреннего контроля входит:

- оценка эффективности бухгалтерской информации для целей управления организацией;

- выявление факторов, снижающих полезность учетных показателей, для целей принятия решений внутренними пользователями предприятия;

- разработка мероприятий направленных на устранение недостатков, а также оказание консультационных услуг персоналу бухгалтерской службы по вопросам организации бухгалтерского информационного потока;

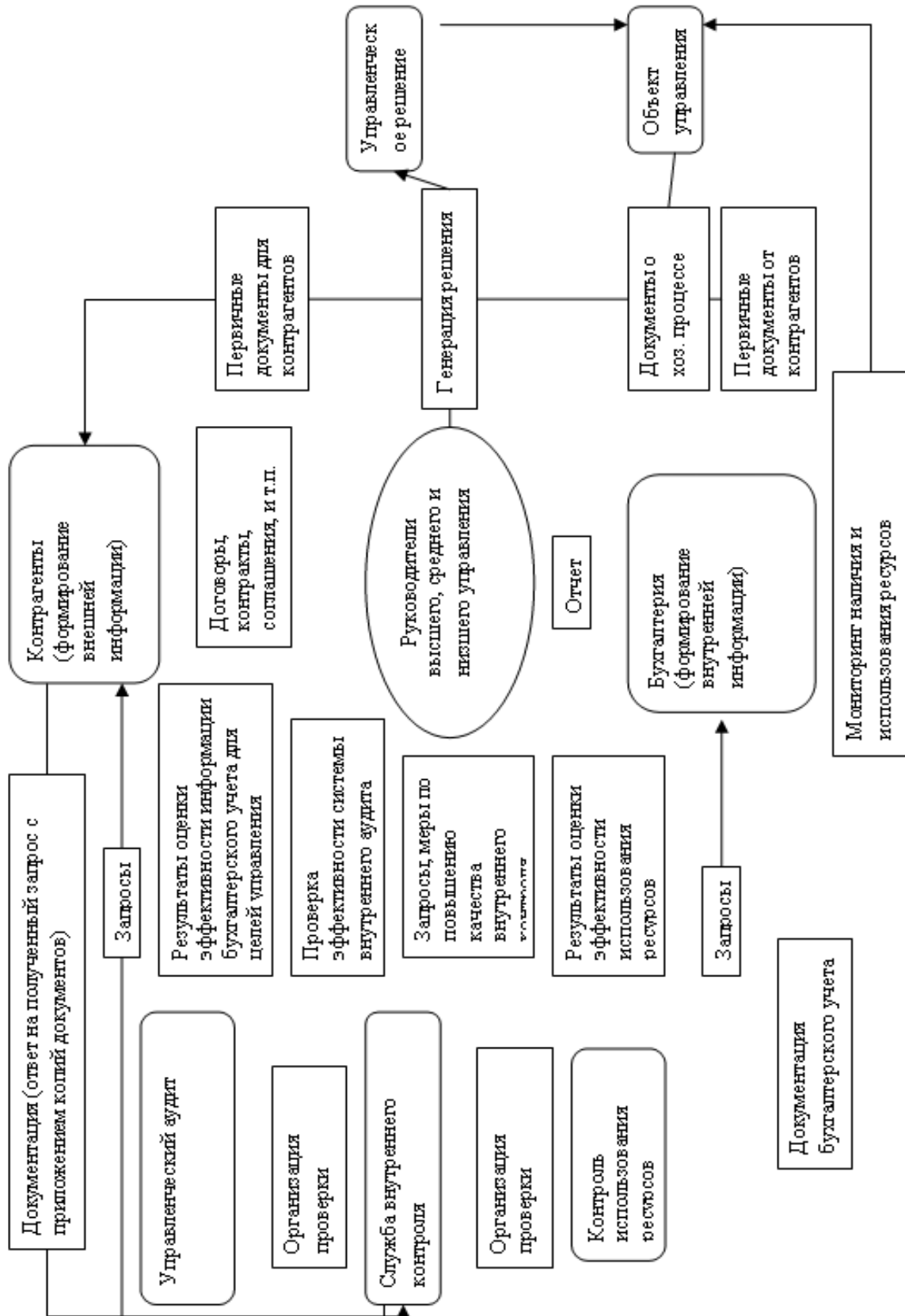
- оценка удовлетворения информационных потребностей системы управления;

- оценка эффективности использования активов организации, контроль доступа персонала к активам организации.

3) в состав обязанностей внутреннего контроля входит:

- составление и совершенствование положений, стандартов внутреннего контроля, в том числе управленческого аудита;

- организация управленческого аудита формирования и движения первичной документации, заполнение регистров бухгалтерского учета, составление управленческой и финансовой отчетности;



- разработка мероприятий по ликвидации выявленных нарушений с последующей проверкой их выполнения.

б) в содержание должностных инструкций были предложены следующие изменения:

1) в перечне задач сотрудников службы – организация и проведение контроля по двум направлениям:

- оценке эффективности использования ресурсов организации;

- оценке эффективности бухгалтерской информации в рамках управленческого аудита;

2) в обязанностях – формирование подтверждающих документов, учитывающих цели и задачи, приемы и способы управленческого аудита.

II. Усовершенствована методология внутренней проверки на основе внедрения приемов и способов управленческого аудита. В частности:

а) адаптированы правила (стандарты) внутреннего контроля в соответствии с целями и задачами управленческого аудита;

б) внедрена методика оценки эффективности информации в процесс контрольной проверки.

III. Изменен характер организации и проведения внутренних проверок:

а) В основу внутренних проверок положена единая концепция качества бухгалтерской информации для целей управления организацией, способствующая лучшему пониманию сотрудниками аудиторской службы предприятия цели проверки, задач ее поведения, принципов и методов оценки качества бухгалтерского информационного потока.

б) Информация стала рассматриваться в разрезе расширенного состава критериев качества. Данный подход в процессе проведения контрольных проверок позволяет лучше учесть информационные потребности менеджмента организации.

в) В основу оценки информации положена система показателей эффективности (полезности) бухгалтерских данных, выраженных в процентах, баллах и словесном описании (экспертная оценка). Результаты проверки стали предполагать проведение анализа качества различных элементов информационной системы, выявлять участки учета, требующие повышенного внимания со стороны сотрудников бухгалтерской службы.

г) В процессе проверки аудиту стали подвергаться не только данные финансовой, но и управленческой отчетности, а также показатели оперативного учета.

д) Предложенная система методов и приемов контроля стала позволять организовать проверку от анализа формирования первичных документов до расчета итогового показателя эффективности (полезности). В рамках управленческого аудита разработана методика расчета уровня материальности и контрольного риска, учитывающая специфику данного вида деятельности. Использована система тестов, позволяющая связать оценку отдельных элементов бухгалтерского учета с критериями полезности учетных показателей, а также анкеты опроса руководителей различных уровней управления, позволяющие выяснить их мнение относительно полезности учетных показателей для принятия своевременного управленческого решения.

IV. Рекомендован периодический мониторинг со стороны внешнего аудита за эффективностью системы внутреннего контроля по следующей схеме:

а) руководство предприятия заключает с аудиторской организацией договор об оказании аудиторской проверки эффективности функционирования системы внутреннего контроля;

б) аудиторская организация проводит внешнюю проверку, результаты которой сообщаются администрации;

в) руководство хозяйствующего субъекта анализирует полученную информацию и проводит ряд мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков.

В результате периодического внешнего контроля стало возможно поддержание системы в эффективном состоянии функционирования. Внешние проверки способствуют выявлению недостатков в организации системы внутреннего контроля, уменьшают возможность злоупотреблений, способствуют более ответственному отношению аудиторов к проведению внутреннего контроля.

В ходе проверок также было предложено использование информационных технологий оценки данных бухгалтерского учета. Это позволило повысить, с одной стороны, производительность труда, с другой - качество аудита.

Общеизвестны существующие задачи и составляющие бухгалтерского учета при функционировании внутреннего контроля, а ниже приведем процедуры контроля, которые могут быть рекомендованы для применения в крупных организациях:

- проверяется наличие и правильность оформления первичных учетных документов при принятии их к учету (проверяют необходимое количество подписей, реквизитов и виз, особенно это касается авизо);

- сверяются суммы в банковских выписках с суммами платежных поручений;

- с помощью банковских счетов (зачастую, структурным подразделениям открыты в банках текущие счета, на которые зачисляется сдаваемая ими денежная выручка и перечисляются вышестоящими организациями денежные средства на выплату заработной платы, командировочные расходы и другие це-

левые назначения) контролируются расходы подразделений;

- проверяется правильность ведения регистров бухгалтерского учета, Главной книги и расчета сумм в них;

- сверяются суммы на счетах бухгалтерского учета с данными первичных документов, оперативного учета, внешних источников информации;

- сверяются показатели отчетности с данными бухгалтерского учета (учетными регистрами);

- проверяется правильность, своевременность и полнота данных для составления бухгалтерской, налоговой, статистической и оперативной отчетности;

- проверяется правильность ведения внутрихозяйственных расчетов;

- проверяется правильность начисления налогов;

- проверка полноты отражения денег, выданных под отчет, по дебету счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами», путем сличения их с расходом по оборотно-сальдовой ведомости учета расчетов с подотчетными лицами, с первичными документами, приложенными к авансовым отчетам;

- проверка правильности дебиторской и кредиторской задолженности структурных подразделений. Устанавливается соответствие числящихся по балансу дебиторской и кредиторской задолженности данным аналитического учета, нет ли свертывания в балансе дебиторской задолженности за счет кредиторской и, наоборот, правильно ли образована и отнесена такая задолженность на балансовые счета, нет ли случаев скрытия дебиторской задолженности на других статьях баланса. Проверяются документы по задолженности (входят ли операции, по которым она образовалась, в круг деятельности структурного подразделения). Наиболее тщательно проверяются расчеты со сторонними организациями;

- сверка расчетов с контрагентами;
- каждая операция визируется главным бухгалтером структурного подразделения, а когда идет речь о расходах, то и главным бухгалтером;
- сведения отчетности обязательно доводятся до руководителя головной организации, он поручает контролировать правильность и достоверность главному бухгалтеру;
- контролируется выполнение плановых показателей к фактическим и лимитов для структурных подразделений (необходимо представлять еженедельно отчеты и пояснения, если же происходит перерасход или невыполнение плана, структурное подразделение обязано убедительно аргументировать этот факт);
- проверяется правильность, своевременность и полнота данных для составления статистической отчетности;
- сбор данных для своевременности и полноты данных для составления пояснительной записки к годовому отчету;
- поддерживается эффективность функционирования защиты серверов от несанкционированного доступа;
- проверка соблюдения прав физического доступа к серверам, резервным копиям данных;
- двойной контроль за бухгалтерскими операциями (деятельность структурных подразделений контролирует бухгалтер головной организации, а его контролирует главный бухгалтер). Получение наличных денег, оформление внутрихозяйственных расходов, операции с банком обычно происходят под двойным контролем;
- применяется система разрешений. Для совершения какой-либо нестандартной операции необходимо получить визу руководителя и главного бухгалтера, а затем отчитаться по этому вопросу;

- проверяется обеспечение сохранности и экономического расходования материалов и топлива структурными подразделениями;
- формы физического контроля, применяемые в организации: прочные запирающиеся двери, система сигнализации, привлечение охранников и использование других средств, предупреждающих доступ к активам лиц, не имеющих на то разрешения;
- инвентаризация активов и обязательств (проводится раз в год). Инвентаризации подлежат – товароматериальные ценности, основные средства, забалансовые статьи учета и другие статьи баланса;
- проведение аттестаций персонала, проверка квалификации кадров бухгалтерии;
- представление отчетности (внешней и внутренней).

Руководство компании должно внедрять процедуры контроля для того, чтобы быть уверенными в законности осуществляемых хозяйственных операций, в том, что информация по ним зарегистрирована полностью и точно, что все ошибки в процессе ведения дел и регистрации данных по ним обнаруживаются с максимальной скоростью (независимо от того, произошла ли ошибка при обработке данных по незаконным хозяйственным операциям, заключается ли она в невозможности провести обработку данных по законным операциям), что целостность зарегистрированных данных по ведению финансовой деятельности обеспечена файлами компьютера или бухгалтерскими книгами и что доступ к активам и связанным с ними документам ограничен. Это значит, что процедуры контроля дают руководству организации уверенность в том, что цели контроля, заключающиеся в обеспечении полноты, точности, законности операций, в защите файлов



и активов, были достигнуты и что системой бухгалтерского учета выдается надежная финансовая информация.

#### **Библиографический список**

1. Об аудиторской деятельности: Федеральный закон от 30 декабря 2008 г. № 307 ФЗ
2. Правила (стандарты) аудиторской деятельности. - М.: Современная экономика и право; Юрайт – М, 2000.- 328с.
3. Бурцев В.В. О системе государственного, аудиторского и внутреннего финансового контроля организации. // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2000. - №7-8. - с. 37-39.
4. Газарян А.В., Михайлова О.П. Система внутреннего контроля организации. //Бухгалтерский учет, 1999. - №9. - с. 47-51.
5. Сотникова Л.В. Внутренний контроль и аудит. Учебник / ВЗФЭИ. - М.: ЗАО "Финстатинформ", 2000. - 239 с.
6. Терехов А.А., Терехов М.А. Контроль и аудит: основные методологические

приемы и технология. - М.: Финансы и статистика, 1998. - 208 с: ил.

#### **Bibliographic list**

1. On Auditing: federal law of 30 December 2008 No. 307 FL
2. Regulations (standards) of Auditing. - Moscow: Modern Economics and Law; Youright – Moscow, 2000.- 328 pages.
3. V.V. Burtsev. On Government, Audit and Internal Financial Control of a Company. // Economy of Agricultural and Processing Enterprises, 2000. – No.7-8. - pages 37-39.
4. A.V. Gazaryan, O.P. Mikhailova. Internal Control System of a Company. //Accounting, 1999. – No. 9. - pages 47-51.
5. L.V. Sotnikova. Internal Control and Audit. Texbook / BZFAI. - Moscow: Closed Corporation "Finstatinform", 2000. - 239 pages.
6. A.A. Terekhov, M.A. Terekhov. Control and Audit: Major Methodological Technique and Technology. - Moscow: Finances and Statistics, 1998. - 208 pages: illustrated.

*И.В. Алексеева*

### **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТА ПРОДАЖ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

#### **Аннотация**

В статье разработана методика проведения стратегического маркетингового аудита продаж. Дано собственное видение понятия стратегического маркетингового аудита продаж, определена цель, задачи и источники для его проведения. Разработан план и программа стратегического маркетингового аудита продаж коммерческой организации.

#### **Annotation**

The procedure of strategic sales marketing audit is developed in the article. The author gives her own interpretation of strategic sales marketing audit, determines its purpose, objectives and sources. The plan and the program of strategic sales marketing audit are developed.

### Ключевые слова

Стратегический маркетинговый аудит продаж, аудит маркетинговой стратегии, аудит удовлетворенности стратегических клиентов, стратегический аудит внешней среды, стратегический аудит разрывов.

### Key words

Strategic marketing sales audit, marketing strategy audit; strategic clients' satisfaction audit; strategic audit of external environment; strategic gaps audit.

В современных условиях успешная реализация стратегии коммерческими организациями невозможна без использования такого нового инструмента анализа и контроля бизнеса как стратегический маркетинговый аудит, который позволяет выявить слабые места в деятельности организации, определить преимущества перед конкурентами, выработать рекомендации по использованию своих преимуществ при продаже или в рекламе в долгосрочной перспективе.

Формирование стратегического маркетингового аудита предъявляет дополнительные требования к информационному обеспечению управления и инструментарию аудита. Эффективность маркетингового аудита напрямую зависит от полноты и качества используемой информации. Её состав существенно расширяется. Если раньше он на 80% удовлетворялся действующей системой бухгалтерского учета и отчетности, то теперь существенно возрастает набор и доля внеучетных источников информации, характеризующих состояние внешней среды.

Потребность в стратегическом маркетинговом аудите возникает, когда

начинают уменьшаться объемы сбыта, снижается прибыль, теряются доли рынка, руководитель осознает необходимость его проведения. Маркетинговый аудит – это систематическая, беспристрастная проверка и оценка внешней среды, рынка, деятельности конкурентов, а также маркетинговых действий предприятия.

Маркетинговый аудит может быть стратегический, текущий и оперативный. В результате текущего маркетингового аудита разрабатываются рекомендации по планированию хозяйственной деятельности предприятия на текущий период: сколько и что производить, по каким ценам, на каких рынках, когда и какие ресурсы покупать и продавать, по какой цене и у кого. Оперативный маркетинговый аудит является подсистемой с обратной связью, основная функция которой – поддержание развития предприятия в направлении, установленном стратегическим и конкретизированным текущим маркетинговым аудитом. Сравнительная характеристика основных видов маркетингового аудита представлена в табл. 1.

Таблица 1. Сравнительная характеристика видов маркетингового аудита [1]

Инструмент маркетинга	Вид маркетингового аудита		
	стратегический	текущий	оперативный
1. Продукт	<p>1. Изменение ассортимента и повышение уровня качества продуктов, выходящее за рамки имеющихся производственно технических возможностей</p> <p>2. Разработка элементов окружения новых продуктов</p> <p>3. Определение темпов обновления ассортимента выпускаемых продуктов и разработка новых продуктов</p>	<p>1. Подстройка ассортимента и повышение уровня качества продуктов под текущую рыночную конъюнктуру в рамках имеющихся производственно-технических возможностей</p> <p>2. Текущие изменения элементов окружения новых продуктов</p>	<p>1. Мониторинг движения продукции</p>
2. Цена	<p>1. Выработка ценовой политики исходя из соотношения «цена-качество»</p> <p>2. Определение цены по отношению к ценам главных конкурентов</p> <p>3. Определение цены для разных стадий жизненного цикла продукта</p> <p>4. Назначение более низких цен на сопутствующие продукты за счет более высоких цен на основные продукты</p>	<p>1. Учет при определении цены текущих затрат на продвижение продукта и другие элементы комплекса маркетинга (на дизайн, разработку марки, упаковку и т.п.)</p> <p>2. Перевод базовых цен в цены продажи</p>	<p>1. Изменение цены в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры</p> <p>2. Ответная ценовая реакция на текущее изменение цен, осуществленное конкурентами</p>

Продолжение таблицы 1

3. Сбыт	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение, по каким каналам и в каких пропорциях следует осуществлять сбыт (продажи) продуктов</li> <li>2. Определение, если это целесообразно, форм интеграции участников процесса товародвижения</li> <li>3. Выбор методов ведения сбыта</li> <li>4. Образование логистической маркетинговой системы</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Адаптация каналов сбыта под текущие условия внешней среды и возможности организации</li> <li>2. Оптимизация (если рынок является рынком производителя) числа покупателей (клиентов)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Осуществление оперативной сбытовой деятельности</li> </ol>
4. Коммуникации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение при выборе коммуникационных стратегий эффективных пропорций использования отдельных инструментов комплекса продвижения продуктов</li> <li>2. Определение на стратегическом интервале времени эффективности маркетинговых коммуникаций</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выбор в рамках текущих условий внешней среды и возможностей организации конкретных методов продвижения продуктов</li> <li>2. Планирование осуществления и проведение коммуникационных кампаний</li> <li>3. Разработка бюджета коммуникационной деятельности</li> <li>4. Организационно-кадровые вопросы коммуникационной деятельности</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мониторинг эффективности текущих затрат на коммуникационную деятельность</li> </ol>

Услуга стратегического маркетингового аудита включена в антикризисные пакеты услуг. Исследование инструментария стратегического маркетингового аудита необходимо увязать не только с рыночными тенденциями и характеристикой товарных рынков, учетом специфики потребителя, с производственными характеристиками, определяющими гибкость бизнес-процессов и возможность быстрого освоения новых производств, структуру затрат на производство и запас финансовой прочности организации, но и основной стратегией развития компании.

С нашей точки зрения, *стратегический маркетинговый аудит* — подсистема стратегического аудита, основанная на системном исследовании, анализе и контроле маркетинговой политики коммерческой организации на макро- и микроуровне, а также составление стратегического маркетингового плана по дальнейшему улучшению эко-

номических показателей. Стратегический маркетинговый аудит является важной составной частью процесса управления маркетингом.

Стратегический маркетинговый аудит — это сопутствующая аудиту услуга, которая может быть проведена по двум направлениям:

— как согласованная процедура, которая может выполняться аудитором в отношении отдельных показателей финансовой информации (например, дебиторской или кредиторской задолженности, покупок у аффилированных лиц, объема продаж и прибыли подразделений лица, заключившего договор оказания сопутствующих аудиту услуг), одного из элементов финансовой (бухгалтерской) отчетности (например, бухгалтерского баланса) или финансовой (бухгалтерской) отчетности в целом, в соответствии с федеральным правилом (стандартом) 30 «Выполнение согласованных процедур в отношении финан-

совой информации» и федеральным правилом (стандартом) №24 «Сравнительная характеристика аудита и сопутствующих аудиту услуг»;

— компиляция финансовой информации — сбор, классификация и обобщение финансовой информации, а также возможная ее трансформация, в соответствии с федеральным правилом (стандартом) № 31 «Компиляция финансовой информации».

Таким образом, стратегический маркетинговый аудит может быть не констатирующим, контролирующим и подтверждающим уже свершившиеся факты (историческую информацию), а аудитом, разносторонне исследующим, консультирующим, ориентированным в будущее. Подтверждением этого является мнение профессора Петровой В.И. о том, что «необходим переход от аудита подтверждающего к аудиту подтверждающе-аналитическому».

При проведении стратегического маркетингового аудита как согласованной процедуры эта проверка осуществляется как услуга контроля соблюдения маркетинговой стратегии. Стратегический маркетинговый аудит может являться составной частью обязательного или инициативного аудита.

При проведении стратегического маркетингового аудита как услуги контроля необходимо учитывать существенность, опираясь на федеральное правило (стандарт) №4 «Существенность в аудите», и аудиторский риск, используя федеральное правило (стандарт) № 8 «Оценка аудиторских рисков и внутренний контроль, осуществляемый аудируемым лицом».

При проведении стратегического маркетингового аудита как сопутствующей аудиту услуги по компиляции финансовой информации в соответствии с федеральным правилом (стандартом) № 24 «Сравнительная характеристика аудита и сопутствующих аудиту услуг» аудитор нанимается для испол-

зования специальных знаний по бухгалтерскому учету (в противоположность специальным знаниям и навыкам по аудиту) с целью сбора, классификации и обобщения финансовой информации. При этом подробные данные сводятся в удобную и понятную форму и не требуется проверять предпосылки, лежащие в основе этой информации. Используемые процедуры не предназначены и не предполагают, что бухгалтер будет обеспечивать уверенность в отношении финансовой информации. Тем не менее пользователи компилированной информации получают определенные преимущества от участия в работе высококвалифицированного специалиста, поскольку услуги предоставляются с должными профессиональной компетентностью и добросовестностью.

Мы считаем, что стратегический маркетинговый аудит включает в себя следующие направления: аудит маркетинговой стратегии; аудит продаж; аудит удовлетворенности стратегических клиентов; стратегический аудит внешней среды; стратегический аудит разрывов<sup>1</sup>; разработку рекомендаций по устранению выявленных разрывов.

Данные направления детализируются в программе стратегического маркетингового аудита в увязке с используемым инструментарием.

Одной из основных составляющих системы стратегического маркетингового аудита является аудит продаж. Продажи являются важнейшим блоком всего маркетингового комплекса предприятия, и понятие аудита продаж может быть расширено до категории стратегического маркетингового аудита коммерческой организации.

Маркетинговый аудит продаж как инструмент повышения эффективности медленно, но верно завоевывает

<sup>1</sup>Стратегический разрыв — разрыв между желаемым финансовым и стратегическим развитием и оценкой неизменяемой политики.

популярность у российских организаций.

*Основная цель стратегического маркетингового аудита продаж* — формирование объективной оценки состояния коммерческой организации в части выполнения ею важнейшей функции — организации и управления продажами.

Однако в каждом конкретном случае эту цель и вытекающие из нее задачи необходимо уточнять. Например, бывает так, что учредитель сразу дает задание директору по продажам увеличить объемы реализации в 4 раза. В таком случае вышеупомянутая цель должна быть дополнена оценкой готовности службы сбыта и смежных подразделений компании к такому расширению объемов продаж.

Стратегический маркетинговый аудит продаж ведет к повышению объемов продаж, сокращению издержек за счет оптимизации структуры затрат, повышению качества обслуживания потребителей товаров и услуг, усилению приверженности потребителей.

Стратегический маркетинговый аудит продаж ставит следующие задачи:

1. проведение диагностики существующей системы управления продажами,
2. анализ рынка и конкурентного окружения;
3. анализ системы управления маркетингом (сбор, обработка и использование внешней информации);
4. анализ структурного обеспечения продаж, системы управления персоналом (подбор, обучение, контроль, мотивация и др.);
5. оценку торгового и обслуживающего персонала,
6. разработку стратегии продаж в компании (ключевые потребители и их интересы, реализация конкурентных преимуществ, отстройка от конкурентов);
7. внедрение системы планирования продаж и регулярной отчетности;

8. оптимизацию основных бизнес-процессов (закупки, внутренняя логистика, организация продаж и пр.);

9. проведение обучения управленческого, торгового и обслуживающего персонала.

В зависимости от специфики проведения маркетингового аудита данные задачи могут уточняться и детализироваться.

*Источниками информации стратегического маркетингового аудита продаж* будут являться: статистические данные о развитии экономики в целом и в разрезе территориальных зон деятельности организаций, материалы маркетинговых исследований, на базе которых строились разнообразные стратегии, результаты ситуационного анализа, SWOT-анализа возможности и угрозы внешней среды, сильные и слабые стороны организаций, результаты STEP-анализа, результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности, бухгалтерская финансовая отчетность, данные управленческого учета, устные высказывания сотрудников и третьих лиц, первичные документы организаций и третьих лиц.

Наиболее распространенная методология стратегического маркетингового аудита — это нахождение ответов на серию открытых вопросов о маркетинговой среде, задачах, стратегиях и оперативной деятельности организации. Основным предметом интереса при проведении стратегического маркетингового аудита является среда маркетинга и контролируемые факторы маркетинга, или так называемые "четыре Р": товар, цена, каналы распределения и стимулирование сбыта.

Однако применение такой методологии в контексте внутреннего аудита представляется проблематичным и затруднительным ввиду трех основных причин, которые приведены в таблице 2.

Таблица 2. Проблемы применения методологии стратегического маркетингового аудита

№п/п	Проблема	Содержание проблемы
1	Расширение методологии маркетингового аудита (внутренний маркетинг, маркетинг услуг)	Методология аудита маркетинга в производственном секторе была разработана в конце 1950-х годов и не учитывает специфики маркетинга услуг, который сформировался в начале 1980-х. В маркетинге услуг вследствие таких товарных свойств услуги, как неосязаемость и неотделимость от источника, появляется потребность в осуществлении дополнительных функций маркетинга. Менеджер, наряду с традиционным внешним маркетингом, планирует и развивает внутренний маркетинг и интерактивный маркетинг, направленные на персонал и качество обслуживания соответственно. В маркетинге услуг эти дополнительные функции подлежат измерению в процессе общего аудита, но традиционная методология аудита этого не учитывает, поскольку не была разработана для сферы услуг.
2	Внутренний потребитель и внутренний продукт недооцениваются методологией маркетингового аудита	Общая ориентация традиционной методологии аудита маркетинга — это внешний маркетинг, направленный на внешнего потребителя и товар осязаемой формы. Внутренний потребитель (персонал фирмы) так же, как и внутренний продукт (качественная работа), недооценивается традиционной методологией аудита маркетинга и выпадает из поля зрения аудитора. Тем не менее специалисты по маркетингу считают, что персонал является неотъемлемой частью услуги, поскольку услугу невозможно отделить от того, кто ее оказывает. Работа персонала становится важным предметом аудита в маркетинге услуг.

3	Методология маркетингового аудита не урегулирована в части внутреннего маркетинга	Методология аудита сфокусирована вокруг "четырёх Р", относительно которых есть общее согласие практиков и теоретиков маркетинга в контексте традиционного маркетинга. В контексте внутреннего маркетинга такого согласия нет, и возникает проблема относительно того, что и как надо измерять.
---	---	--

Стратегический маркетинговый аудит создается на общепризнанных методологических основах различных аспектов маркетинга: сегментировании, позиционировании, оценки привлекательности сегментов и конкурентоспособности. Отличие стратегического маркетингового аудита от собственно маркетинга состоит в том, что он направлен на корректировку и достижение оптимальных пропорций различных элементов комплекса маркетинга, то есть на его актуализацию, приведение в соответствие с меняющимися условиями.

Методологическая сущность стратегического маркетингового аудита продаж определяется использованием в процессе проведения аудита следующих концепций: концепции «четырёх Р», концепции совершенствования производства, концепции совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепции маркетинга и концепции социально-этичного маркетинга и многих других.

Общий план стратегического маркетингового аудита продаж сформиро-

ван на основе процессно-пообъектного подхода и определен следующими планируемыми видами работ: аудитом маркетинговой стратегии проверяемого предприятия, аудитом продуктового портфеля, аудитом спроса и предложения на реализуемый товар, аудитом системы ценообразования выпускаемой продукции, аудитом маркетингового персонала, аудитом рекламной компании организации, предложениями по результатам стратегического маркетингового аудита продаж.

Стратегический маркетинговый аудит продаж может быть внутренний и внешний.

Алгоритм аудита вне зависимости от того, проводят его сотрудники организации или внешние консультанты, является одним из ключевых элементов, который позволяет получить достоверные сведения и достичь поставленной цели.

Примерная программа проведения стратегического маркетингового аудита продаж коммерческой организации представлена в таблице 3.



Таблица 3. Примерная программа стратегического маркетингового аудита продаж

№ п/п	Этап проверки	Содержание	Объект аудиторской проверки	Процедура	Рабочие документы
1	2	3	4	5	6
1.	Аудит маркетинговой стратегии проверяемого предприятия	Эффективность организации тесно связана с ее общей стратегией, анализ которой подразумевает оценку долгосрочных стратегических целей компании, а также способов их достижения.	Бизнес-план Общая стратегия развития организации Маркетинговая стратегия (продуктовая, ценовая, ассортиментная и т.д.)	Аналитические процедуры Сравнительный анализ, SWOT-анализ PEST- анализ среды Силы Портера (Выбор стратегии роста (матрица McKinsey/GE))	Тесты проверки маркетинговой стратегии проверяемого предприятия
2.	Аудит продуктового портфеля	Цели, которые организация ставит в продажах, напрямую вытекают из общей ее стратегии. Эффективность продаж в первую очередь обусловлена стратегией продаж и зависит от того, насколько эта стратегия соответствует общим стратегическим целям организации.	Ассортимент выпускаемой продукции Прогноз на выпуск новых видов продукции Маркетинговая стратегия (продуктовая, ценовая, ассортиментная и т.д.)	ABC-анализ (по клиентам и продуктовому ассортименту) Матрица BCG (расположить активы (бизнес-единицы)/сбалансирован ли портфель) TOWS-АНАЛИЗ (поле «слабости-угрозы») Силы Портера	Разработка матрицы собственных товаров и товаров конкурентов
3.	Аудит спроса и предложения на реализуемый товар	На этом этапе анализируются: структура и география продаж, каналы сбыта, структуры наценок, возможности партнеров. Проводится экспертная оценка доли рынка.	Отчеты о реализации выпускаемой продукции Анализ положения на рынке на выпускаемую продукцию	ABC-анализ (по клиентам и продуктовому ассортименту) Силы Портера, GAP –анализ	Тесты проверки спроса и предложения на реализуемый товар

## Продолжение таблицы 3

4.	Аудит системы ценообразования выпускаемой продукции	Расчет и оценка индексов потребительских цен. Изучение степени и факторов колеблемости цен. Анализ факторов ценообразования с учетом региональных особенностей	Данные об изменении цен, рассчитанные на основе их регистрации; данные о структуре фактических потребительских расходов населения	Аналитические процедуры Сравнительный анализ SWOT-анализ PEST- анализ среды ABC-анализ Матрица BCG TOWS-АНАЛИЗ Силы Портера	Тесты проверки Рыночных цен на выпускаемую продукцию
5.	Аудит маркетингового персонала	Проанализировать состав, профессиональный уровень и эффективность работы маркетингового персонала.	Должностные инструкции управленческого, торгового и обслуживающего персонала Положение о системе оплаты и премировании Программа обучения персонала	Сравнительный анализ SWOT-анализ PEST- анализ среды	Тесты оценки уровня квалификации маркетингового персонала
6.	Аудит рекламной компании организации	Рекламная программа — важный инструмент оперативного маркетинга, направлен на увеличение финансовых результатов. Рекламная программа: наличие элемента неопределенности; необходимость в продвижении все большего количества коммуникационных характеристик.	Изучение рекламной компании и эффективность вложенных средств	Сравнительный анализ	Тесты оценки эффективности проводимой рекламной компании

Продолжение таблицы 3

7.	Предложения по результатам стратегического маркетингового аудита продаж	Выявление всех недостатков в работе	Изучение документов по всем предшествующим этапам разработки и проведения маркетингового аудита продаж	Наблюдение Проверка документации Аналитические процедуры	Отчет со всеми выявленными недостатками в работе и предложения по улучшению экономических показателей
----	---	-------------------------------------	--	--	---

По результатам маркетингового аудита и на основе полученных данных корректируется общая стратегия маркетинга, обеспечивается прибыльность и долгосрочная выживаемость организации. Стратегический маркетинговый аудит продаж позволяет характеризовать маркетинговую стратегию по структуре выпуска различных групп продуктов, ее динамике; освоению новых и закрытию старых производств; общую потребность в различных видах ресурсов и оценку возможностей поставщиков в ее удовлетворении.

Аудит сам по себе не является гарантией проведения соответствующих корректировочных мероприятий. Чтобы быть уверенным в том, что все ресурсы в области продаж и маркетинга используются в полной мере, необходимо назначить ответственных лиц по каждому пункту принятого плана действий, составить временные графики реализации плана и обеспечить соответствующий контроль за исполнением. Распределение ответственности, разработка графика и мониторинг — вот основные гарантии действий.

В рамках стратегического маркетингового аудита продаж могут быть разработаны следующие документы: основные положения стратегия продаж; организационная схема; среднесрочные оперативные планы, формы отчетности; должностные инструкции

для управленческого, торгового и обслуживающего персонала; стандарты сервиса; положение о системе оплаты и премирования; программа обучения персонала. Проведение стратегического маркетингового аудита продаж заканчивается разработкой предложений или стратегии развития системы продаж и организации в целом.

Таким образом, основная функциональная составляющая маркетингового аудита продаж представляет собой ориентированную на долгосрочную перспективу систему информационно-аналитической, методологической и инструментальной поддержки системы управления хозяйствующим субъектом на всем протяжении управленческого цикла по маркетинговым аспектам деятельности этого субъекта, бизнес-процессам и их составляющим бизнес-операциям.

#### Библиографический список

- 1.Егорова С.Е. Методология и инструментарий маркетингового анализа// Автореферат на соискание ученой степени доктора экономических наук, Орел, 2008, с. 48
- 2.Новаторов Э.В. "Маркетинг в России и за рубежом" [www.Advertology.Ru](http://www.Advertology.Ru)
- 3.Пригожин А.И. Организации: системы и люди. - М.:Политиздат, 1983.

- 4.Чередниченко О., Бобров А. Аудит продаж и маркетинга // "Маркетолог" №5 2004г. [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)  
 5.Черемисинов В. Аудит продаж // «Управление продажами» № 1, 2002

#### **Bibliographic list**

1.Egorova S.E. The procedure and tools of marketing analysis// Dissertation abstract of a candidate for a Doctor of Economics degree, Oryol, 2008, p. 48

- 2.Novatorov E.V. "Marketing in Russia and abroad" [www.Advertology.Ru](http://www.Advertology.Ru)  
 3.Prigozhin A.I. Organizations: systems and people. - М.:Politizdat, 1983.  
 4.Tcherednitchenko O., Bobrov A. Sales and marketing audit// "Marketing expert" №5 2004 [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)  
 5.Tcheremisinov V. Sales audit // «Sales management» № 1, 2002

*Н.А. Наумова, Л.К. Попова*

## **ИНДИКАТИВНАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ**

### **Аннотация**

Статья посвящена вопросам применения компетентностного подхода в высшей школе при формировании требований государственных образовательных стандартов к качеству образования. Для количественной характеристики качества обучения определены группы критериев (показателей) и их весовые коэффициенты. Предложена индикативная методика оценки качества образования.

### **Annotation**

The article considers the issues of competence approach to formation of requirements for the state educational standards in higher education quality. It defines groups of criteria (measures) and weighting coefficients which can be used as quantitative characteristics for quality of educational performance. Indicative methods for education performance quality evaluation are also offered in the article.

### **Ключевые слова**

Государственный образовательный стандарт, компетентность, компетенция, качество образования, методы экспертных оценок, оценка качества, критерий (показатель) качества, индикативная методика.

### **Keywords**

The state educational standard, competence, education quality, methods of expert judgements, quality evaluation (quality assessment), quality criterion/index (performance), indicative methods

Требования государства к качеству образования выпускников вузов определяется посредством утверждения государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ГОС ВПО). С момента вхождения России в Болонский процесс перед отечественной системой высшего образования встала задача освоения

компетентностного подхода: ориентация государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования на проектирование результатов образования в виде компетенций.

Основной тенденцией эволюции государственных образовательных стандартов является переход от квалификационного подхода к компетентно-

стному при формировании требований к выпускнику вуза:

- образовательные стандарты первого поколения отражали общие требования к уровню подготовки выпускника;

- стандарты второго поколения содержат квалификационные характеристики, отражающие подготовленность выпускников к видам деятельности и решению профессиональных задач;

- проекты ГОС ВПО нового поколения предусматривают формирование базовых социально-личностных и общекультурных, общенаучных, инструментальных и профессиональных компетенций.

В настоящее время квалификация не является достаточно адекватной мерой для проектирования результатов высшего образования. Работодателям сегодня нужна не просто квалификация, а сочетание ее с компетенцией, то есть социальным поведением, инициативностью, умением принимать решения и отвечать за их последствия. Компетентностный подход в образовании предполагает акцентирование внимания не на самом знании, а на способности его использования.

Согласно требованиям образовательного стандарта третьего поколения, выпускник вуза должен обладать следующими компетенциями [1]:

1. Универсальными:

- общенаучными;
- инструментальными;
- социально-личностными и

общекультурными;

2. Профессиональными.

Ключевая особенность реализации компетентностного подхода в образовательном процессе заключается в том, что результаты обучения описывают компетенции, которые должны быть сформированы в процессе изучения учебного материала. На стадии формулирования результатов образования

следует запланировать адекватные методы и инструменты оценки и контроля усвоения студентами образовательной программы.

В учебном процессе целесообразно использовать смешанный метод оценки качества подготовки специалистов на каждом этапе образовательного процесса. Сущность данного метода заключается в следующем:

1. Единичные показатели качества объединяются в группы, для каждой из которых определяется групповой комплексный показатель качества.

2. Значения групповых комплексных показателей сравниваются с соответствующими значениями базовых показателей.

3. Все группы показателей сводятся в один комплексный показатель, на основании которого определяется итоговая оценка уровня качества.

Таким образом, при разработке системы оценки качества образования целесообразно применение индикативной методики. Индикатор представляет собой выраженный в количественном виде комплекс качественных показателей процесса обучения. Индикативная оценка деятельности вуза характеризует результаты образовательной деятельности на основе системы индикаторов.

Для оценки качества образования, то есть уровня профессиональной компетентности студентов (выпускников) как главного результата образовательного процесса вуза, необходимо выявить набор индикаторов. Данная задача может быть решена с помощью метода экспертных оценок, сущность которого заключается в проведении экспертами интуитивно-логического системного анализа проблемы с количественной оценкой суждений и формальной обработкой результатов. Полученное после обработки обобщенное мнение экспертов является решением задачи.

Каждая дисциплина должна

обеспечить овладение студентом определенного набора компетенций, который определяется непосредственно самой дисциплиной, а также ее принадлежностью к конкретному циклу учебного плана. Изучаемая учебная дисциплина дает возможность освоения какого-либо объема знаний посредством лекционных материалов и овладения какими-либо умениями на практических и лабораторных занятиях. Профессиональные навыки же студент может получить на предприятии во время учебно-производственной и преддипломной практики. Кроме того, важным показателем успеваемости студента является его научно-исследовательская деятельность в виде рефератов, курсовых работ и проектов и, в конечном итоге, дипломного проекта.

Таким образом, единичные критерии качества обучения (компетенции) могут быть объединены в группы критериев в соответствии с видами обучения, в рамках которых могут вырабатываться те или иные компетенции:

Группа 1. Теоретические знания (фундаментальные знания, полученные на лекционных занятиях).

Группа 2. Профессиональные умения (фундаментальные знания, закрепленные на практических и лабораторных занятиях).

Группа 3. Практические навыки

(знания и умения, отработанные в условиях практики на производстве).

Группа 4. Творческие способности (применение полученных знаний, умений и навыков для производства новых знаний, то есть научно-исследовательская работа студентов).

Данные группы показателей качества являются индикаторами, количественно характеризующими результат образовательного процесса. Все четыре индикатора в совокупности образуют интегральный показатель, который представляет собой однозначную оценку качества образования.

В качестве комплексного показателя качества по группе будем использовать средний взвешенный показатель, который рассчитывается по формуле 1:

$$Q_i = \sum_{j=1}^m (w_j * q_j),$$

(1)

где  $w_j$  – коэффициент весомости  $j$ -го показателя качества,  $m$  – число учитываемых показателей,  $q_j$  – относительный  $j$ -й показатель качества.

Таким образом,  $Q_1, Q_2, Q_3, Q_4$  – комплексные показатели качества по каждой группе характеристик – знаний, умений, навыков и научно-исследовательской работы (рис.1).

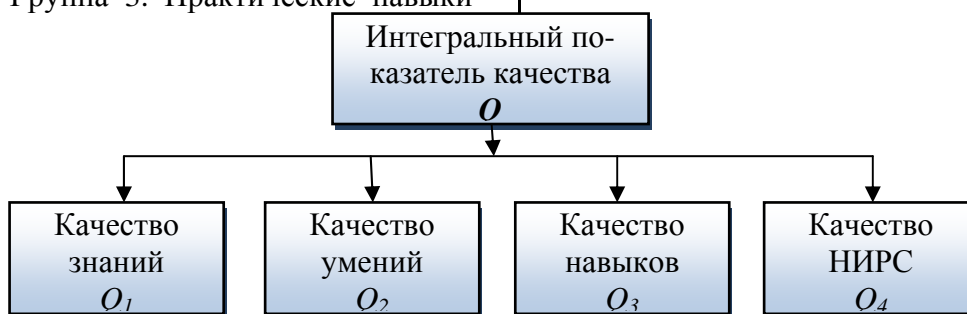


Рис. 1. Структура интегрального показателя качества образования

Компетентностный подход в профессиональном образовании предполагает овладение студентом в процессе обучения набором общих и специальных компетенций, разработанным в

ходе общеевропейского проекта TUNING (настройка образовательных структур в Европейском пространстве высшего образования). Полученный список включает 37 компетенций, кото-

рые подразделяются на специальные, инструментальные, социально-личностные и организационно-управленческие. Такая классификация компетенций соотносится с классификацией, представленной в ГОС ВПО, однако, с точки зрения оценки качества обучения наибольший интерес представляет распределение данных компетенций между группами показателей качества, определенными выше.

Для расчета весовых коэффициентов групп показателей качества обучения и для определения значимости видов обучения используется метод экспертных оценок. Экспертные оценки представляют собой комплекс логических и математических процедур, направленных на получение от специалистов информации, ее анализ и обобщение с целью подготовки и выработки рациональных решений.

Для выявления набора критериев (индикаторов) качества обучения и определения их весовых коэффициентов был проведен опрос экспертов по методу Дельфи, согласно которому с помощью метода «мозговой атаки» была разработана программа последовательных индивидуальных опросов экспертов [2]. Данный метод предполагает проведение экспертного опроса в несколько туров и ознакомление экспертов с мнениями друг друга между турами.

В качестве экспертов выступают преподаватели высших учебных заведений г. Ростова-на-Дону (РГЭУ «РИНХ»,

СКАГС, ЮРГИ и др.), стаж научно-педагогической работы которых превышает 10 лет. Экспертам было предложено произвести ранжирование весо-мости показателей в порядке из предпочтения: самому важному показателю присваивается ранг 1, следующему по важности – 2 и т.д. После того как данные от экспертов собраны, выполнена обработка полученных оценок, в результате чего получены следующие значения коэффициентов весо-мости параметров (групп параметров) качества:

$$W_1 = 0,330; W_2 = 0,33; W_3 = 0,200; W_4 = 0,140.$$

Так как полученные от экспертов оценки могут рассматриваться как случайные переменные, распределения которых отражают суждения специалистов о вероятности того или иного события, то необходимо провести оценку согласованности мнений экспертов в пределах каждого критерия. Для этого применим обобщенные статистические характеристики (средние и меры разброса [3]), значения которых представлены в табл. 1.

Согласованность мнений экспертов о весо-мости всех показателей качества определена с помощью коэффициента конкордации (согласия) Кендалла  $W$ , значение которого составило 0,69, что говорит о хорошей согласованности мнений экспертов, так как минимальным значением коэффициента конкордации, при котором мнения экспертов считают согласованными, равно 0,5.

Таблица 1. Оценки согласованности мнений экспертов

Крите- рии	Ве- совые ко- эффици- енты	Оценки согласованности мнений экспертов			
		Сред- нее значе- ние	Дис- персия	Средне- квадратичное отклонение	Ко- эффициент вариации (%)
1	2	3	4	5	6
Группа 1	<b>0,33</b>	1,67	0,242	0,492	29,54

Продолжение таблицы 1

Группа 2	<b>0,33</b>	1,67	0,788	0,888	53,26
Группа 3	<b>0,2</b>	2,75	0,568	0,754	27,41
Группа 4	<b>0,14</b>	3,92	0,083	0,289	7,37

Анализируя результаты экспертного оценки, можно сделать вывод о том, что многие преподаватели, принимавшие участие в опросе, считают наиболее важными формами обучения лекционные и практические (лабораторные) занятия, на которых формируются базовые, фундаментальные знания в профессиональной области. Интересно также, что абсолютное большинство экспертов на последнее место ставят творческие способности студента, необходимые для выработки нового знания, поиска инновационных решений профессиональных задач.

Качество профессиональной подготовки выпускников вузов важно не только для самого вуза, но и для работодателей. Результаты проведенного исследования отражают отношение к качеству выпускников производителя (вуза), однако, точкой зрения на проблему качества потребителя (работодателя) не следует пренебрегать.

Для более глубокого анализа требований к качеству подготовки специалистов был проведен второй экспертный опрос по методу Дельфи. При

этом в качестве экспертов выступили непосредственные потребители услуг высших учебных заведений, то есть работодатели. В опросе приняли участие руководящие работники крупной ростовской телекоммуникационной компании, крупной строительной организации, регионального управления европейской торговой сети, авторитетного интернет-агентства и др. Профессиональная деятельность всех экспертов, участвующих в опросе, непосредственно связана с управлением персоналом и производством, а стаж работы на управляющей должности превышает 15 лет.

В результате обработки экспертных мнений, полученных от представителей работодателей, коэффициенты весомости параметров (групп параметров) качества приняли следующие значения:

$$W_1 = 0,178; W_2 = 0,377; W_3 = 0,271; W_4 = 0,174.$$

Оценка согласованности мнений экспертов проводится с помощью расчета обобщенных статистических характеристик (табл. 2) и коэффициента конкордации Кендалла.

Таблица 2. Оценки согласованности мнений экспертов

Критерии	Весовые коэффициенты	Оценки согласованности мнений экспертов			
		Среднее значение	Дисперсия	Среднеквадратичное отклонение	Коэффициент вариации (%)
Группа 1	<b>0,18</b>	3,17	0,333	0,577	18,23
Группа 2	<b>0,38</b>	1,50	0,636	0,798	53,18



Продолжение таблицы 2

Группа 3	<b>0,27</b>	2,08	0,992	0,996	47,82
Группа 4	<b>0,17</b>	3,25	1,114	1,055	32,47

Коэффициент конкордации Кенделла  $W = 0,44$ . Следовательно, мнения экспертов недостаточно согласованы. Среди экспертов-работодателей существуют группы с высокой согласованностью мнений, но обобщенные мнения этих групп противоположны. Для выявления данных групп с высокой согласованностью мнений для каждого эксперта построена матрица упорядочения в канонической форме на основе ранжирования групп показателей качества, а

также вычислено расстояние Кемени, на основе которых построен граф взаимосвязи мнений экспертов (рис.2).

Далее одного эксперта исключают из совокупности и подсчитывают коэффициент конкордации  $W_I$  для оставшихся:

- если  $W_I > W$ , то данный эксперт исключается из совокупности;
- если  $W_I < W$ , то данный эксперт остается в совокупности.

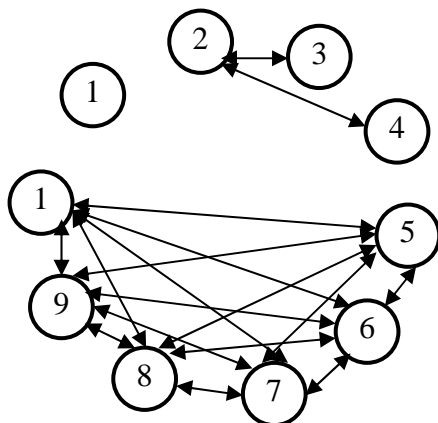


Рис. 2. Граф согласования мнений экспертов

Таким образом, исключив из рассмотрения эксперта №1, получили значение  $W = 0,64$ , который и выявил группы, внутри которых степень согласованности мнений очень высока: первая группа состоит из экспертов 2, 3, 4, во вторую группу входят эксперты 5, 6, 7, 8, 9 и 10.

Результаты двух описанных выше экспериментов позволяют говорить

о том, что мнения о качестве подготовки специалистов производителей и потребителей в сфере высшего образования существенно отличаются. На рисунке 3 представлена диаграмма, которая позволяет наглядно оценить разницу результатов опроса среди экспертов-преподавателей и экспертов-работодателей:

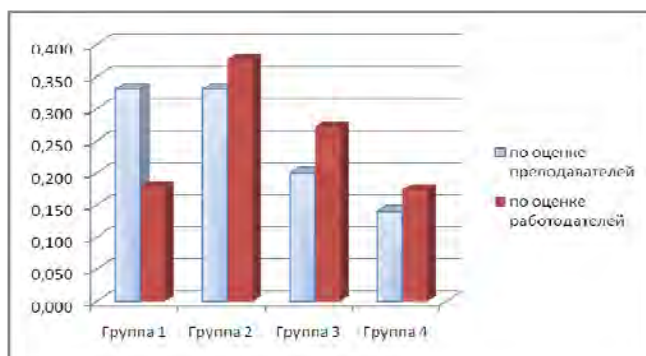


Рис. 3. Сравнительная диаграмма результатов опроса экспертов-преподавателей и экспертов-работодателей

Как видно, мнения экспертов среди преподавателей и работодателей относительно важности первой группы параметров качества обучения, к которой относится уровень теоретической подготовки студента, сильно разнятся. Преподаватели считают, что теория должна составлять третью часть от всего содержания обучения, а работодатели оставили для нее всего 18%, поставив ее на одну ступень с творческими способностями. Это связано с тем, что классическое высшее образование в нашей стране ориентировано на формирование фундаментальных теоретических научных основ знаний у студентов. Поэтому образовательные программы высшего профессионального образования составлены таким образом, что основную часть учебной аудиторной нагрузки студента составляют лекционные занятия.

Для производственной сферы, в которой выпускник вуза должен будет вести свою профессиональную деятельность, важна не теоретическая подготовка специалиста, а его способность применять знания в реальных производственных условиях. Поэтому между коэффициентами весомости первой группы показателей качества, полученными при опросе экспертов-преподавателей и экспертов-работодателей, такая большая разница.

По поводу всех остальных показателей качества мнения обеих групп экспертов более согласованны. Отметим

только, что преподаватели определили как одинаково важны первые две группы показателей: знания и умения, тогда как работодатели существенно выше ценят именно профессиональные умения специалиста, а теоретическую подготовку и способности к инновационной деятельности для них несущественны.

Очевидно, что такая существенная разница между требованиями к качеству подготовки специалистов со стороны производителей и потребителей продукции вузов возникает из-за независимости обеих сторон. Выпускник проходит как минимум две стадии проверки своих знаний, умений и навыков: итоговую аттестацию в вузе и вступительные испытания при приеме на работу. В первом случае требования к качеству образования студенту (выпускнику) известны на протяжении всего периода обучения, более того, в соответствии с этими требованиями и ведется процесс обучения. Поэтому теоретически студент готов к итоговой аттестации в вузе. Однако требования работодателя к выпускнику вуза могут сильно отличаться от требований вуза.

Таким образом, проблема разницы в оценке качества подготовки специалиста сводится к проблеме отсутствия взаимосвязи между его производителем и потребителем. На сегодняшний день предпринят ряд попыток организовать такую взаимосвязь. Например, формирование профессиональных квалификационных стандартов необходимо

осуществлять при участии работодателей в соответствующей области профессиональной деятельности. Кроме того, в состав итоговой аттестационной комиссии также рекомендуется включать работающего специалиста. Несомненно, подобные решения важны, но для повышения качества высшего образования требуется комплексный подход.

Очевидно, что хорошие и отличные оценки в приложении к диплому о высшем образовании не являются абсолютной гарантией успешной профессиональной деятельности, ввиду того что критерии оценки преподавателей и работодателей не одинаковы. Тем не менее несогласованность подходов к оценке качества подготовки не является основным недостатком в образовательной системе. Проблема гораздо глубже. Молодые специалисты, как правило, отличаются не отсутствием знаний, а неспособностью применять их к реальным производственным ситуациям.

Поэтому главным приоритетом в процессе модернизации образовательного процесса становится преодоление разрыва между знаниями студента и его деятельностью, то есть между теорией предполагаемых действий и практикой.

Реализация индикативных критериев качества основана на статистических данных оценки образовательных достижений студентов и обработки результатов контроля усвоения знаний студентами посредством совокупности методов математической статистики, подтверждающих возможность количественной оценки качества образования в вузе. Данный подход использован при разработке балльно-рейтинговой системы оценки качества обучения студентов (выпускников) вуза.

Оценка успеваемости по каждой дисциплине учебного плана выводится исходя из одинаковой максимальной суммы рейтинговых баллов, равной 100 (100%). Максимальное количество баллов ( $B_{max}$ ), которое может получить сту-

дент в конце семестра по какой-либо дисциплине, равно 100. Контрольным периодом, по итогам которого проводится аттестация по каждой дисциплине, будем считать семестр. Для каждой конкретной дисциплины контрольный период может быть разбит на несколько контрольных точек, количество которых ( $k$ ) определяет преподаватель. Тогда максимальное количество баллов, которое может получить студент за каждую контрольную точку ( $B_{k\ max}$ ), есть частное от деления 100 баллов на количество контрольных точек ( $k$ ). Контрольная точка считается засчитанной, если количество баллов, полученное студентом, равно либо превышает некоторое пороговое количество баллов ( $B_{k\ min}$ ). Будем считать, что пороговое количество баллов для каждой контрольной точки равно половине от ее максимального значения

Количество баллов за каждую контрольную точку, в свою очередь, складывается из четырех составляющих (формула 2), которые являются показателями (критериями) качества подготовки студента:

- баллов за активность на лекционных занятиях  $B_{Лк}$  (выставляются на основе количества пропусков занятий студентом к моменту контрольной точки, а также за работу студента на занятиях (вопросы студента преподавателю, ответы студента на вопросы преподавателя);

- баллов за теоретическую подготовку  $B_{Тк}$  (определяются по результатам проведения контрольных мероприятий по какой-либо теме либо разделу дисциплины. Форма проведения данного контроля остается на усмотрение преподавателя (устный или письменный опрос, тестирование и др.);

- баллов за выполнение практических или лабораторных работ  $B_{Пк}$  (выставляются за выполнение практических или лабораторных работ);

- баллов за научно-

исследовательскую работу  $B_{Hk}$  (выставляются в том случае, если программа обучения по данной дисциплине предусматривает подготовку курсовой работы (проекта), реферата, а также за участие в студенческих конференциях, конкурсах, олимпиадах и др.).

$$B_k = B_{\dot{E}k} + B_{\dot{O}k} + B_{\dot{I}k} + B_{\dot{I}k} \quad (2)$$

Для учета несвоевременности прохождения контрольных мероприятий и пропусков занятий необходимо ввести отрицательную составляющую рейтинга – штрафной балл ( $B_{Шк}$ ): в штрафной рейтинг засчитывается пропуск контрольной точки – по 20% от максимального количества баллов по данной контрольной точке. Сумма штрафных баллов вычитается из рейтинга за весь контрольный период.

$$R_{\dot{E}} = \sum_{k=1}^n B_k - \sum_{k=1}^n B_{\dot{O}k} \quad (3)$$

Введение в рейтинг отрицательной составляющей в виде штрафного балла является дополнительным стимулом для студентов, так как даже успешная сдача всех контрольных точек в период зачетно-экзаменационной сессии не позволяет ему получить оценку «отлично».

Рейтинг-балл за контрольную точку промежуточным интегральным показателем качества образования студента. Результаты экспертного опроса

преподавателей позволяют рассчитать максимальное количество баллов всех составляющих контрольной точки:

–  $B_{Тк}$  – баллы за теоретическую подготовку, доля участия которой в интегральном показателе качества образования составляет 33%;

–  $B_{Пк}$  – баллы за практические (лабораторные) умения, которые влияют на конечное качество образования студента так же, как и теоретическая подготовка, и составляют 33% от итоговой оценки;

–  $B_{Hk}$  – то есть баллы за научно-исследовательскую работу вносят вклад в интегральную оценку качества образования в размере 14%;

–  $B_{Лк}$  – получено вычитанием суммы баллов трех известных нам показателей качества из общего числа баллов. Следует отметить, что при этом не приравнивается данный показатель к практическим навыкам, которые вырабатываются при прохождении практики на производстве.

Допустим, что некоторая дисциплина, изучаемая студентами в течение одного семестра, предполагает проведение четырех контрольных точек. Так как максимальное количество рейтинг-баллов равно 100 или 100% ( $B_{max} = 100$ ), то максимальное количество баллов за каждую контрольную точку составит 25 ( $B_{k\ max} = 25$ ,  $B_{k\ min} = 13$ ,  $B_{Шк} = 5$ ), которое необходимо распределить между четырьмя показателями качества знаний студентов (табл. 6):

Таблица 3. Шкала оценок различных видов контроля

Критерий	мин балл	макс балл	«неуд.»	«неовл.»	«удовл.»	«хорошо»	«отлично»
$B_{Лк}$	0	5	2	0 –	3	4	5
$B_{Тк}$	0	8	3	0 –	5	4 –	6 – 7 –

Продолжение таблицы 3

$V_{ПК}$	0	8	3	0 –	4 –	5	6 – 7	7 –	8
$V_{НК}$	0	4	2	0 –	3			4	

Итоговый рейтинг по каждой дисциплине переводится в дифференцированную оценку по традиционной 5-балльной системе и выставляется в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента.

Такая система позволяет если не полностью исключить, то свести к минимуму получение студентами случайных оценок. Данная технология предлагается в дополнение к основной системе оценки, представляющей собой аттестацию студентов в конце каждого учебного года, ввести рейтинговую систему оценки знаний, умений и навыков студентов.

#### Библиографический список

1. <http://www.edu.ru/db/portal/spe/3v/3101071.htm> – Российское образование. Федеральный портал.
2. Системный анализ в управлении:

учеб. пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушник; под ред. А.А. Емельянова.: Финансы и статистика, 2007. – 368с.

3. Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. – М.: Статистика, 1980. – 263 с.

#### Bibliographic list

1. <http://www.edu.ru/db/portal/spe/3v/3101071.htm> – Russian Education. Federal portal.
2. System Analysis In Management: Tutorial / V.S. Anfilatov, A.A. Emelyanov, A.A. Kukushnik.: Finance and statistics, Moscow, 2007. 368 p.
3. Beshelev S.D., Gurevich F.G. Mathematical and statistical methods of expert judgements. Statistics, Moscow, 1980. 263 p.

## РАЗДЕЛ 6. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

*Т.Т. Юнусова*

### ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

#### Аннотация

Статья посвящена проблеме уточнения и дополнения цели валютного контроля как инструмента обеспечения внешнеэкономической безопасности страны в условиях глобализации.

#### Annotation

The article is devoted to the issue of specification of currency control objective as a tool to ensure external economic safety of the country under conditions of globalization.

#### Ключевые слова

Валютный контроль, внешнеэкономическая безопасность, глобализация, функции валютного контроля

#### Keywords

Currency control, external economic safety, globalization/ currency control functions

В условиях современного глобального кризиса возникает дополнительная потребность в уточнении понятия валютного контроля как инструмента обеспечения внешнеэкономической безопасности России.

Проблема теоретического обоснования результативности действующей системы валютного контроля в России продолжает оставаться актуальной. В рамках данной статьи в целях решения поставленной задачи необходимо: уточнить терминологическую базу; в полной мере изучить экономическую сущность валютного контроля; влияние основных тенденций его развития на государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.

По мнению Б.Г. Федорова, «валютный контроль в широком понимании – контроль за проведением внешнеэкономических операций»[1]. Необходи-

можно заметить, что точка зрения Б.Г. Федорова существенно отличается от точек зрения других отечественных экономистов. Частично это может быть объяснено тем, что это определение было дано еще в конце 80-х гг. XX в., до возникновения системы валютного контроля в рыночной экономике, и потому речь в нем идет не о соблюдении валютного законодательства, а о контроле государства за проведением внешнеэкономических операций.

Данное определение отражает рассмотрение специфики обеспечения внешнеэкономической безопасности и дает наиболее широкую трактовку сущности валютного контроля. Но постепенно эволюция понятийно-категориальных интерпретаций содержания валютного контроля идет в направлении сужения понимания его сущности.

Уже в 1992 г. в Законе «О валютном регулировании и валютном контроле» указывалось, что «целью валютного контроля является обеспечение соблюдения валютного законодательства при осуществлении валютных операций» [2]. Исходя из этого нормативно-правового акта многие российские ученые приняли такой подход за определение понятия валютного контроля, прибегая лишь к некоторой его детализации. Профессор Л.Н. Красавина считает, что обеспечение соблюдения валютного законодательства при проведении валютных операций происходит путем проверок [3], то есть к определению цели, данному в старом законе, добавляется метод проверок.

При трактовке валютного контроля И.Н. Платонова вводит конкретные лица резидентов и нерезидентов, совершающих валютные операции [4].

По мнению З.А. Сабова, под валютным контролем понимается «частичное или тотальное регулирование платежного оборота с границей посредством прямого или косвенного государственного вмешательства» [5]. Данное определение предписывает тотальное или частичное регулирование платежного оборота, а не соблюдение валютного законодательства.

По существу, высказанные точки зрения отражают его контрольную функцию, которая состоит: в проведении проверок коммерческими банками представляемых документов перед осуществлением валютных операций, контроле за проведением валютных операций, проверке валютных операций на соответствие валютному законодательству, привлечении к ответственности за нарушение валютного законодательства. И в этом заключается неотъемлемая черта валютного контроля.

Зарубежные авторы также излагают свои точки зрения на валютный контроль. Так, П. Линдерт отмечает, что согласно законам валютного контроля,

экспортеры должны все обязательства иностранцев (то есть иностранную валюту) передавать правительству США. Если правительство желает поддерживать курс в 1 доллар и не имеет намерения ограничивать возможности американской экономики, чтобы уравнивать спрос и предложение иностранной валюты на уровне одного доллара за фунт стерлингов, тогда оно будет вынуждено ограничивать право покупки иностранной валюты [6]. Как видим, речь идет о валютном контроле, направленном на ограничение ввоза иностранной валюты с целью поддержания равновесия в экономике страны. Следовательно, валютный контроль имеет макроэкономическую значимость, способствуя тем самым обеспечению внешнеэкономической безопасности страны.

Мишелем Пембро валютный контроль рассматривается как простая централизация всех расчетов с границей, когда национальная валюта конвертируется в иностранную валюту только административным путем по курсу, определенному государственными властями, и как регламентация валютных операций, касающихся сроков осуществления расчетов по текущим операциям, операций частных лиц и движения капиталов [7].

Отличительная особенность определения понятия «валютный контроль» российскими авторами в том, что они понимают под ним централизацию валютных ресурсов у государства, ограничение объема импорта размером выручки от экспорта, валютные ограничения и регламентацию валютных операций по срокам проведения, а не соблюдение валютного законодательства при проведении валютных операций.

Зарубежные ученые склоняются в своих определениях к тому, что валютный контроль играет, прежде всего, регулирующую роль. Выполнение же резидентами и нерезидентами регламентаций валютных операций, касаю-

щихся сроков осуществления расчетов по текущим операциям, операций частных лиц и движения капиталов, ограничение текущих международных платежей, связанных с международным движением капитала, приводит к изменению направления движения валютных потоков на внутреннем и мировом валютных рынках. Таким образом, современное понимание сущности валютного контроля данными авторами очень близко к пониманию его взаимосвязи с внешнеэкономической безопасностью государства.

Анализ как зарубежных, так и отечественных определений понятия валютного контроля показывает существенное отличие их от законодательного, что побуждает к формированию собственного видения проблемы.

Регулирующая функция сводится к определению объема прав и обязанностей лиц, участвующих в совершении валютных операций. Контрольная же функция состоит в осуществлении проверок коммерческими банками при соблюдении действующих регулирующих нормативов. Таким образом, валютный контроль представляет собой многомерный процесс, которой можно понимать в широком и узком смысле.

Следовательно, *валютный контроль*, выполняющий контрольную и регулирующую функцию, представляет собой систему действий, которые направлены на соблюдение валютного законодательства и ведомственных нормативных актов, регламентирующих проведение валютных операций резидентов и нерезидентов в целях, установленных государством (узкий смысл), а также обеспечение внешнеэкономической безопасности государства путем регулирования межстрановых финансовых потоков (широкий смысл).

В связи с двойственной сущностью валютного контроля в экономической литературе отсутствует единство в понимании его целей.

Нельзя не согласиться с точкой зрения Л.Н. Красавиной, что целью повседневного контроля является противодействие «бегству» капитала за границу, но данной цели можно достичь лишь при осуществлении промежуточных задач: репатриации экспортной валютной выручки и получении оплаченных импортируемых товаров, при этом она охарактеризовала «бегство» капитала как «ускоренный отток больших объемов капитала, вывозимых по легальным и нелегальным каналам при разной срочности и функциональном назначении активов» [8].

Сходную позицию занимает и А.Г. Наговицин [9], который, как и Л.Н. Красавина [10], считает, что цель валютного контроля – предотвращение «утечки» капитала из страны. В.И. Мельников, М. Мовсесян полагают, что целью валютного контроля является «обеспечение объема продажи валютной выручки, достаточного для поддержания стабильности на валютном рынке» [11].

Как видим, цели валютного контроля, принятые Л.Н. Красавиной, А.Г. Наговициным, В.И. Мельниковым, М. Мовсесяном, не противоречат друг другу: следовательно, при достижении одной цели может быть достигнута и другая.

Щеголева Н.Г. раскрывает цель валютного контроля через такие действия, как: репатриация валютной выручки; обеспечение объема продажи валютной выручки, достаточного для поддержания стабильности на валютном рынке; осуществление повседневного контроля для противодействия бегству капитала за границу; сокращение не связанных с торговлей обменных процессов [12].

В данном случае используется тот же подход, что и в российских определениях сущности валютного контроля, – его цели рассматриваются в узком смысле слова.



С позиций зарубежных экономистов, валютный контроль имеет более глобальные цели: поддержание фиксированных валютных курсов и платежного равновесия; защиту национальной валюты административными мерами, включая экономические, валютно-политические, обеспечение национальной и международной безопасности.

И.Н. Платонова придерживается некоторых положений, высказанных зарубежными учеными, и считает, что «в качестве главных целей валютного контроля и валютных ограничений можно выделить: обеспечение экономической безопасности; стимулирование развития внешнеэкономических связей; формирование валютных резервов страны; выполнение международных обязательств страны».

Следует признать, что цели валютного контроля, указанные в работах зарубежных и некоторых отечественных ученых, присущи валютной политике как таковой. Валютный контроль является способом реализации валютной политики государства в области организации контроля и надзора за соблюдением законодательства в сфере валютных операций (контроль за перемещением через таможенную границу валютных ценностей, за выполнением резидентами обязательств перед государством в иностранной валюте), поэтому достижение целей валютного контроля способствует осуществлению целей валютной политики.

Наиболее полным является следующее определение цели валютного контроля в условиях глобализации: он направлен на обеспечение внешнеэкономической безопасности государства (поддержание устойчивого курса национальной валюты и противодействие «утечке» капитала за границу) путем соблюдения валютного законодательства при осуществлении валютных операций посредством механизма:

- использования, применения методологии и формирования валютного курса;

- установления соответствия проводимых валютных операций действующему законодательству;

- предотвращения необоснованных платежей по импорту;

- обеспечения ввоза товара импортером на таможенную территорию страны в сумме оплаты за этот товар иностранному контрагенту;

- репатриации валютной выручки и зачисления на счета в уполномоченных банках;

- отслеживания выполнения резидентами обязательств в иностранной валюте перед государством;

Что касается вывоза, оттока, перевода капиталов за границу, то они символизируют вполне естественные в межгосударственных отношениях экономические процессы. Вывоз капитала означает инвестиции, переведенные за рубеж легальным и нелегальным путем, при этом доходы от вторых не будут возвращены в страну. Определение «утечка» капитала подчеркивает, что явление, обозначаемое им, носит для государства характер настоящей проблемы, которую необходимо преодолеть.

«Утечка» капитала за пределы России объясняется экономическими интересами собственников или законных владельцев вывозимых капиталов. Эти экономические интересы формируют стремление собственников: а) сохранить свои капиталы; б) приумножить и заставить их работать; в) легализовать то, что получено не всегда законным путем, чтобы можно было передать их по наследству, распорядиться ими официально; г) получить с капиталов более высокий доход, чем это возможно на территории России, не возвращая его на родину и т.д.

«Утечка» капитала провоцируется преимущественно неразвитыми рыночными факторами, среди которых преобладают следующие: низкий уровень развития рыночных отношений в стране; отсутствие объектов для вложения капитала, отвечающих интересам инвесторов; криминализация экономики и коррумпированность власти. Но нельзя сбрасывать со счетов и нерыночные факторы, такие как: несовершенство законодательной базы; непредсказуемость политической ситуации; недоверие населения к политическим и экономическим институтам страны.

Одно из необходимых условий решения данной проблемы – наделение на законодательном уровне органов и агентов валютного контроля правом приостанавливать валютные операции по сделкам, обладающим признаками подозрительности, и возлагать на них обязанности по передаче информации об этих сделках в федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный Правительством Российской Федерации.

При осуществлении деятельности в сфере валютного контроля органы и агенты валютного контроля достигают указанной цели при использовании инструментария вышеприведенного механизма. Построение валютного контроля как инструмента обеспечения внешнеэкономической безопасности государства в условиях глобализации должно основываться на принципах управляемости, эволюционности, соответствия и адекватного правового сопровождения.

*Принцип управляемости* предполагает, что процесс создания и последующего развития валютного контроля должен идти под сознательным контролем общества, государства, самого банковского сообщества. Для этого необходимо наличие коллективно разработанной, принятой большинством концепции развития валютного контроля, соответствующих рабочих программ,

проектов и их реализация при согласовании усилий всех заинтересованных участников процесса. Концепции, конкретные программы, проекты и способы их реализации должны периодически уточняться, при необходимости корректироваться, изменяться соответственно сложившимся условиям. Приоритет отдается экономическим мерам в реализации государственной политики в области валютного контроля.

*Принцип эволюционности* предполагает превращение имеющейся совокупности органов и агентов валютного контроля в системный организм. Их последующее развитие следует осуществлять путем постепенного совершенствования структурных параметров, последовательного накопления количественных и качественных изменений, основательного изучения новых операций и технологий, формирования адекватных взаимодействий между элементами единого контроля и клиентами.

*Основы принципа соответствия* – во-первых, это валютный контроль на любом конкретном этапе развития должен соответствовать возможностям предложения банка как ключевого агента контроля и ожиданиям от него клиентов (характер, цели и направления деятельности, перечень и условия предоставления услуг); во-вторых, необходимо достижение и поддержание соответствия между целями внешнеэкономической безопасности и свободой предпринимательской деятельности субъектов экономики (резидентов и нерезидентов), согласованность их действий, взаимодополняемость, единство целей и способов работы, совместимость.

*Принцип адекватного правового сопровождения* означает разработку и принятие таких законов и иных нормативных актов, которые реально отражают изменяющиеся процессы в рыночной экономике и определяют полноту охвата нормами права как в

стратегическом, так и в тактическом аспекте; внутреннюю непротиворечивость; своевременность разработки правовой базы валютного регулирования и валютного контроля.

Реализация вышеназванных принципов валютного контроля дает возможность сформировать системный подход для предупреждения форс-мажорных обстоятельств (системы раннего реагирования).

#### Библиографический список

1. Федоров, Б.Г. Валютная политика СССР, взгляд в будущее / Б.Г. Федоров. – М.: Финансы и статистика, 1990. – С. 14.
2. О валютном регулировании и валютном контроле: Федеральный Закон от 09.10.1992 № 3615-1 // Ведомости СНД и ВС РФ. № 45. – С. 2542.
3. Красавина, Л.Н. Пути оздоровления банковской системы России / Л.Н. Красавина // Бизнес и банки. 1999. 3 нояб.
4. Платонова, И.Н. Валютное регулирование в современной мировой экономике / И.Н. Платонова. – М.: Финансы и статистика, 1999. – С. 119.
5. Сабов, З.А. Валютная конвертируемость в переходный период / З.А. Сабов. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 1998. – С. 181.
6. Линдерт, П. Экономика мирохозяйственных связей / П. Линдерт. – М.: Прогресс, 1992. – С. 102.
7. Пebro, М. Международные экономические, валютные, финансовые отношения / М. Пebro. – М.: Прогресс, 1994. – С. 145.
8. Красавина, Л.Н. Бегство капитала из России и пути его сдерживания / Л.Н. Красавина. // Деньги и кредит. 2000. № 11. – С.41.
9. Наговицин А.Г. Валютная политика / А.Г. Наговицин. – М.: Экзамен, 2000. – С. 227.
10. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / под ред. Л.Н.

Красавиной. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 523.

11. Мельников, В.И. Вопросы валютного регулирования / В.И. Мельников, Мовсесян М. // Экономист. 1999. – С. 18.

12. Щеголева, Н.Г. Валютное регулирование на пути к либерализации валютного рынка / Н.Г. Щеголева // Банковское дело. 2001. № 10. – С. 23-26.

#### Bibliographic list

1. Fiodorov B.G. The USSR's Currency Policy, Insights into the Future / B.G. Fiodorov. – Moscow: Finance and Statistics, 1990. – p.14.
2. On Currency Regulation and Currency Control: Federal Law of 09.10.1992 # 3615-1 // Vedomosti SND and VS RF. # 45. P.25-42.
3. Krasavina L.N. The ways of Russia's Banking System Revival / L.N. Krasavina // Business and Banks. November 3, 1999.
4. Platonova I.N. Currency Regulation in Modern World Economy / I.N. Platonova–Moscow: Finance and Statistics, 1990. – p.119.
5. Sabov Z.A. Currency Convertibility in the Transition Period / Z.A. Sabov – St. Petersburg: St. Petersburg University publishing house, 1998. – p.181.
6. Lindert P. Global Economy Ties / P. Lindert. – Moscow: Progress, 1992. – p. 102.
7. Pebro M. International Economic, Currency, Financial Relations / M. Pebro. – Moscow: Progress, 1994. – p. 145.
8. Krasavina L.N. Capital Escape from Russia and the Ways to curb it / L.N. Krasavina. // Money and Credit. 2000. # 11. – p. 41.
9. Nagovitsin A.G. Currency Policy / A.G. Nagovitsin. – Moscow: Examen, 2000. – p. 227.
10. International Monetary, Credit and Financial relations / edited by L.N. Krasavina. – Moscow: Finance and Statistics, 2000. – p.523.

11.Melnikov V.I. Currency Regulation Issues / V.I. Melnikov, Movsesjan M. // Economist. 1999. – p.18.

12.Schegoleva N.G. Currency Regulation on the Way to Currency Market Liberalization / N.G. Schegoleva // Banking. 2001. # 10. – p.23-26.

*А.Н.Багба*

## **ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

### **Аннотация**

В статье обосновывается необходимость расширения внешнеэкономических связей Республики Абхазии и усиления роли государства в регулировании этого процесса. Это вызвано необходимостью ускоренного восстановления и развития народнохозяйственного комплекса страны. Дан анализ внешнеэкономических связей за последние годы и выявлены определенные противоречия и дисбалансы в этом процессе. Серьезное внимание уделяется установлению взаимовыгодных экономических связей между хозяйствующими субъектами Абхазии и Российской Федерации.

### **Annotation**

The necessity of the expansion of external economic connection of the Republic of Abkhazia and strengthening of the state's role in regulating of this process is settled down in this article. It is caused by the necessity of intensive rehabilitation and development of national economical complex of the country. The analysis of external economic connection was given and certain contradictions and disbalances of the process were indicted. The great importance is given to the establishment of mutually advantageous economic relations between economic subjects of Abkhazia and the Russian Federation.

### **Ключевые слова**

Либерализация внешнеэкономической деятельности, экспорт, импорт, государственное регулирование внешнеэкономической деятельности, сальдо внешнеторгового оборота, экономическая интеграция.

### **Key words**

Liberalization of external economic activity, export, import, state regulation of external economic activity, saldo of the external trade turnover, economic integration.

Современное социально-экономическое развитие бывших советских республик свидетельствует о том, что политика изолированного развития от внешнего мира (автаркия), имевшая место в этих странах в 90-х годах, привела к отставанию от прогрессивных мирохозяйственных тенденций. Один из теоретических доводов сторонников автаркии состоит в том, что создание обо-

собленной от остального мира хозяйственной единицы будто бы предохраняет ее от колебаний мировой экономической конъюнктуры, а следовательно, и от возможных в связи с этим кризисных явлений с их отрицательными последствиями. Однако мировой финансовый кризис, разразившийся в 2008-2009 годах, охватил практически все страны мира вне зависимости от их вовлечения

в мировую экономику. С другой стороны, оторванность от мировой экономики ведет к технико-технологической отсталости производства, низкой эффективности национальной экономики и, как следствие, к низкому жизненному уровню населения.

Заметим, что открытость национальной экономики и развитие внешнеэкономической деятельности предприятий различных стран – взаимозависимые процессы, так как открытая экономика может многогранно и полноценно развиваться только на базе полномасштабного вовлечения хозяйствующих субъектов во внешнеэкономические связи, ибо на их социально-экономическое развитие большое влияние оказывают внешнеэкономические факторы. Роль внешнеэкономического фактора для Республики Абхазии в последние годы значительно возрастает, и вызвано это необходимостью ускоренного восстановления разрушенной войной экономики республики на основе диверсификации ее внешнеэкономических связей, и, прежде всего, с Российской Федерацией, которая рассматривается официальными властями республики и обществом в качестве стратегического партнера в развитии экономики и внешнеэкономической деятельности.

Осуществляемая с начала 2000 года либерализация внешнеэкономической деятельности в Абхазии и официальное международное признание государственности республики Российской Федерацией и некоторыми другими странами мира создали благоприятные условия для выхода на внешний российский рынок большого числа хозяйствующих субъектов, осуществляющих различные внешнеэкономические операции. При этом внешнеэкономическая деятельность предприятий осуществляется в следующих основных формах: внешней торговли, совместном предпринимательстве, научно-техническом

сотрудничестве, привлечении иностранной рабочей силы и капитала и др.

Радикально изменившиеся в результате войны 1992-93 гг. политические и экономические условия требуют выработки новой внешнеэкономической политики Республики Абхазии, механизмов ее реализации, при которой основной целью государства должна стать защита ее экономического суверенитета, обеспечение экономической безопасности, стимулирование внешнеэкономической деятельности предприятий на основе взаимовыгодного сотрудничества с хозяйствующими субъектами Российской Федерации. Можно констатировать, что экономике Абхазии, переживающей в настоящее время сложный переходный период, нужен весь инструментарий внешнеэкономического регулирования, включая защитные, протекционистские и привлекательные для иностранных хозяйствующих субъектов меры, а также определенные ограничительные механизмы по отношению к местным хозяйствующим субъектам, участникам внешнеэкономической деятельности.

Ведущую роль в составе внешнеэкономической деятельности предприятий по социально-экономической значимости принадлежит внешней торговле, то есть экспорту и импорту товаров и услуг.

Значимость экспорта товаров для национальной экономики Республики Абхазии проявляется в его основных функциях, которые включают: а) расширение рынка сбыта продукции и тем самым создание предпосылок для расширения масштабов производства в экономике; б) расширение конкурентной среды за счет иностранных товаропроизводителей и повышение эффективности производства на национальных предприятиях, так как в этом случае увеличивается вероятность появления на рынке конкурентов более высокого уровня. Другими словами, экспорт

в условиях Республики Абхазии выполняет социально значимую роль, которая выражается в том, что он стимулирует местных хозяйствующих субъектов-экспортеров производить продукцию, конкурентоспособную на мировых рынках, соответствующую мировым стандартам.

Импорт товаров в условиях Республики Абхазии также имеет важную социально-экономическую значимость, так как: а) увеличивает объем удовлетворенного спроса на товары народного потребления и продукцию производственно-технического назначения, в особенности ту, которая не производится внутри страны; б) позволяет приобрести товары по более низким ценам и более высокого качества, что уменьшает внутренние затраты хозяйствующих субъектов и повышает рентабельность предпринимателей, производящих товары производственно-технического назначения, также увеличивает финансовые возможности населения в приобретении товаров народного потребления; в) расширяет конкурентную среду, оказывая тем самым стимулирующее воздействие на местных товаропроизводителей, вынуждая их повышать конкурентоспособность своей продукции, снижая затраты, повышая качество, расширяя ассортимент и т.д.

В современных условиях либерализации внешнеэкономических связей Республики Абхазии участниками внешнеторговой деятельности могут быть предприятия различных организационно-правовых форм и видов собственности.

Основными механизмами, способствующими реализации внешнеэкономической деятельности предприятий, могут быть:

- создание надежной системы экономической безопасности, укрепление таможенных границ и оснащение их современной техникой, организация приграничной торговли, создание усло-

вий и механизмов регулирования торговли с ближними регионами и со странами дальнего зарубежья;

- определение экспортного потенциала республики, а также ее потребности в импортных поставках товаров;

- регулирование ставок таможенных платежей в соответствии с задачами структурной перестройки с целью защиты местных товаропроизводителей от негативного воздействия иностранной конкуренции;

- эффективное распределение иностранных инвестиций и кредитов, поступающих в республику;

- ограничение круга товаров, оборот которых подлежит тарифному и нетарифному регулированию;

- установление более низких экспортных таможенных пошлин на готовую продукцию национальных предприятий и, наоборот, более высоких на сырье и полуфабрикаты.

В целях обеспечения эффективного осуществления внешнеэкономической деятельности Республики Абхазии государственные органы управления должны применять и административные методы внешнеэкономического регулирования деятельности предприятий, являющихся мерами оперативного регулирования. Их можно применять в случаях: а) поставки недоброкачественных товаров; б) невыполнения обязательных экспортных поставок; в) экспорта продукции по необоснованно низким ценам или импорта по завышенным ценам; г) сообщения ложной информации в рекламе, таможенной, финансовой и регистрационной документации. В этом случае органы государственного управления могут применить и более жесткие административные меры: приостановку внешнеэкономических операций предприятий или отзыв лицензий на право ведения внешнеэкономической деятельности, которые могут использоваться как по отношению к национальным, так

и иностранным предприятиям, допустившим нарушение законодательства республики. Вышеперечисленные методы государственного регулирования являются преимущественно административными методами регулирования внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов, применение которых может быть оправдано в современных условиях Республики Абхазии. Однако надо учитывать, что преимущественное применение административных мер в более благоприятных для страны внутренних и внешних ситуациях в определенной степени будут сдерживать социально-экономическое развитие республики и противодействовать эффективному развитию внешнеэкономических связей, так как они сковывают инициативу потенциальных субъектов внешнеэкономической деятельности.

Региональные органы управления Республики Абхазии в целях защиты национальных интересов республики должны иметь право оперативно контролировать деятельность подведомственных хозяйствующих субъектов, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. Наряду с этим, местные администрации должны содействовать интеграции производственного, финансового, интеллектуального и ресурсного потенциала национальных хозяйствующих субъектов с иностранными предпринимательскими и другими структурами из близлежащих территорий, с которыми Абхазия осуществляет взаимовыгодные внешнеэкономические операции. Это касается, прежде всего, хозяйствующих субъектов Юга России и других российских регионов, сотрудничество с которыми способствует формированию единого интеграционного пространства, отвечающего национальным интересам Республики Абхазии.

Анализ общего состояния внешнеторговой деятельности Республики

Абхазии можно произвести с помощью использования показателей объемов экспорта и импорта, их структуры и динамики роста, которые позволят выявить положительные и отрицательные тенденции в развитии внешнеэкономической деятельности предприятий республики (см. табл. 1).

Как видно из таблицы 1, в 2007 году общий объем внешнеторгового оборота Республики Абхазии составил 4,7 млрд. руб., что на 798,3 млн. руб. больше показателя 2006 года, а темп роста 120,5%. При этом отрицательное сальдо внешнеторгового баланса достигло угрожающих размеров, сумму в 3,6 млрд. руб. Экспорт в 2007 году составил 548,1 млн. руб., что меньше показателя 2006 года на 79,1 млн. руб., а импорт, наоборот, вырос и составил 4147,6 млн. руб., что больше показателя 2006 года на 877,4 млн. руб. Таким образом, соотношение экспорта и импорта во внешнеторговом обороте составляло 11,7% и 88,3% соответственно<sup>1</sup>.

В 2008 году внешнеэкономическая ситуация республики практически не изменилась, что отразилось и на тенденциях внешнеторговой деятельности республики. Так, в целом объем внешнеторгового оборота Абхазии составил 7,1 млрд. руб., что больше аналогичного показателя 2007 года на 2,4 млрд. руб., темп роста – 151,1%. Экспорт – 889,9 млн. руб., что больше показателя 2007 года на 342,0 млн. руб., темп роста составил 162,4%. Импорт – 6,2 млрд. руб. и больше показателя 2007 года на 2,1 млрд. руб., темп роста составил 151,2%. Соотношение экспорта и импорта во внешнеторговом обороте составило 12,7% и 87,3% соответственно<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Рассчитано по: «Абхазия в цифрах». Стат. ежегодник, Сухум, 2008. С. 113.

<sup>2</sup> Подсчитано из отчетных материалов Государственного таможенного комитета Республики Абхазии за 2008 год.

Таблица 1. *Внешнеторговый баланс Республики Абхазии за 2005-2008 гг.*  
(млрд. руб.)

	2005	2006	Темп роста, %	2007	Темп роста, %	2008	Темп роста, %
1. Внешнеторговый оборот	3,3	3,9	118,2	4,7	120,5	7,1	151,1
2. Экспорт	0,0	0,6	75,0	0,5	83,3	9,0	80,0
3. Импорт	2,8	2,2	78,6	4,1	24,2	6,2	51,2
4. Сальдо внешнеторгового оборота	-1,5	-1,3	86,7	3,6	-	-	-
	1,7	2,7	-	3,6	-	5,3	-

Основными торговыми партнерами Абхазии по экспорту в течение последних лет являются: Россия, на долю которой в 2008 году приходилось более 60,0% от объема всего экспорта, Турция и Румыния – около 40,0%. В Россию вывозилась сельскохозяйственная продукция (чай, орех, цитрусовые культуры, бамбук, лавровый лист, мимоза, овощи), вино, пиломатериалы, в Турцию – рыба, уголь, металлолом, круглый лес, шпон.

Торговыми партнерами Абхазии по импорту были: Российская Федерация, на которую приходится более 70,0% от всего импорта, Румыния – 25,0%, Турция – 4,0%. Из России завозились промышленные товары, в том числе машины и оборудование, стройматериалы (40,1%), продовольственные товары (30,3%), алкогольная и табачная продукция (10,2%); из Турции – промышленные товары (10,1%), продовольственные товары и стройматериалы; из Румынии завозился бензин и дизтопливо.

Товарная номенклатура внешнеторговой деятельности Республики Абхазии за 2007-2008 гг. содержится в таблице 2. (Товарная номенклатура внешнеторговой деятельности Республики Абхазии за 2005-2008 гг. в фактических ценах, млн. руб. )

Проведенный анализ внешнеторговой деятельности Республики Абхазии показывает, что за 2005 – 2008 гг. около 70% экспорта составляла продукция сельского хозяйства и сырьевые ресурсы страны, включающие продукцию, предназначенную для личного потребления (цитрусовые, орехоплодные культуры, овощи и фрукты и др.) или товары первичной обработки (круглый лес, лом черных металлов, чай весовой, табак ферментированный и др.), а также такие ресурсы, как: уголь, рыба, экспортируемые пока еще в незначительном количестве. Отрицательные последствия подобной диспропорции для национальной экономики проявляются в том, что природные ресурсы исчерпаемы и возобновляются в течение длительного периода, их запасы всегда ограничены. Экпортируя эти виды ресурсов, страна лишается возможности производства большого количества разнообразных видов промежуточной и готовой продукции и реализации с выгодой для себя, содержащиеся в них добавленной стоимости на внутреннем и внешнем рынках. В товарной структуре импорта более 60% составляют промышленные и продовольственные товары, ГСМ и табачные изделия. Вышесказанное свидетельствует о сырьевой направленности экспорта и значительной зависимости республики от импорта продуктов питания и товаров народного потребления. В Абхазии еще долгое время будет превалировать сырьевая направленность экспорта.



Таблица 2.

Наименование продукции	2005г.	Доля, %	2006г.	Доля, %	2007г.	Доля, %	2008г.	Доля, %
<b>1. ЭКСПОРТ</b>								
1. Круглый лес			40,2	6,6	39,3	7,2	18,5	2,0
2. Цитрусовые культуры	72,2	9,0	200,2	33,3	240,5	43,9	249,1	27,7
	372,0	46,5	13,3	2,1	2,3	0,4	0,4	0,04
3. Чай весовой	4,6	0,6	32,2	5,3	35,5	6,5	22,1	2,4
4. Лом черных металлов	45,7	5,7	-	-	59,3	10,8	106,1	11,8
	-	-	3,3	0,5	1,1	0,2	0,5	0,05
5. Уголь	1,3	0,2	9,6	1,5	11,6	2,1	9,7	1,1
6. Пиломатериалы	12,7	1,6	21,9	3,6	34,2	6,2	22,0	2,4
7. Фрукты	7,1	0,9	108,8	18,0	63,9	11,6	155,1	17,2
8. Рыба	44,6	5,6	13,7	2,8	6,3	1,1	3,9	0,4
9. Орех фундук	8,9	1,1	-	-	20,9	3,8	21,1	2,3
10. Мимоза	-	-	-	-	3,5	0,6	1,4	0,1
11. Хурма	-	-	-	-	1,0	0,2	248,5	27,6
12. Паркет, шпон	-	-	-	-	-	-	1,4	0,1
13. Вино	-	-	-	-	16,5	3,0	16,3	1,8
14. Табачные изделия	-	-	-	-	0,9	0,2	1,1	0,1
15. Лавровый лист	-	-	-	-	1,5	0,3	1,2	0,1
16. Овощи	-	-	156,7	26,0	9,8	1,9	11,7	1,3
17. Бамбук	230,9	28,8						
18. Прочие товары								
<b>ЭКСПОРТ, Всего</b>	<b>800,0</b>	<b>100,0</b>	<b>600,0</b>	<b>100</b>	<b>548,1</b>	<b>100,0</b>	<b>900,0</b>	<b>100,0</b>
<b>2. ИМПОРТ</b>								
1. Бензин	441,8	17,6	509,9	23,3	614,1	14,8	934,3	15,0
2. Дизтопливо	83,9	3,3	66,1	3,0	94,6	2,3	98,8	1,6
3. Зерно продовольственное	4,9	0,2	28,8	1,3	15,3	0,4	14,0	0,2
4. Мука пшеничная	58,3	2,4	56,6	2,5	96,1	2,3	190,4	3,1
5. Минеральные продукты (цемент, гипс)	-	-	-	-	92,1	2,2	157,4	2,5
6. Колбасы вареные	-	-	-	-	58,3	1,4	81,1	1,3
7. Пиво	-	-	-	-	75,4	1,8	72,3	1,2
8. Промышлен. товары	45,3	1,8	48,0	0,5	707,5	17,3	1208,4	19,5
9. Молочная продукция	-	-	-	-	202,6	4,9	213,8	3,4
	797,9	31,9	681,1	20,6	6,6	0,3	4,6	0,1
10. Спирт	-	-	-	-	260,5	6,3	299,3	4,8
11. Табачные изделия								
12. Алкогольная продукция	281,7	11,3	274,5	9,8	51,0	1,3	69,9	1,1
	-	-	-	-	23,4	0,5	35,4	0,5
13. Газ сжиженный	-	-	-	-	32,6	0,8	51,0	0,8
14. Автозапчасти	-	-	-	-	89,1	2,3	121,6	2,0
15. Медикаменты								
16. Оборудование и стройматериалы	-	-	-	-	461,1	11,1	825,5	13,3
	-	-	-	-	25,1	0,6	36,7	0,6
17. Шампанское	-	-	-	-	51,1	1,3	55,2	0,9
18. Соки натуральные	-	-	-	-	58,7	1,5	50,5	0,8
19. Газированные воды	-	-	-	-	454,3	10,9	947,1	15,3
20. Автотрасп. средства	786,3	31,5	1116,1	12,2	736,3	17,8	739,2	11,9
21. Прочие товары								
<b>ИМПОРТ, всего</b>	<b>2500,0</b>	<b>100,0</b>	<b>3300,0</b>	<b>100,0</b>	<b>4147,6</b>	<b>100,0</b>	<b>6206,5</b>	<b>100,0</b>

Так, за 2000-2008 гг. более 80% экспорта составляла продукция сельского хозяйства и сырьевые ресурсы, включающие продукцию, предназначенную для личного потребления или товары первичной обработки, а также такие ресурсы, как: уголь, рыба.

Однако с учетом активного развития в Абхазии курортно-туристической сферы (которая оказывает экспортные услуги) можно констатировать, что республика в ближайшее время способна занять достойное место в межрегиональной отраслевой специализации в области курортной сферы и туризма.

Анализ внешнеэкономической деятельности предприятий Республики Абхазии позволяет сделать вывод о том, что одной из важнейших задач государства в современных условиях должно стать усиление его регулирующих функций во внешнеторговой деятельности в целях эффективного развития национальной экономики, а также содействие интеграции субъектов внешнеэкономической деятельности Абхазии с хозяйственными системами Российской Федерации.

#### **Библиографический список**

1. «Абхазия в цифрах». Статистический ежегодник, Сухум, 2008.
2. Тимошенко И.В. Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности. – М., 2003.

3. Трансформационная экономика России: Учеб. пособие/А.В. Бузгалин, В.В. Герасименко, З.А. Грандберг и др./Под ред. А.В. Бузгалин. – М., 2006.

4. Шалашаа З.И. Региональное экономическое сотрудничество Республики Абхазия в условиях формирования новых мирохозяйственных связей/Научное издание. – М.: МАКС Пресс, 2007.

5. Шалашаа З.И. Тенденции развития внешнеэкономических связей Республики Абхазия в современных условиях//Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. М. 2008, № 1(22).

#### **Bibliographic list**

1. «Abkhazia in figures». The Statistical year-book, Suhum, 2008.

2. Timoshenko I.V. Customs foreign trade activities regulation. – M, 2003.

3. Transformational economy of Russia: Studies.\Buzgalin, V.V. Gerasimenko, Z.A.Grandberg and other / Under the editorship of A.V.Buzgalin. – M, 2006.

4. Shalashaa Z.I. Regional economic cooperation Republic Abkhazia in the conditions of formation new economic communications /Scientific edition. – M: MAX Press, 2007.

5. Shalashaa Z.I. Tendency of development of foreign economic relations of Republic Abkhazia in modern conditions//Vestnic of Russian trade and economic university. M. 2008, № 1 (22).

*Е.А. Таракановская*

### **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ВЭД) В ЮЖНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ (ЮФО)**

#### **Аннотация**

В работе рассматриваются основные проблемы, возникающие при функционировании инфраструктуры ВЭД в РФ. Важным моментом является рассмотрение этих проблем в условиях вхождения РФ в мирохозяйственную систему. Анализируется не только функционирование отдельных отраслей инфраструктуры, но и методы их госу-

дарственного регулирования и системы поддержки экспорта в РФ. Внесены предложения по унификации инфраструктуры ВЭД с другими участниками мировой экономики.

### Annotation

In work the basic problems arising at functioning of an infrastructure of foreign trade activities in the Russian Federation are considered. An important point is consideration of these problems in conditions of occurrence of the Russian Federation in the world economic system. It is analyzed not only functioning of separate branches of an infrastructure, but also methods of their state regulation, and also system of support of export to the Russian Federation. Are made offers on unification of an infrastructure of foreign trade activities with other participants of economic.

### Ключевые слова

Инфраструктура внешнеэкономической деятельности, проблемы функционирования, поддержка экспорта, направления развития, связь, транспорт, финансовая система, страхование, законодательство, международная торговля.

### Keywords

Infrastructure of foreign trade activities, problem of functioning, support of export, direction of development, connection, transport, financial system, insurance, the legislation, international trade.

В современных условиях кризиса мировой и национальной экономики построение эффективной системы инфраструктуры ВЭД - задача не только актуальная, но и необходимая. За последнее время РФ довольно активно строила такую систему. Сформирована законодательная база, регулирующая отношения в сфере ВЭД. Фактически заново формировалось таможенное дело, налоговое законодательство, система поддержки экспорта.

Все направления модернизации инфраструктурного обеспечения ВЭД можно классифицировать на двух уровнях:

- возникшие в условиях специфики экономики РФ. К таким проблемам можно отнести вопросы брокерских услуг, транспортной отрасли, её материальной базы;

- носящие общемировой характер. Развитие страховых организаций, внедрение электронного документооборота и его унификация, формирование системы поддержки экспорта, страхового экспортного агентства.

Несмотря на то, что многое в инфраструктуре ВЭД построено, остаются нерешенными ряд проблем функционирования. Также возникают новые особенности действия инфраструктуры, на которые необходимо реагировать.

1. Основания модернизации транспортной инфраструктуры ВЭД. Для полного анализа рассмотрим каждый вид транспорта отдельно.

Спецификой модернизации транспортной системы ЮФО является территориальное изменение региона. С января 2010 г. в состав ЮФО выглядит следующим образом:

-2 республики ([Адыгея](#), [Калмыкия](#));  
-1 край ([Краснодарский край](#));  
-3 области ([Астраханская область](#), [Волгоградская область](#) и [Ростовская область](#));

Значение округа во многом определяется его географическим положением. Через территорию ЮФО исторически проходят основные транспортные направления «север — юг» и «запад — восток». Незамерзающие порты на Чёрном, Каспийском и Азовском морях

стали стратегическими пунктами перевалки значительных объемов грузов.[13]

Основная цель транспорта региона — своевременное, качественное и полное удовлетворение потребностей народного хозяйства и населения в перевозках, повышение экономической эффективности его работы. Однако с этими функциями транспортная инфраструктура не всегда справляется.[14]

Вследствие изменения состава ЮФО в 2010 году общие показатели дорог улучшаться, так как периферийные регионы, северного Кавказа, исключены из состава. Однако необходимо и дальше формировать прогрессивную транспортную инфраструктуру. Особенно это касается портов и погрузочно-разгрузочных комплексов. Новороссийский порт нуждается в модернизации и замене техники. Что актуально и полностью соответствует концепции «Переноса таможенного оформления к местам приближенным к государственной границе».

2. По данным ФТС, в ЮФО в 2009 г. стоимостные объемы внешне-торгового оборота сократились на 37,65 % по сравнению с 2008 г. В связи с этим сократились и доходы таможенных органов, в итоге с середины января механизм поручительства изменен: отныне внешней стороной может выступать только "Ростэк". А внесение суммы на счет ФТС и получение банковской гарантии — остаются в силе. Если услуги, "Таможенной карты" не превышали 35 тыс. рублей в год, то поручительство банка стоит около 3% в год и 10 тыс. рублей за оформление сделки, что в итоге составляет не менее 1,5 млн. рублей. [10] В результате на таможенных брокеров легли дополнительные финансовые расходы, при том что, по оценкам экспертов, их доходы сократились в среднем на 30%. По оценке генерального директора холдинговой компании "Гринвэй" Андрея Савельева, на настоящий момент права на ведение по-

добной деятельности лишились уже около 200 структур, что составляет примерно треть от их общего числа.[10] Однако большинство из этих компаний перешли либо в структуру более крупных, либо в серый сегмент рынка. Следовательно, несмотря на реформы, направленные на повышение гарантий взимания таможенных платежей, увеличивающийся серый сегмент рынка не способствует такому результату.

Кроме того, международная практика таможенного оформления товаров, обращающихся во внешнеторговом обороте, свидетельствует о том, что силами национальных брокерских компаний оформляются до 90% товаров, перемещаемых через таможенную границу. Успехи российских брокерских компаний гораздо скромнее, хотя удельный вес участия брокеров в таможенном оформлении товаров возрастает по всем регионам.[7]

3. Для обеспечения стратегического прорыва в развитии отечественного страхования представляется необходимым, прежде всего, решить задачи активизации роли инфраструктуры страхового рынка путём изменения качества рыночных отношений, которые составляют её содержание. Инфраструктура страхового рынка должна превратиться из спонтанно сложившейся и во многом стихийно функционирующей совокупности предпринимательских структур, способствующих фактически односторонней реализации интересов поставщиков страховых услуг, в эффективный механизм оптимального сочетания интересов страхователей и поставщиков.[11] Таким образом, необходимо сформировать как эффективную инфраструктуру коммерческого страхования, так и государственную поддержку экспорта в РФ. В мировой практике эта часть страхования является преимущественно государственной функцией в рамках системы мер поддержки экспорта. В РФ существует

система поддержки экспорта, которая реализуется посредством следующих институтов:

- **экспортно-импортного банка ЗАО «Росэксимбанк»**. Является агентом Правительства Российской Федерации, ответственным за гарантийную поддержку экспорта промышленной продукции;

- **банка развития «Внешэкономбанк»**. Среди основных функций банка можно выделить следующие: финансирование инвестиционных проектов; приобретение доли в уставном капитале хозяйственных обществ; выдачу поручительства юридическим лицам за третьих лиц; осуществление страхования экспортных кредитов от коммерческих и политических рисков в порядке, устанавливаемом Правительством Российской Федерации;

- **Минэкономразвития России**. С 2006г. на министерство возложена функция организации и проведения ярмарок и выставок. Эффективность этого метода продвижения товара достаточно актуальна. Так, Российская Федерация представляла свои экспозиции на выставках и ярмарках преимущественно общепромышленного назначения как в странах Европы (Германия, Италия, Швейцария, Венгрия, Хорватия, Бельгия), так и Северной Америки (Канада), Латинской Америки (Перу, Панама, Бразилия, Куба), Юго-Восточной Азии (Китай, Таиланд, Вьетнам), Ближнего Востока (Ирак, Египет, Сирия, ОАЭ). Минэкономразвития России были организованы и проведены российские национальные выставки в Панаме, Канаде, Италии, Китае, Словакии, а также в странах СНГ: Украине, Казахстане, Белоруссии, Армении, Узбекистане, Азербайджане[3].

Однако РФ должна и дальше развивать как систему поддержки экспорта, так и разрабатывать отдельную концепцию долгосрочного развития инфраструктуры в области ВЭД. Также надо

учитывать, что подобные системы поддержки ВЭД за рубежом существуют довольно давно, а в России сравнительно недавно. В мировой экономике успели оценить эффективность таких инвестиций в развитие экспорта. В свою очередь, развитие ВЭД в целом невозможно без модернизации всех элементов инфраструктуры. На сегодня в РФ уже существуют и функционируют многие Федерально-целевые программы (ФЦП) по отдельным элементам инфраструктуры ВЭД.

4. Отсутствие стабильности финансового сектора экономики для полноценного функционирования ВЭД. Затянувшийся кризис мировых финансовых рынков вносит свои коррективы, в том числе влияет на работу отечественных кредитных учреждений. Уже с сентября они испытывают трудности с ликвидностью, несмотря на то, что Центробанк всеми силами старается переломить ситуацию.

При работе с внешнеторговыми контрактами банки предпочитали финансировать их, занимая средства на Западе. Еще совсем недавно брать ссуды за границей было дешевле и проще. Иностранные финансовые институты активно выделяли средства российским банкам. В современной ситуации на мировых финансовых рынках средние и небольшие банки с большим трудом получают чистые кредитные линии от западных партнеров из-за низкого уровня капитала.[12]

Помимо кризиса у банковского бизнеса в сфере ВЭД сохранились старые, докризисные проблемы. В их числе, по мнению Александра Архипова ([РосЕвроБанк](#)), несовершенство российского законодательства, недостаточно высокая осведомленность участников ВЭД о банковских продуктах и услугах, неудовлетворительное финансовое состояние заемщиков, а также конкуренция со стороны других кредитных продуктов.

Еще одной серьезной проблемой является отсутствие достаточного количества активных клиентских менеджеров на российском рынке, которые могли бы квалифицированно объяснять клиентам преимущества торгового финансирования с использованием инструментов документарного бизнеса. Банки перетягивают друг у друга квалифицированный персонал, а быстро обучать новых специалистов не успевают. Ведь работа в сфере ВЭД требует от банковских служащих более высокой квалификации, чем, например, обслуживание частных лиц. В ближайшее время в области финансирования внешней торговли воцарится такая же структура рынка, какой она была пять лет назад. Крупные российские кредитные организации, главным образом — [Внешэкономбанк](#) и Внешторгбанк, будут обслуживать большие и наиболее привлекательные внешнеторговые контракты, а банки поменьше — работать со средним бизнесом. [12]

Несмотря на то, что в ЮФО состояние материальной базы инфраструктуры выше, чем в целом по РФ, необходимо и дальше обновлять существующие транспортные узлы. Что касается таможенно-брокерских услуг, то в настоящее время данный сектор услуг плохо доступен для малого предпринимательства. Необходимо ввести дифференциацию по количеству и объемам оформления таможенных документов, но при этом для таких предприятий снизить и требования по страхованию ответственности и залога в банке. Таким образом, увеличится конкуренция на таком развивающемся рынке таможенно-брокерских услуг. Что касается транспорта, то в России на данный момент это является одним из приоритетных направлений.

РФ в условиях кризиса экономики сформировала ряд мероприятий, концепций, федеральных целевых программ, которые при функционировании

в комплексе призваны решить многие, в том числе и перечисленные проблемы. В связи с этим особый интерес для исследования инфраструктуры ВЭД представляет «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (КДР)[1]. В данном распоряжении правительства России подчеркивается роль внешнеэкономической деятельности в условиях создания нового типа экономики. Согласно КДР построение экономики, основанной на знаниях и инноваций невозможно без эффективной внешней торговли. Приоритетные направления внешнеэкономической политики:

— обеспечение организационно-финансовой поддержки экспорта высокотехнологичных товаров и услуг, в том числе содействие проведению научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, создание инфраструктуры обслуживания поставляемых товаров в иностранных государствах[1];

— развитие производственной и иной инфраструктуры приграничных территорий, учитывающее потребности экономики граничащих с Россией государств[1];

— переориентация значительной части торговых потоков между Европой и Азией на российские транзитные маршруты путем повышения конкурентоспособности и привлекательности транспортных коридоров России; обеспечение стыковки российских транспортных коридоров с транспортными системами сопредельных государств и заключение международных соглашений с заинтересованными государствами [1];

— реализация системы проектов по формированию совместной транспортной и энергетической инфраструктуры, а также в области сельского хозяйства и других важных членов Со-

дружества Независимых Государств сферах [1];

— использование связанных кредитов и механизмов международной помощи развитию для продвижения российских товаров и услуг на рынки развивающихся государств [1];

— превращение России в один из мировых финансовых центров, обладающих независимой национальной финансовой инфраструктурой и обеспечивающих лидирующие позиции России на финансовых рынках государств на евразийском пространстве [1];

— превращение российского рубля в ведущую региональную резервную валюту на пространстве Содружества Независимых Государств [1];

— создание на правительственном уровне инфраструктуры юридического обеспечения участия Российской Федерации в международных процедурах разрешения споров (как по вопросам, связанным с доступом на рынки иностранных государств, так и в связи с применением Российской Федерацией мер, ограничивающих доступ на российский рынок иностранных компаний) [1].

Укрепление материального комплекса инфраструктуры приграничных территорий. Также в КДР особое внимание уделяется становлению России как мирового финансового центра, подчеркивается важность содействия в разрешении юридических споров с другими членами мирового сообщества, стабильности национальной валюты, превращению её в резервную для региона. Предусмотрен широкий комплекс мер по модернизации транспортного комплекса, жесткая юридическая поддержка и защита российских экспортеров. Все это реализуется при помощи национальных проектов и федеральных целевых программ, финансирование которых отражено в Федеральном бюджете РФ. В ЮФО реализация положений данной концепции

весьма актуальны, так необходимо модернизировать пункты пропуска, развивать транзитный потенциал регионов. На сегодняшний день в основном транзит идет из Украины в Азербайджан, Грузию. Расширить номенклатуру этих стран можно, улучшив не только качество дорог, но и качество услуг. В общем, пункты пропуска, имея четкие рамки по времени, выполняют обработку поездов в срок. В связи с этим в Стратегии экономического развития ЮФО приоритетными направлениями являются:

- помощь в продвижении регионов в финансово-инвестиционном сообществе [4];

- развитие транзитного потенциала. В случае реализации промышленного потенциала регионов объем грузоперевозок в регионах ЮФО к 2025 году возрастёт в 3 - 5 раз, пассажироперевозок (за счет реализации туристического потенциала) – в 2 раза [4];

- модернизация погрузочно-разгрузочных комплексов. Ростовский транспортный узел, включающий крупные грузовые железнодорожные станции, несколько портов, имеет проблемы, связанные с необходимостью повышения пропускной способности однопутной железнодорожной линии на восточном обходе города и перегруженного движением разводного моста через р. Дон, сдерживающего международное судоходство. Для решения задачи увеличения грузооборота портов с 7 млн.т. до 18 млн.т. предусматривается создание ниже разводного моста водно-транспортного узла «Ростовский универсальный порт» со строительством терминально-логистического комплекса, припортовой станции «Казачка» и других объектов [4];

- создание современной региональной технологической инфраструктуры товаротранспортной логистики [4];

- реконструкция и техническое оснащение пограничных переходов и таможенных пунктов пропуска в целях сокращения времени досмотра и оформления грузов и пассажиров [4].

Развитие ВЭД в ЮФО и в отдельных регионах влияет на экономическую ситуацию в РФ. В условиях общего спада экономики сектор инфраструктуры ВЭД также подвержен разного рода проблемным ситуациям, которые, в свою очередь, влияют на социально-экономические показатели региона. В связи с этим поддержка государства данной отрасли экономики особенно актуальна.

Необходимо проведение четкой государственной политики, балансирующей между фискальными сборами и экономическим благополучием многих участников ВЭД. В данных условиях развитие собственно инфраструктуры позволит сохранить приемлемый уровень безработицы и здоровый экономический климат. Также необходим постоянный мониторинг реализации программ в данной отрасли.

В условиях вхождения РФ в мирохозяйственную систему инфраструктура ВЭД должна развиваться. Предлагаются следующие направления: унификация нормативно-правовой базы в соответствии с мировой, более широкое внедрение электронного документооборота, развитие дорожно-транспортной сети, ускорение таможенного оформления, поддержка экспортеров.

#### Библиографический список

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р
2. Россия в цифрах. 2009: Крат. стат. сб./Росстат- М., Р76, 2009. - 525 с.

3. По материалам сайта «Экспортные возможности России. Информационно-поисковая система» Министерства экономического развития и торговли РФ. Адрес: <http://www.exportsupport.ru>

4. Стратегия экономического развития ЮФО до 2025 г.

5. Стратегия развития транспорта РФ на период до 2010г. Утверждена приказом Минтранса №94 от 31.06.2006г.

6. Иншаков О.В. О стратегии развития Южного макрорегиона России: (Методологические и методические проблемы формирования).- Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2003.- 96с.

7. Лисов А. Роль отечественных брокерских компаний в таможенном оформлении товаров // Таможенное обозрение. – 2008. - № 3.

8. Э.В.Искренко. Структура внешнеторговых отношений как отражение сравнительных преимуществ юга России в условиях глобализации экономики.// Экономическое развитие региона: проблемы, поиски, перспективы. Ежегодник. Изд. ВолГУ, 2003 г., 522с.

9. Регионоведение: Учебное пособие. 2-е изд., испр. и Р31 доп. / Отв. ред. профессор Ю.Г. Волков. - Ростов н/д: Феникс, 2004. - 448 с.

10. Таможня затягивает пояса на участниках ВЭД. Приложение к газете "Коммерсантъ" № 71 от 21.04.2009

11. [www.rifams.ru/biblioteka/project\\_strategy.html](http://www.rifams.ru/biblioteka/project_strategy.html)//Комментарий к вопросу о концептуальных основах развития страхового рынка РФ на среднесрочную перспективу. И.Б.Котлобовский, к.э.н., доцент, А.Ю.Лайков, к.э.н., доцент, С.И.Рыбаков, к.э.н. К.И.Третьяков

12. Наталья Логвинова . Стоимость финансирования внешнеторговых контрактов за счет западных средств за последнее время выросла на 1% годовых.// Журнал "[Банковское обозрение](http://www.bankovskoe-obozrenie.ru)"

13. [www.smsr-senclub.ru/](http://www.smsr-senclub.ru/) Официальный сайт сенаторского клуба. Регионы России.



14. Транспортная инфраструктура как приоритет развития экономики региона. М.А. Гасанов, доктор экономических наук, академик РАТ, ведущий научный сотрудник Института социально-экономических исследований (ИСЭИ) Дагестанского научного центра (ДНЦ) РАН, профессор.// Транспорт Российской Федерации, №8.

#### **Bibliographic list**

1. The concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation for the period until 2020. Approved by the order of the Government of the Russian Federation dated 17 November 2008 No. 1662-r 2. Russia in figures. 2009: Magnification. stat/Rosstat-m., r76,2009. - 525 p.

3. The export opportunities of Russia. Information retrieval system of the Ministry of economic development and trade. Address: <http://www.exportsupport.ru>

4. Strategy for the economic development of southern countries to 2025. RF transport development strategy for the period up to 2010. Approving the Ministry No. 94 of 31, 2006.

6. Insakov O.V. Strategy southern Russia: number (methodological and procedural problem formation).-Volgograd: Publishing house of the Volgograd State University, 2003.-96(p).

7. Forests and the role of domestic brokerage companies discharge of goods//customs review. -2008. - № 3.

8. E .V. Iskrenko. The structure of trade relations as a reflection of the comparative

advantages of the South Rossini in a globalizing economy.//economic development region: problems, prospecting, prospects. Yearbook. ND. Volga,2003 g.,522 p.

9. Regional studies: training manual. 2-nd, CRIN. and R31 DOP. /СТЕ. Red. Professor Yu.g. Volkov. - Rostov n/a: Phoenix, 2004. -448.

10. The customs tightens belts on participants of foreign trade activities. A tabloid of "Kommersant" № 71 от 4/21/2009

11. [www.rifams.ru/biblioteka/project\\_strategy.html](http://www.rifams.ru/biblioteka/project_strategy.html)//the Comment to a question on conceptual bases of development of the insurance market of the Russian Federation on intermediate term prospect. I.B.Kotlovsky, Cand.Econ.Sci., the senior lecturer, A.J.Lajkov, Cand.Econ.Sci., the senior lecturer, S.I.Rybakov, Cand.Econ.Sci. K.I.Tretjakov.

12. Natalia Logvinova. Cost of financing of the foreign trade contracts at the expense of the western means has grown lately on 1 % annuals.//Magazine "Bank review".

13. [www.smsr-senclub.ru](http://www.smsr-senclub.ru)// an official site of senatorial club. Regions Rossi.

14. A transport infrastructure as a priority of development of economy of region. М.А.Гасанов, the Doctor of Economics, academician PAT conducting the scientific employee of Institute of social and economic researches of the Dagestan centre of science the Russian Academy of Sciences, профессор.//Transport of the Russian federation, №8.

*А. С. Головина*

## **ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОРПОРАЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ИНВЕСТИЦИЙ**

### **Аннотация**

В статье рассматривается такой аспект деятельности транснациональных корпораций как развитие финансовых отношений на основе коммуникационных технологий, позволяющих им более эффективно размещать свои капиталы и осуществлять порт-

фельные и прямые инвестиции. Проанализирована структура иностранных инвестиций, поступивших в Россию в XXI веке. Установлено, что особенностью участия России в процессе глобализации является быстрое превращение её экономики из ввозящей капитал в вывозящую. Выделены основные черты и тенденции развития феномена глобального инвестирования, разработаны предложения по созданию благоприятных условий для иностранного капитала.

#### **Annotation**

The article touches upon the activity of transnational corporations as a development of financial relations through communication technologies that allows more effective allocation of capital and investments. The author analyses the structure of foreign investments to Russia since 2000, proves that transformation from exporting to importing economy is specific for Russia in the process of globalization, highlights the main features of global investments phenomenon, sets forth proposals on creating favourable conditions for foreign capital in Russia.

#### **Ключевые слова**

Глобализация, транснационализация, инвестиции.

#### **Key words**

Globalization, transnationalization, investment.

Решение проблем эффективного функционирования российских предпринимательских структур в мировом хозяйственном пространстве невозможно без анализа процессов глобализации мировой экономики, в первую очередь таких её аспектов, как инвестиционная деятельность.

Глобализация сегодня характеризуется системной интеграцией не только мировых и региональных рынков, но и всех сфер человеческой деятельности, в результате которой происходит ускоренное внедрение современных технологий и методов управления. Происходящие при этом изменения всех сфер жизнедеятельности человека делают актуальной задачу унификации социальных параметров развития общества, его политической структуры, инструментария управления национальной экономикой. Оставив за пределами данной статьи спорные положения о негативных сторонах приведения большинства видов жизнедеятельности к единообразию, рассмотрим особенности современного процесса интеграции национальных (и составляющих их регио-

нальных) экономик в единое мировое хозяйство в аспекте проблемы данного исследования.

Всё большее количество стран, причём не только развитых, но и развивающихся, проводят реформирование своих экономик, обеспечивая всё более свободное осуществление торговых, финансовых, инвестиционных и информационных отношений.

Важным фактором, обуславливающим высокую интенсивность процессов глобализации, стали революционные изменения в области средств коммуникаций и формирование «информационного общества». Если в начале XX века одним из стимулов для ведения бизнеса за рубежом стало сокращение транспортных расходов под воздействием технологических нововведений, то в начале XXI века таким стимулом стало снижение издержек коммуникаций. Всемерное применение такого интенсивно распространяющегося средства коммуникации, как Internet, вызывает в экономике не меньший преобразовательный эффект, чем в свое время промышленная революция. Элек-

тронная торговля становится привычным занятием не только для участников фондового рынка, но и для потребителей товаров повседневного спроса. Дешевые и эффективные средства коммуникаций позволяют фирмам размещать свои производственные подразделения в разных регионах мира, сохраняя непосредственное управление и контроль.

Современные информационные технологии уменьшили необходимость прямых контактов между производителями и потребителями, значительно сократив издержки товародвижения. Рынки капиталов, длительное время бывшие классическими национальными рынками, ограниченными рамками национальных валют, которые, в свою очередь, были зафиксированными благодаря системе твердых обменных курсов и ряду национальных правил, с переходом в 1973 г. к гибкому обменному курсу и к параллельному развитию коммуникаций стали мировыми (глобальными) рынками. Международный рынок капиталов стал игровым полем для действий профессиональных инвесторов (инвестиционных и пенсионных фондов) и частных владельцев капитала. В среднем около 10% сделок на валютном рынке связаны с экспортом, импортом и долгосрочным оборотом капитала, остальные носят спекулятивный характер.

В настоящее время около 25% продукции мировой экономики производится подразделениями транснациональных корпораций. Треть мировой торговли приходится на сделки между базовыми компаниями и их филиалами за рубежом, и еще одна треть – на торговлю между компаниями, входящими в транснациональные стратегические объединения. По поводу оценки количества ТНК в мировой экономике единого мнения нет, так как не выработан критерий отнесения фирм к ТНК. По классификации ООН, насчитывается около 40 тысяч ТНК, имеющих около 450 тысяч филиалов, то есть все более существ-

ственным в процессе глобализации становится фактор транснационализации производства с очевидной ориентацией корпораций на информационный рынок и рынок передовых технологий.

Особое место в мировом хозяйстве занимают ТНК, страной базирования которых являются США. Их экономические взаимосвязи принято называть «второй экономикой» США, которая по своему производственному, научно-техническому и финансовому потенциалу существенно превосходит аналогичные сферы хозяйствования ТНК стран Западной Европы и Японии. В рамках «второй экономики» сосредоточено свыше 20% производственных мощностей США, на которых контролируется занято около 12 млн. рабочих и служащих, что составляет около трети всей рабочей силы на предприятиях, принадлежащих ТНК США. Активы зарубежных предприятий американских компаний к 2008 г. достигли \$7 трлн., объем их глобальных продаж превысил \$3,5 трлн., доход этих предприятий составил \$210 млрд. Сферой их деятельности являются высокие технологии, информационный бизнес, телекоммуникации и финансовый сектор. В топ-20-ке крупнейших компаний остались только шесть представителей традиционных отраслей экономики – General Electric, Merck, Toyota Motors, Royal Dutch Shell, Exxon Mobil и BP Amoco<sup>3</sup>. Последние потрясения на фондовом рынке изменили список крупнейших компаний, но принципиально лидеры не меняются, и высокие технологии и информационный бизнес остаются наиболее капитализированными отраслями международной глобальной экономики.

Глобализация развивается параллельно с совершенствованием технологических процессов, которое смещает иерархию экономической деятельности.

<sup>3</sup> Составлено по: FT-500 (<http://www.vedomosti.ru:8000/ft500/2004/global500.html>).

Место национальной экономики в мировом хозяйстве сегодня в большей степени определяется качеством человеческого капитала, уровнем образования работников и степенью использования достижений науки и техники в производстве. Наличие дешевой рабочей силы и сырья все меньше можно расценивать как конкурентное преимущество, так как доля этих факторов в структуре стоимости всех продуктов снижается.

Развитие финансовых отношений на основе коммуникационных технологий позволило развивающимся странам более эффективно размещать свои ка-

питалы и осуществлять портфельные и прямые инвестиции. Институт международных финансов (ИФ), регулярно выпускающий доклады о состоянии глобального рынка, оценивает общий объем притока частного капитала на развивающиеся рынки в 2008 году в сумму порядка \$500 млрд. Примерно треть из этой суммы – прямые инвестиции, четверть – портфельные, остальное – кредиты.

Структура иностранных инвестиций, поступивших в Россию в XXI веке, представлена в табл. 1:

Таблица 1. Динамика поступлений от иностранных инвесторов в российскую экономику<sup>4</sup>

	2000		2005		2006		2007		2008	
	Млн. дол.	В % к итогу	Млн. дол.	В % к итогу	Млн. дол.	В % к итогу	Млн. дол.	В % к итогу	Млн. дол.	В % к итогу
Всего инвестиций	0958	00	3651	00	5109	00	20941	1 00	03800	1 00
в том числе:										
1. Прямые инвестиции	429	0,4	3072	4,4	3678	4,8	7797	2 3,0	7027	2 6,0
из них:										
взносы в капитал	060	,7	0360	9,3	769	5,9	4794	1 2,2	5883	1 5,3
кредиты, полученные от зарубежных владельцев организаций	738	5,0	165	,0	987	,1	1664	1 0,7	781	9 0,4
прочие прямые инвестиции	31	,7	47	,1	22	,8	339	1 0,1	195	1 0,1
2. Портфельные инвестиции	45	,3	53	,8	182	,8	194	4 0,5	415	1 0,4
из них:										
акции и паи	2	,7	28	,6	888	,2	057	4 0,4	126	1 0,1
долговые ценные бумаги	2	,6	25	,2	94	,6	28	1 0,1	89	2 0,2

<sup>4</sup> Составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ // <http://www.gks.ru>

## Продолжение таблицы 1

в том числе векселя		,0	21	,2	3	,2	25	1	,1	-		
3. Прочие инвестиции	384	8,3	0126	4,8	8249	9,4	8950	8	3,5	5327	7	2,6
из них:												
торговые кредиты	544	4,1	025	1,2	258	6,8	4012	1	1,6	6168	1	5,6
прочие кредиты	735	3,2	3745	2,9	8458	1,6	3765	7	1,0	7895	5	8,5
в том числе на срок:												
до 180 дней	042	8,6	656	,9	057	,5	429	3	,8	617	6	,4
свыше 180 дней	693	4,6	1089	8,0	5401	6,1	0336	7	8,2	1278	5	9,4
прочее	05	,0	56	,7	33	,0	173	1	,9	264	1	,2

Для наглядности структура инвестиций за последние два года представлена на рисунках 1 и 2:

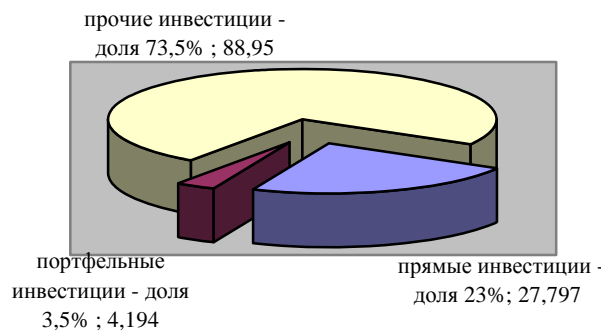


Рис. 1. Структура притока иностранных инвестиций в российскую экономику за 2007 г. (млрд. дол.)<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ // <http://www.gks.ru>

<sup>6</sup> Составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ // <http://www.gks.ru>

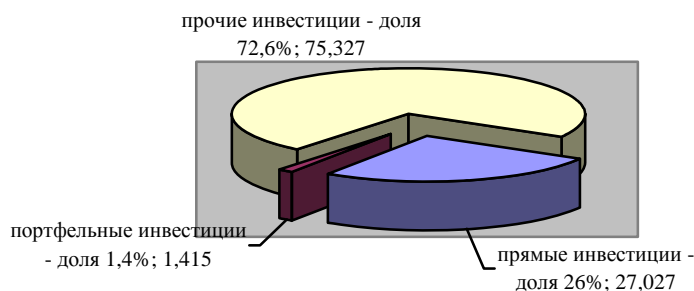


Рис. 2. Структура притока иностранных инвестиций в российскую экономику за 2008 г. (млрд. дол.)<sup>6</sup>

В представленных на рисунках структурах иностранных инвестиций около  $\frac{3}{4}$  занимают прочие инвестиции. В таблице 1 видно, что данным термином обозначены те вложения нерезидентов в российскую экономику, которые не являются прямыми либо портфельными. К ним относятся, в первую очередь, кредиты, предоставленные торговым партнерам и банкам. Такая структура инвестиций позволяет сделать вывод о том, что иностранные ТНК, стремясь снизить возможные экономические и политические риски, не инвестируют в реальные отрасли нашего хозяйства, их отношения с российским бизнесом краткосрочны.

Особенностью задействия России в процесс глобализации является быстрое превращение её экономики из капиталопоглощающей в капиталопродуцирующую. Если в конце 2000 г., по данным Центрального банка России (так же, как и по сведениям ЮНКТАД – самой авторитетной международной организации в сфере прямых иностранных инвестиций), аккумулированная сумма российских прямых инвестиций за рубежом составляла \$20,1 млрд., и Россия занимала только 29-е место в мире, то в последние годы ситуация кардинально изменилась.

К началу 2007 г. по накопленной сумме экспортированных ПИИ Россия вышла уже на 15-е место в мире, при-

чем за счёт активной интернационализации бизнеса почти всех без исключения ведущих отечественных компаний, превращающихся в полноценные транснациональные корпорации. Уже несколько десятков российских промышленных и финансовых фирм создали свои подразделения за рубежом в самых разных регионах.

Обобщив эти тенденции, можно сказать, что современная глобализация характеризуется системным сдвигом в динамике мировой экономической системы. Если раньше успех предпринимательской деятельности зависел больше от классической комбинации факторов производства, то сегодня этот успех определяется сложной (нелинейной) комбинацией таких элементов производства, как: знания, технологии, информационные ресурсы. Важнейшим условием получения предпринимательской прибыли становится продуцирование инноваций, при этом инвестиции все менее привязаны к какой-либо стране или территории.

Проделанный анализ позволяет выделить следующие основные черты современной глобализации:

- формирование общемирового информационного пространства;
- усиление централизации в формировании и использовании инвестиционных ресурсов;

- растущее значение информационных технологий, инноваций, знаний;
- упрочение олигополистической структуры мирового рынка;
- рост числа транснациональных предприятий;
- интенсификацию международных экономических отношений;
- унификацию инструментов управления экономическими процессами.

Для анализа феномена глобального инвестирования необходимо выделить основные составляющие процесса глобализации экономики:

- процесс исторической амальгамации, постоянно развивающийся на протяжении истории человечества (каждому его периоду соответствуют свои специфические черты и особенности<sup>6</sup>);

- процесс унификации экономических действий и норм, механизмов и инструментов, выработку и принятие единых принципов хозяйственного, в том числе инвестиционного, взаимодействия, общее стремление все универсализировать и интегрировать;

- признание растущей взаимозависимости инвестиционных процессов и действий их субъектов (транснациональных корпораций, международных инвестиционных институтов, транснациональных управленческих структур), под воздействием которых разрушаются национальные суверенитеты.

В ближайшие годы, глобализация будет сопровождаться следующими процессами в сфере инвестирования:

- дальнейшей экономической и информационной интеграцией, созданием единого информационного и инвестиционного пространства;

<sup>6</sup> См.: Губарь О.В., Захаров В.К. Номология как преодоление экономоцентризма. РГЭУ «РИНХ». Ростов н/Д, 2006. С. 100-104.

- опережающим развитием информационных и коммуникационных технологий;

- унификацией нормативно-правовой регламентации инвестиционных решений на межгосударственном уровне, созданием межгосударственных соглашений в области инвестиций и управления капиталом;

- сбалансированным развитием инфраструктуры инвестиционного рынка, унификацией инвестиционных институтов, реализуемых ими функций и используемых инструментов;

- как результат – легкостью инвестирования в экономику любого региона.

Осуществление этих действий возможно при следующих условиях:

- возможности информационного и финансового контроля за использованием инвестиционных ресурсов на любом расстоянии от места их вложения в режиме on-line;

- внедрении единых информационных стандартов залоговых механизмов, бухгалтерской отчетности, разработки проектов и программ развития предприятий, регионов и государств;

- функционировании интегрированной инвестиционной инфраструктуры (банковской, законодательной, организационной), обслуживающей инвестиционный процесс;

- разработке и реализации интегральных механизмов и технологий управления инвестиционными процессами (в региональном и отраслевом аспектах), основанными на информационных технологиях.

- законодательном обеспечении достоверности информации, согласовании такого обеспечения межгосударственными многосторонними соглашениями всех стран мирового сообщества;

– организационном и законодательном обеспечении сделок, заключенных посредством Интернета;

– окончательном переводе финансово-банковского сопровождения бизнеса на информационные и виртуальные технологии.

Учитывая эти тенденции в развитии инвестиционных институтов в ходе глобализации самих институтов, можно рекомендовать российским институциональным структурам ориентироваться на создание благоприятных условий для проникновения иностранного капитала. Речь идет о страховании инвестиционных рисков, учете разности валютных ставок национальных валют, долгосрочности предоставления инвестиционных ресурсов, ликвидности залоговых активов и предоставляемых гарантий. Функционирование организационных структур, реализующих вышеперечисленные функции, – условие эффективного функционирования субъектов инвестиционного рынка.

Инфраструктура инвестиционного рынка будет становиться как все более дифференцированной, так и интернациональной и интегрированной. В настоящее время уровень развития финансовой и банковской инфраструктуры в различных регионах мира неодинаков, во многих национальных экономиках невозможно организовать финансирование крупных, долгосрочных проектов и программ. Организационная инфраструктура инвестиционного рынка должна быть понятной и доступной инвестору, способной всесторонне удовлетворить его потребности и потребности соискателей инвестиций; создавать возможность размещения относительно дешевых ресурсов под обеспечение различных инструментов и гарантий, унифицируя уровень доходности и инвестиционных рисков. В такой системе

должно быть возможно построение финансовых мультипликаторов.

Важным направлением развития мирового инвестиционного рынка нам представляется дальнейшая транснационализация экономических связей, товарных и финансовых рынков. С одной стороны, транснационализация соответствует современным тенденциям глобализации, вовлечения все большего количества государств в мировые интеграционные процессы. С другой стороны, в национальных экономиках наметилась тенденция делового сотрудничества в рамках своего региона, что позволяет конкретизировать инвестиционные цели и задачи, сокращает путь принятия организационных и административных решений.

В этих условиях главной задачей для экономики России видится выработка опережающих решения в сфере международного инвестирования, что позволит занять ведущее место в системе инвестиционных отношений и регулирования мирового инвестиционного рынка.

#### **Библиографический список**

1. FT-500.  
<http://www.vedomosti.ru:8000/ft500/2004/global500.html>
2. <http://www.iif.com/404.php>
3. <http://www.gks.ru>
4. О.В. Губарь, В.К., Захаров. Номология как преодоление экономикоцентризма. РГЭУ «РИНХ». Ростов н/Д, 2006.

#### **Bibliographic list**

1. FT-500.  
<http://www.vedomosti.ru:8000/ft500/2004/global500.html>
2. <http://www.iif.com/404.php>
3. <http://www.gks.ru>
4. O.V. Gubar, V.C. Zacharov. Nomology as the way of overcoming the economicocentrism. RSEU. Rostov-on-Don, 2006.



## **ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»**

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ от 19 февраля 2010 года №6/6 «О Перечне ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям:

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью, а также должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора.

Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник РГЭУ «РИНХ»», в обязательном порядке рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления.

2. а) Текст статьи должен быть отпечатан 14 кеглем (размер шрифта), гарнитурой Times, с одной стороны белого листа бумаги стандартного формата А4 (210x297), черным цветом. На странице рукописи должно быть не более 30 строк, отпечатанных через полтора интервала (это относится к примечаниям и ссылкам на литературу), в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи должны быть: верхнее, правое, левое - 25 мм и нижнее – 30 мм. Размер абзацного отступа 1 см. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа.

б) Таблицы набираются 10 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки). Графики и ри-

сунки в полутонах черно-белого цвета. Формулы – во встроенном формульном редакторе MS Word.

в) Заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста).

г) В тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте.

д) Ссылки на литературу и подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных.

е) Иностранная литература оформляется по тем же правилам. Нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи.

3. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия (на дискете), сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, домашний адрес), кроме того, необходимо представить краткую аннотацию статьи, пристатейные библиографические списки, ключевые слова, название статьи (на русском и английском языках), выписка из протокола заседания кафедры о рекомендации работы в печать. Статья не должна превышать более 10 страниц.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отправлять авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку

(если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию. Один экземпляр статьи, не принятый к публикации, остается в архиве редакции.

Плата с аспирантов за публикацию не взимается.

Приглашаем к активному творческому сотрудничеству и надеемся на поддержку.

Главный редактор журнала - **Наливайский Валерий Юрьевич**, д.э.н., профессор.

Дни приема: **вторник, четверг, пятница с 13:30 – 16:30, ауд.418**

тел.: 237-02-69

тел.: 261-38-46

Ответственный секретарь журнала - **Смейле Валентина Ефимовна**, нач. отдела редакции журнала, ауд. 653

Дни приема: **понедельник, вторник, четверг, пятница с 10:00 – 17:00, ауд. 653**

тел.: 266-42-34

тел.: 261-38-77

На журнал можно подписаться по каталогу «Пресса России» (индекс 41963) в любом почтовом отделении.

Адрес редакции журнала: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, РГЭУ (РИНХ), тел.:261-38-77; 266-42-34 e-mail: rsue.ru

**ВЕСТНИК  
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

**№ 1 (30), АПРЕЛЬ, 2010**

**Научно-практический журнал**

Ответственная за выпуск В.Е. Смейле

Редакторы:

О.Н. Шимко,  
В.Е. Смейле

Компьютерный набор, верстка  
и макетирование

Ю.В. Тихонова

Аннотации, ключевые слова и библиографические списки  
(на английском языке) – авторские версии

---

Изд. № 74/1417. Подписано к печати 27.04.2010  
Объем 37,5 уч.-изд. л.; 18,6 усл.-печ. л. Бумага офсетная. Печать цифровая.  
Формат 60x84/8. Гарнитура «Times New Roman».  
Заказ № 2005. Тираж 1000 экз.

---

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, РГЭУ (РИНХ).  
Отпечатано в типографии РИЦ РГЭУ (РИНХ).