

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ВЕСТНИК

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 1 (45), МАРТ, 2014

**V E S T N I K
OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)**

№ 1 (45), MARCH, 2014

РОСТОВ-НА-ДОНУ

2014

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 1 (45), МАРТ, 2014

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность — 4 номера в год.
№ 1 (45), 2014

Журнал «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» включен в «Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list/).

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия от 14.09.2005 ПИ № ФС77-22006.

Подписной индекс 82537 (на год)
в каталоге «Пресса России»
или на сайте www.arpk.org.

Международный стандартный номер
сериального издания: **ISSN 1991-0533**

Адрес редакции журнала:
344002, Ростов-на-Дону,
ул. Б. Садовая, 69, к. 337
тел. (863) 237-02-75
e-mail: vestnic.rsue@mail.ru

© Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), № 1 (45), 2014

Главный редактор
Заслуженный деятель науки
Российской Федерации,
доктор экономических наук, профессор
Альбеков Адам Умарович

Заместитель главного редактора
Заслуженный работник высшей школы
Российской Федерации,
доктор экономических наук, профессор
Джуха Владимир Михайлович

Ответственный секретарь
кандидат экономических наук, доцент
Пархоменко Татьяна Валерьевна

Рукописи представляются в редакцию в электронном виде (на диске или по электронной почте vestnic.rsue@mail.ru). Редакция в обязательном порядке осуществляет экспертную оценку (рецензирование, научное и стилистическое редактирование) всех материалов, публикуемых в журнале.

Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Мнение редакции и членов редколлегии может не совпадать с точкой зрения авторов публикации.

Ответственность за содержание публикаций и достоверность фактов несут авторы материалов.

MINISTRY EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK

OF ROSTOV STATE ECONOMIC UNIVERSITY (RINH)

№ 1 (45), MARCH, 2014

Scientifically-practical journal.
First published in 1996.
Periodical — 4 issues per year.
№ 1 (45), 2014

The journal «Vestnik of Rostov State Economic University (RINH)» is included in the «List of Russian peer-reviewed scientific journals, which should be published by a major scientific results of theses for the degree of doctor and candidate of sciences» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list).

The edition is registered in Federal service of control for keeping the legislation in the sphere of mass communication and defence of the heritage since the 14.09.2005 PI № FS77–22006.

Index 82537 (for one year)
in the catalog «The Russian Press»
or online at www.arpk.org.

The International Standard Serial Number:
ISSN 1991–0533

Publishing address of the journal:

344002, Rostov-on-Don,
B. Sadovaya St., 69, room 337.
Tel. (863) 237–02–75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru.

© Vestnik of Rostov State
University of Economics
(RINH), № 1 (45), 2014

The Edition:

Editor-in-Chief
A. U. Albekov

Deputy Editor-in-Chief
V. M. Dzhukha

Executive Secretary
T. V. Parkhomenko

Received manuscripts available in electronic form (on disk or by e-mail vestnik.rsue@mail.ru). Editorial compulsorily provides expert assessment (peer review, scientific and stylistic editing) of all materials published in the journal.

Review the requirements for the materials on the site of the journal: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Opinion of editorial and board members do not necessarily reflect the views of the authors of the publication. Responsibility for the content of publications and reliability of the facts carried by the authors of materials.

Международный издательский совет

- Адамов Величко** — профессор, д-р, ректор Экономической академии им. Д.А. Ценова (Болгария)
- Атоян Корюн Лукашович** — д.э.н., профессор, ректор Армянского государственного экономического университета (Армения)
- Баумшгарк Люк** — проф. д-р, декан факультета экономики и менеджмента Университета им. братьев Люмьер — Лион 2 (Франция)
- Валлер Ева** — проф. д-р декан факультета бизнеса Университета прикладных наук г. Бохум (Германия)
- Глушек Ярослав** — кандидат наук, профессор, ректор Университета им. Грегора Менделя в Брно (Чешская Республика)
- Зверяков Михаил Иванович** — доктор экономических наук, профессор, корр. НАН Украины, ректор Одесского национального экономического университета (Украина)
- Пономаренко Владимир Степанович** — д.э.н., профессор, ректор Харьковского национального экономического университета (Украина)
- Цекурас Яннис** — проф. д-р президент Ассоциации экономических университетов Южной и Восточной Европы и региона Черного моря (Греция)
- Черниченко Геннадий Александрович** — доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель образования и науки Украины, декан экономического факультета Донецкого национального университета (Украина)
- Шимов Владимир Николаевич** — д.э.н., профессор, ректор Белорусского государственного экономического университета (Республика Беларусь)

Редакционный совет:

- Боровская Марина Александровна** — доктор экономических наук, профессор, ректор Южного федерального университета, Председатель Совета ректоров вузов Южного федерального округа
- Емельянов Владимир Викторович** — доктор экономических наук, профессор, руководитель Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области (Ростовстат)
- Кобилев Алексей Геннадьевич** — доктор экономических наук, профессор, вице-президент Торгово-промышленной палаты Ростовской области
- Кузнецов Владимир Васильевич** — доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии сельскохозяйственных наук
- Максимцев Игорь Анатольевич** — доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии естественных наук, академик Международной академии наук высшей школы, почетный доктор Бухарестской экономической академии, ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета
- Украинцев Вадим Борисович** — доктор экономических наук, профессор, директор Представительства Внешэкономбанка в Южном федеральном округе
- Халын Виктор Геннадьевич** — кандидат экономических наук, член совета Ростовского областного отделения общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»
- Чернышев Михаил Анатольевич** — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Теория и технологии в менеджменте» экономического факультета Южного федерального университета, мэр города Ростова-на-Дону
- Эскиндаров Михаил Абдурахманович** — доктор экономических наук, ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, профессор, член-корреспондент Российской академии образования

International Editorial Council:

- Adamov Velichko** — Professor, Dr., Rector of D.A. Tsenov Academy of Economics (Bulgaria)
- Atoyan Koryun L.** — Professor, Dr., Rector of Armenian State University of Economics, (Armenia)
- Baumstark Luc** — Professor, Dr., Dean of Faculty of Economics and Management of Université Lumière Lyon 2, France
- Waller Eva** — Professor, Dr., Dean of Department of Business of Bochum University of Applied Sciences (Germany)
- Hlušek Jaroslav** — Professor, CSc., Rector of Mendel University in Brno (Czech Republic)
- Zveryakov Mikhail I.** — Doctor of Economic, Professor, corr. NAS of Ukraine, Rector of Odessa National Economic University (Ukraine)
- Ponomarenko Vladimir S.** — Professor, Dr., Rector of Kharkiv National Economic University (Ukraine)
- Tsekouras Yannis** — Professor, Dr., President of the Association of Economic Universities of South and Eastern Europe and the Black Sea Region (Greece)
- Chernichenko Gennadiy A.** — Doctor of Economic, Professor, Honored Worker of Education and Science, Dean of the Faculty of Donetsk National University (Ukraine)
- Shimov Vladimir N.** — Professor, Dr., Rector of Belarus State Economic University, (Republic of Belarus)

Editorial Council:

- Borovskaya Marina A.** — Professor, Dr., Rector of Southern Federal University, Chairman of the Council of Rectors of the Southern Federal District
- Yemelyanov Vladimir V.** — Doctor of Economic, Professor, Director of Territorial Agency of Federal State Statistics Service in the Rostov Region
- Kobilev Alexey G.** — Doctor of Economics, Professor, Vice-President of Chamber of Commerce and Industry of Rostov region
- Kuznetsov Vladimir V.** — Academician of the Russian Academy of Agricultural Sciences, Doctor of Economic, Professor
- Maksimtsev Igor A.** — Professor, Dr., Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Academician of International Academy of Higher Education, Honorary Doctor of Bucharest Academy of Economic Studies Rector of Saint Petersburg State University of Economics
- Ukraintsev Vadim B.** — Doctor of Economic, Professor, Vnesheconombank Director Representative in Southern Federal District
- Khalyn Victor G.** — Candidate of Economic Science, the Chairman of the Rostov Regional Office of Public Organization of Small and Average Business «Support of Russia»
- Chernyshev Michael A.** - professor, paveduyuschy Department "Theory and technology management" Faculty of Economics, Southern Federal University, Mayor of Rostov-on-Don
- Eskindarov Michael A.** — Professor, Dr., Rector of the Financial, University under the Government of Russian Federation, Corresponding Member of Russian Academy of Education

Редакционная коллегия:

Акопова Елена Сергеевна — доктор экономических наук, профессор
Гиссин Виталий Исаевич — доктор экономических наук, профессор
Губанов Александр Григорьевич — доктор экономических наук, профессор
Денисов Михаил Юрьевич — доктор экономических наук, профессор
Евсюкова Татьяна Всеволодовна — доктор филологических наук, профессор
Золотарёв Владимир Семёнович — доктор экономических наук, профессор
Карасёв Денис Николаевич — кандидат физико-математических наук
Костоглодов Дмитрий Дмитриевич — доктор экономических наук, профессор
Кузнецов Николай Геннадьевич — доктор экономических наук, профессор
Наливайский Валерий Юрьевич — доктор экономических наук, профессор
Ниворожкина Людмила Ивановна — доктор экономических наук, профессор
Седенко Василий Игоревич — доктор физико-математических наук, профессор
Таранов Петр Владимирович — доктор экономических наук, профессор
Тяглов Сергей Гаврилович — доктор экономических наук, профессор
Усенко Людмила Николаевна — доктор экономических наук, профессор

Editorial board:

Akopova Elena S. — Doctor of Economic, Professor
Gissin Vitaly I. — Doctor of Economic, Professor
Gubanov Alexander G. — Doctor of Economic, Professor
Denisov Mikhail Y. — Doctor of Economic, Professor
Evsukova Tatiana V. — Doctor of Philology, Professor
Zolotariov Vladimir S. — Doctor of Economic, Professor
Karasiov Denis N. — Candidate of Physics and Mathematical Sciences
Kostoglodov Dmitry D. — Doctor of Economic, Professor
Kuznetsov Nikolai G. — Doctor of Economic, Professor
Nalivaytsky Valery Y. — Doctor of Economic, Professor
Nivorozhkina Ludmila I. — Doctor of Economic, Professor
Sedenko Vasily I. — Doctor of Physics and mat.s., Professor
Taranov Peter V. — Doctor of Economic, Professor
Tyaglov Sergei G. — Doctor of Economic, Professor
Usenko Ludmila N. — Doctor of Economic, Professor

ВЕСТНИК**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)****№ 1 (45), МАРТ, 2014****СОДЕРЖАНИЕ****РАЗДЕЛ 1. Управление
экономическими системами _____ 11**

Альбеков А.У., Ротэрмель А.А.
Концептуальные аспекты организации
рыночного взаимодействия
в сегменте FMCG **11**

Астафуров С.С.
Проблемные аспекты повышения
конкурентоспособности поставщиков
в современных цепях поставок **18**

Батыгов Я.А.
Трансформация развития
смешанных перевозок в России:
транспортно-логистический аспект **26**

Борисова В.В., Тасуева Т.С.
Сервисная направленность
складской логистики региона **32**

Ерохина Т.Б., Карапетян М.Г.
Логистика транспортно-
экспедиционного обслуживания
потребителей **38**

Захарова Р.М.
Логистическая организация
и развитие гостиничных сетей
в отечественной сфере
гостеприимства **43**

Коваль И.Ю.
Потоки прямых иностранных
инвестиций в механизме
стимулирования роста экономики **49**

Носаченко Н.Н.
Логистическая оптимизация цепей
поставок товаротранспортной сети
региона **55**

Пархоменко Т.В.
Разработка логистического форсайт-
проекта электроэнергетического
комплекса региона **60**

Петросьян А.О.
Стратегические императивы
и особенности трансформации
торгово-сбытовой инфраструктуры
распределения продукции
на отечественном рынке
детских игрушек **69**

Пушкарь О.М.
Развитие агропроизводства
как фактор интеграции
сельскохозяйственных
товаропроизводителей
в продуктовые цепочки **76**

**РАЗДЕЛ 2. Экономика
и предпринимательство _____ 83**

Багирян В.А.
Международный туризм
в системе мировой экономики **83**

Гуськов А.И.
Возможности государственного
маркетинга в формировании рынка
экологически чистого продовольствия
в регионе **90**

Казаренко К.О., Мищенко К.Н.
Вовлечение потенциала
государственно-частного партнерства
в реализацию проектов
стратегического развития региона **99**

Конькова О.В., Тарасов А.Н. Онтологическая парадигма развития экономической теории циклов	106
Лахно Ю.В. Рынок облигаций российских нефтегазовых компаний	111
Омельченко В.О. Методика формирования внутрифирменного интегрального показателя финансовой устойчивости	118
Панасенко С.С. Основные направления и проблемы развития инновационной деятельности в аграрном секторе экономики	125
Шполянская И.Ю. Использование технологий Datamining для создания аналитических CRM-систем для малого бизнеса	129

РАЗДЕЛ 3. Развитие мирохозяйственных связей	136
Бондаренко В.А. Этнопсихологические факторы влияния на отношения контрагентов во внешней торговле	136
Елизарова Т.С. Офшорные компании в системе традиционных видов внешнеэкономической деятельности	142
Ниворожкина Л.И., Колосова Н.А. Эволюция научных взглядов на трудовую миграцию как движущую силу развития мирохозяйственных связей	148
Перунов С.Ю. Методическое обеспечение оценки экспортного потенциала региона	155
НАШИ АВТОРЫ	164

VESTNIK

OF ROSTOV STATE ECONOMIC UNIVERSITY (RINH)

№ 1 (45), MARCH, 2014

CONTENTS

SECTION 1. Management of economic systems _____ 11

Albekov A.U., Rotermel' A.A.
Conceptual aspects
of organizationmarket
integration in MCG segment 11

Astafurov S.S.
Aspects of increasing concern
competitive suppliers in modern
supply chains 18

Batygov Y.A.
Transformation
of multimodal transportation
development in Russia:
transport and logistics aspect 26

Borisova V.V., Tasueva T.S.
Service orientation of regional
logistics warehouse 32

Erochina T.B., Karapetyan M.G.
Logistics transportation
and forwarding services
to customers 38

Zakharova R.M.
Logistics organization
and development
in domestic hotel chains
in hospitality 43

Koval' I.Yu.
Foreign direct investment flows
to the incentive mechanism
economic growth 49

Nosachenko N.N.
Logistics optimization
of supply chain in commodity
and transport regional network 55

Parchomenko T.V.
Development of logistic
forsite-project
of regional energy system 60

Petrosyan A.O.
Strategic imperatives and features
transformation of commerce sales
infrastructure product distribution
in the domestic market toys 69

Pushkar' O.M.
Agricultural development as a factor
in integration agro-cultural producers
in the food chain 76

SECTION 2. Economics and business _____ 83

Bagiryan V.A.
International tourism in the system
world economy 83

Gousov A.I.
The ability of public marketing
in the formation of organic food
regional market 90

Kazarenko K.O., Mishchenko K.N.
The potential of public-private
partnership in implementation
of projects of strategic development
of the region 99

Konkova O.V., Tarasov A.N.
The ontological paradigm

of the development economic theory of cycles	106	SECTION 3. Development of world economic relations _____ 136
<i>Lakhno U.V.</i> Bonds market of Russian oil and gas companies	111	<i>Bondarenko V.A.</i> Ethnopsychological impact factors on the counterparties, relations in foreign trade 136
<i>Omelchenko V.O.</i> Methods of forming of internal integral indicator of financial stability	118	<i>Elizarova T.S.</i> Offshore companies in traditional system of foreign economic activity 142
<i>Panasenko S.S.</i> The guidelines and problems of innovation activity in the agricultural sector of economy	125	<i>Nivorozhkina L.I., Kolosova N.A.</i> The evolution of scientific views on labour migration as a moving force of the development of world economic ties 148
<i>Shpolianskaya I.Yu.</i> The application of Datamining technology in analytical CRM-systems for medium-small enterprises	129	<i>Perunov S.Yu.</i> Methodical ways for regional export potential assessment 155
		OUR AUTHORS _____ 164

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

А.У. Альбеков, А.А. Ротэрмель

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЫНОЧНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СЕГМЕНТЕ FMCG

Аннотация

В статье проводится обоснование концептуальных особенностей эмпирически отлаженной организации рыночного взаимодействия операторов рынка в сегменте FMCG, теоретический базис которых формирует релевантную призму идентификации возникающей в настоящее время асимметрии товарно-сбытовой кооперации поставщиков и ритейлеров.

Ключевые слова

Рынок, организационное поле рынка, рыночное взаимодействие, рыночная власть.

A.U. Albekov, A.A. Rotermel

CONCEPTUAL ASPECTS OF ORGANIZATION MARKET INTEGRATION IN FMCG SEGMENT

Annotation

In this article, we justify the conceptual features of empirically-established organization of market interaction operators in the market segment of FMCG, which forms the theoretical basis of the relevant prism identify emerging currently asymmetry commodity supply chains of suppliers and retailers.

Key words

Market, organizational field market, market interaction, bargaining power.

Ключевым эмпирическим трендом сегодня выступает рост и расширение сетевых форм организации бизнеса на потребительском рынке. Данный тренд показывает, что форматный ритейл становится доминантным участником потребительского рынка, экспансия которого в торговом пространстве страны имеет массу следствий.

Основными такими следствиями являются: перемещение центра накопления стоимости в сетевую розничную торговлю; неравномерное распределение добавленной стоимости в цепях поставок торговых сетей; конкурентное подавление торговых предприятий малого сектора экономики и открытого рыночного формата; ослабление рыноч-

ной устойчивости и эффективности традиционной бизнес-модели дистрибуторов, стимулированное ростом форматного ритейла и консолидацией/отладкой логистики производственных FMCG-компаний.

То есть имеет место достаточно динамичный процесс реструктуризации организационного поля потребительского рынка. Дефекты последнего могут быть устранены естественно-эволюционным путем либо должны быть скорректированы в рамках институционального регулирования рыночного процесса.

Предмет научного интереса в данном случае составляет не статическое состояние (одномоментный срез) существующих структур и институтов рынка,

а их трансформация, стимулированная образованием актуальных конфигураций взаимодействия участников рынка. Развивая логику данного посыла, можно констатировать, что «мы фокусируемся не на влиянии сложившихся сетевых связей и готовых правил, регулирующих их функционирование, на получаемые экономические результаты, а на формировании этих связей и производстве правил в процессе рыночного обмена. Мы рассмотрим рынок в состоянии становления и трансформации, когда отношения его участников обладают повышенной подвижностью» [9].

В качестве отправной точки анализа рынка используется его интерпретация как «организационное поле», которое как способ структурирования и институционализации рынка может быть эксплицировано в двух вариантах его толкования: структурном и интеракционистском.

Структурная концепция поля была предложена П. Бурдые в конце 1970-х годов в рамках концепции социального пространства, часть которого занимает поле рынка как результат взаимного позиционирования предприятий, принадлежащих к одному сектору или отрасли, но различающихся по объему и структуре имеющегося у них капитала [3].

Данный аналитический подход показателен тем, что в нем сложившееся статус-кво участников рыночного процесса в значительной степени предопределено изначально. В структурном отношении (в пропорции) распределение капитала формирует структуру поля, которая в свою очередь определяет условия входа на рынок и возможности экономически выгодного хозяйствования в этом рыночном поле.

В контексте актуальной для настоящей статьи интерпретации можно резюмировать, что рыночная доля предприятий, по П. Бурдые, выступает главным структурирующим фактором. От-

сюда стратегии межфирменного взаимодействия вторичны, а главное, существенно ограничиваются общей структурой поля и структурой власти внутри отдельных организаций.

«Доминирующая позиция в структуре позволяет главенствующим фирмам определять порядок и порой правила игры и её границы, а также менять самим фактом своего существования в не меньшей степени, чем своими действиями (решение об инвестиции или изменение цены), всю среду существования других предприятий и систему действующих ограничений...» [3].

Производной от концепции рынка как поля выступает понятие «организационного поля», которое является центральным в концептуальной линии интеракционистского подхода, разрабатываемого Н. Флигстином. В отличие от П. Бурдые, ученый во главу угла ставит не структурное начало, а выделяет взаимодействие как основной структурирующий фактора. Как полагает Н. Флигстин, «поля — это институционализированные арены взаимодействия, на которых акторы с различными организационными возможностями выстраивают свое поведение по отношению друг к другу» [11].

В отличие от примата структурного фактора у П. Бурдые, имеется возможность рассмотреть структуризацию организационного поля рынка как результат обоюдно осмысленной рыночной борьбы. Изначально участники рыночного процесса не стеснены никакими рамками и ограничениями, а формируемая ими рыночная позиция, необходимо подчеркнуть, является производной от оценки специфики рыночного позиционирования другого участника (участников) рыночного процесса.

Другая важная особенность данного исследовательского подхода к интерпретации понятия рынка как организационного поля, по Н. Флигстину, состоит в смещении акцента на институцио-

нальное оформление взаимодействия участников рынка. Последнее легитимировано в правах собственности, специфицирующих притязания на ресурсы и доходы; укоренено в «структурах управления, фиксирующих правила построения внутриорганизационных схем; в правилах обмена, регулирующих взаимодействие с партнёрами по обмену» [12].

Однако, как уже было отмечено выше, данные правила отнюдь не статичны, а формируются и воспроизводятся в рыночном взаимодействии. Отмеченное особо осмысленное взаимодействие, по Н. Флигстину, означает, что данные правила анализируются в процессе рыночных трансакций, закономерно трансформируясь «из абстрактных предписаний в конституирующие элементы распространенных моделей взаимодействия, обозначая процесс их институционализации» [9].

Идейное единение теоретического видения рынка Н. Флигстина и концепции П. Бурдые состоит в том, что в обоих случаях участники рынка дифференцированы, а процесс их взаимодействия воспроизводит относительно устойчивые статусные иерархии.

Оба подхода составляют определенную аналитическую ценность, поскольку изначально позволяют выработать некоторый ракурс теоретического видения и декомпозиции проблемы. Имеется концептуальная схема, через призму которой можно более детально с ориентацией на некоторый эталон осмыслить эмпирические данные, характеризующие тот или иной уровень и характер структуризации организационного поля потребительского рынка.

Так, представители ростовской школы логистики на основе анализа развития асимметрии переговорных позиций торговых сетей и региональных товаропроизводителей в системе товародвижения потребительского рынка

Ростовской области эмпирически обосновывают существование устойчивых экономических предпосылок дальнейшего ослабления механизмов миметического изоморфизма в цепях поставок региональных и экстерриториальных торговых сетей [5].

В рамках рассмотренных концепций наличие таких предпосылок указывает на вероятность сужения практики распространения рыночных правил обмена от крупных к мелким сетям. Теоретически осмысливая региональную специфику дифференциации переговорных позиций как функции от размера ритейлера, представленного в регионе, можно констатировать, что ослабление таких механизмов в регионе в перспективе будет повышать неоднородность организационного поля потребительского рынка.

Таким образом, разбор концепций рынка и включение в анализ рынка фактора властных отношений позволяют достаточно радикально истолковать механику развития обменно-распределительного механизма ввиду неравновесного положения его отдельных операторов, что открывает достаточно широкие возможности для того, чтобы предельно критично проанализировать концепцию саморегулирования рынков.

Современное теоретическое видение последней конституирует ограниченность пространства, на котором действует «невидимая рука рынка». Как отмечает Марков А.: «в реальной рыночной жизни превалируют олигопольные или монополюльно-конкурентные структуры, то есть рынки с несовершенной конкуренцией...»

Совершенной конкуренции просто не существует хотя бы по причине практики ограничения доступа на конкретные рынки, выражающегося в ограничении доступа покупателей к поставщикам и/или ограничении доступа поставщиков к покупателю» [7].

В выводах ученого прямоточно результируется концептуальное видение рынка П. Бурдые, который подчеркнул значимость влияния размера бизнеса на формирование статусных иерархий в организационном поле рынка. Беглый анализ результатов комплексного исследования ученым В.В. Радаевым проблемы асимметричного распределения рыночной власти на потребительском рынке России позволяет особо акцентировать внимание на конвергенции взглядов социологов и экономистов, выделяющих значимость структурного подхода в современных исследованиях конкуренции и конкурентоспособности на рынке [10].

Данный подход был критически осмыслен множеством ученых, ангажированных на то, чтобы интерпретировать рыночную власть как результат достижения конкурентных преимуществ, а не прямо и единственно производную от размера компании. Далее в социально-экономических исследованиях наметилась новая линия, связанная с углублением концептуализации понимания того, что размер имеет значение лишь в случае повышения барьеров входа в сферу товарного обращения.

Как справедливо отмечает ученый Авдашева С.Б., «этот подход важен не только для теории, но и для стратегического позиционирования на рынке, и для оценки возможных методов государственной политики по отношению к сектору. Он подчеркивает приоритет методов снижения издержек входа по сравнению с методами сдерживания роста или регулирования отношений участников рынка» [2].

Иными словами, в условиях значительной разности потенциалов крупных торговых сетей и более мелких операторов рынка институционализация «выравнивающей» структуризации организационного поля рынка уже сегодня должна опираться на сдерживание роста

сетей, сокращая разность экономических потенциалов.

В условиях усиления зависимости поставщиков от новых каналов реализации продукции на потребительском рынке институциональное обновление обменно-распределительного механизма потребительского рынка России должно опираться на выработку концептуально завершенной аналитической схемы перехода от научного анализа властного потенциала участников цепей поставок ритейлеров к исследованию факторов изменения переговорной позиции [6].

Логика данного вывода отчасти продиктована тем, что потенциал корректирующего выравнивания рыночных позиций за счет ограничения роста сетей, вероятно, незначителен по причине того, что достаточно сложен в реализации с практической точки зрения. Поэтому вполне эффективным и экономически целесообразным представляется переход к корректировке договорных условий взаимодействия, то есть проведение работы в рамках интеракционистской концепции организационного поля рынка.

С теоретической точки зрения, данная методическая инверсия должна составить основу современных рыночно-ориентированных практик институционального строительства инфраструктуры розничной торговли. В основу последних должен быть положен синтез доминирующей на рынке логистической концепции формирования правил рыночного обмена, теоретически задающей рамочные условия трансформации существующих сегодня конкурирующих интерпретаций противоречий, характеризующих современные практики взаимодействия продуцентов и ритейлеров» [4].

В русле интеракционистского подхода будущая институциональная трансформация правил рыночного обмена в цепях поставок должна быть

максимально ориентирована на учет сложных процессов и технологий, реализуемых в торговле, а также на расширение условий повышения конкурентоспособности товаропроизводителей. Это позволит не столько теоретически делегитимировать концепты, «безапелляционно» фиксирующие рыночное превалирование и доминирование форматного ритейла, сколько позволит сформировать отправную точку для научного разворота в сторону отыскания реальных возможностей институционального усиления товаропроизводителей в цепях поставок. Критика уже стала общим местом в современных исследованиях и усиливает постановочный аспект идентификации проблемных сторон развития цепей поставок форматного ритейла. Далее и логистике, и маркетингу следует переходить к определению возможностей преодоления возникшего дисбаланса в системе торгово-сбытовой кооперации не столько за счет институционального пресса сетевого ритейла, сколько за счет реального экономического подъема производства.

В настоящее время существующие когнитивные схемы отражают эмпирически устоявшееся понимание рынка, производное от сложившихся концепций контроля, позволяющих интерпретировать рыночную ситуацию и навязывать, по сути, «доминантное» видение другим участникам рыночного процесса.

Однако идейное продуцирование господствующих представлений о том, что из себя представляет рынок, является еще далеко не завершенным.

Сегодня в рыночной среде, ее организационном поле происходит пересмотр существующих интерпретаций, поскольку представления ведущих участников рынка остаются достаточно дискуссионными. Они не дают завершенного и разделяемого всеми участниками рынка представления о том, каким

образом и насколько справедливо происходит структуризация организационного поля потребительского рынка, насколько разумным и оправданным является сложившийся диспаритет распределения рыночной власти между крупными (торговые сети) и более мелкими операторами рынка.

Развитие данного концепта представляется весьма резонным через определение понятия «стабильный рынок». Н. Флигстин определяет его как «рынок, на котором идентичность и статусная иерархия фирм (доминирующих и претендентов) хорошо известны, а концепция контроля, направляющая действия акторов, которые управляют этими фирмами, разделяется всеми участниками» [12].

В контексте данного определения невозможно дефинировать потребительский рынок России как стабильный. Тенденции его развития показывают, что экспансия торговых сетей в рыночном пространстве страны, перманентное насыщение рынка стимулировали формирование крайне дифференцированной рыночной иерархии, которая образует новый вектор радикальной реструктуризации существующего рыночного поля, состав игроков которого постепенно меняется, что происходит параллельно изменению правил рыночного обмена.

Через призму критического анализа эмпирической данности рынка, его неоднородной структуризации тем не менее необходимо особо акцентировать внимание на теоретико-методической схеме синтеза представлений о том, каким образом реализуется рыночное взаимодействие, что в нем первично, а что вторично.

Данный аналитический ракурс очень точно отображен в рассуждениях Радаева В.В., который отмечает, что понятие организационного поля в его структурной интерпретации акцентирован именно процесс формирования организационного деления субъектов

рынка, тогда как процесс обмена между участниками рынка рассматривается более опосредованно. Однако с точки зрения современного маркетинга и логистики, терминологический синтез понятия «рынок», его категориальное оформление в русле современных тенденций трансформации механики обменно-распределительных отношений на рынке происходили исходя из примата общего понятия обмена, всегда выступавшего императивным для понимания рынка. Ученый обращает внимание на классическое определение рынка, в котором он представляет собой тип хозяйства на специфической форме товарного обмена — регулярного, преимущественно денежного, взаимовыгодного, добровольного и состязательного (конкурентного) обмена [8].

Однако современная практика развития потребительского рынка России показывает, что для определения основных факторов его динамики, структуризации его организационного поля рамочные условия диадических моделей (включают продавцов и покупателей, концентрируются на отношениях между ними) являются недостаточными и крайне узкими. Экспансия торговых сетей в данный период стимулирует ряд экстернальных эффектов, которые не присущи какому-то одному звену в товаропроводящей сети рынка, а рассыпаны по всей рыночной инфраструктуре в целом. Отсюда методически резонным является рассмотрение более длинной траектории движения товарного потока, то есть сквозное (логистика) рассмотрение совокупности связанных между собой последовательных звеньев рыночного обмена, эмпирически интегрирующихся в единую цепочку производства, распределения и реализации товарной продукции.

Современная логика и особенности структуризации организационного поля потребительского рынка выводят на более широкий ракурс уже логисти-

ческой дескрипции (описания), которая смещает акцент на учет процесса товародвижения по всей цепи поставок, в которой происходит (неравномерное) накопление добавленной стоимости.

Библиографический список

1. **Альбеков, А., Ротэрмель, А.** Факторы развития производственной инфраструктуры макрологистической системы товароснабжения внутреннего рынка России [Текст] / А. Альбеков, А. Ротэрмель // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — №4.

2. **Авдашева, С.** Анатомия власти [Текст] / С. Авдашева // Российский журнал менеджмента. Том 9. №4. 2011. — с.115-128.

3. **Бурдые, П.** Поле экономики. В кн.: Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. Под ред. Н. А. Шматко. М.: Алетейя. 2005.—129-176.

4. **Дзряян, А.** Договорные условия как фактор развития отношений конфликтов торговых сетей и поставщиков в Ростовской области [Текст] / А. Дзряян // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: материалы 2-й Международной научно-практической конференции (26 октября 2012 года), в 2-х томах, Том 2, редкол. Горохов А.А. (отв. Ред.); юго-Зап. Гос. ун-т., Курск, 2012.

5. **Дзряян, А., Чайка, А.** Проблемы взаимодействия ритейлеров и поставщиков в системе товародвижения потребительского рынка Ростовской области [Текст] / А. Дзряян, А. Чайка // Актуальные проблемы социально-экономического, политического и правового развития современной России: материалы III Всероссийской научно-практической конференции ППС, студентов, аспирантов и молодых ученых, 27 ноября 2012 г.; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов н/Д, 2012.

6. **Кудусов, С-М., Дзрмян, А.** Институциональная трансформация отношений обмена в цепях поставок потребительского рынка: концептуальный аспект [Текст] / С-М. Кудусов, А. Дзрмян // Новые подходы к развитию логистики в формате Россия — член ВТО: отвечая на вызовы. Расширяя возможности (VIII Южно-российский логистический форум, 12–13 октября 2012 г.). — Ростов н/Д: РИЦ РГЭУ (РИНХ), 2012.

7. **Мартынов, А.** О теоретической трактовке современного рынка и российских реалиях [Текст] / А. Мартынов // Общество и экономика. 2012. №1. — с.5-32.

8. **Радаев, В.** Современные экономико-социологические концепции рынка. В кн.: Радаев В. В., Добрякова М. С. (отв. ред.). Анализ рынков в современной экономической социологии. М.: ГУ ВШЭ, 2007. — с. 21–60.

9. **Радаев В.** Как организуется рыночное взаимодействие : Препринт WP4/ 2010 /01. — М.: Изд. дом государственного университета — Высшей школы экономики, 2010. — с.4-8.

10. **Радаев В.** Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России [Текст] / В. Радаев; Высшая школа экономики. — М.: изд. дом Высшей школы экономики, 2011. — с.19-54.

11. **Флигстин, Н.** Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу. М.: РОССПЭН; 2002.— 119–156.

12. **Флигстин, Н.** Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам. В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). Западная экономическая социология: Хрестоматия со-

временной классики. М.: РОССПЭН; 2004.— 185-210.

Bibliographical list

1. **Albekov, A., Rotermel, A.** Factors of production infrastructure macrologistical system good chains Russian domestic market [Text] / A. Albekov A. Rotermel // Bulletin of the Rostov State Economic University (RSEU). — 2013. — № 4.

2. **Avdasheva, S.** Anatomy of power [Text] / S. Avdasheva // Russian Management Journal. Volume 9. Number 4. 2011. — p.115-128.

3. **Bourdieu, P.** 2005. Field of economy. In the book. Bourdieu P. Social pro - space: field and practice. Ed. Shmatko M: Aletheia, 2005.— 129-176.

4. **Dzreyan, A.** Contractual conditions as a factor of conflicting retailers and suppliers in the Rostov region [Text] / A. Dzreyan // Institutions and mechanisms of innovative development: global experience and Russian practice: Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference (26 October 2012), in 2 volumes, Volume 2, Editorial Board. AA Gorokhov (Eds.) South-West. State. Univ., Kursk, 2012.

5. **Dzreyan, A. , Chaika, A.** Problems of interaction retailers and suppliers in the distribution system of the consumer market of Rostov region [Text] / A. Dzreyan, Chaika // Actual problems of socio-economic , political and legal development of modern Russia : Materials III All- scientific conference PPP students, graduate students and young scientists , 27 November 2012 ; Rostov State Economic University (RSEU) . — Rostov n / D, 2012.

6. **Kudusov, S -M . , Dzreyan, A.** Institutional transformation of exchange relations in the supply chain of the consumer market : the conceptual aspect [Text] / S-M . Kudusov, A. Dzreyan // New approaches to the development of logistics in the Russia — WTO member : responding to challenges. Empowering

(VIII South Russian Logistics Forum , 12-13 October 2012) . — Rostov n / D: RIP RGEU (RSEU), 2012.

7. **Martynov, A.** On the theoretical interpretation of the modern market and Russian realities [Text] / A. Martynov // Society and Economy. 2012. Number 1. — p.5-32.

8. **Radaev, V.** Modern economic and sociological concepts of the market. In the book.: Radaev V.V., Dobryakova M.S. (Ed.). Analysis of markets in contemporary economic sociology. M.: HSE, 2007. — With. 21-60.

9. **Radaev, V.** How organized market interaction Preprint WP4 / 2010/01. — Moscow: Publishing House. House State University — Higher School of Economics, 2010. — p.4-8.

10. **Radaev, V.** Who holds power in consumer markets: the relationship retailers and suppliers in modern Russia [Text] / Radaev; Higher School of Economics. — M.: ed. House Higher School of Economics, 2011. — p.19-54.

11. **Fligstin, N.** 2002. Field, power and social skills: critical analysis of the new-sky institutional flows. In Sat: Radaev V.V. (ed. and scientific. Ed.). Economic Sociology: new approaches to institutional and network analysis. M. ROSSPEN; 119-156.

12. **Fligstin, N.** 2004. Markets as politics: a political-cultural approach to the under \rightarrow market institutions. In Sat: Radaev V.V. (ed. and scientific. Ed.). Western Economic Sociology: A Reader modern classical. M. ROSSPEN; 185-210.

C.C. Астафуров

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОСТАВЩИКОВ В СОВРЕМЕННЫХ ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Аннотация

В статье рассматриваются современные проблемы повышения конкурентоспособности производственного бизнеса в России и пути их решения, открывающие новые возможности трансформации товарно-сбытовой кооперации поставщиков в розничном сегменте FMCG.

Ключевые слова

Производство, инвестиции, товарно-сбытовая кооперация, интеграция, цепи поставок, розничная торговля.

S.S. Astafurov

ASPECTS OF INCREASING CONCERN COMPETITIVE SUPLIERS IN MODERN SUPPLY CHAINS

Annotation

The article deals with the problem of increasing the competitiveness of modern manufacturing business in Russia and solutions that open up new possibilities of transformation of commodity supply chains of suppliers in the retail segment FMCG.

Key words

Production, investment, inventories and sales cooperation, integration, supply chain, retail.

В настоящее время логистический анализ вопросов организации товароснабжения потребительского рынка выходит на серьезный проблемный аспект, осложняющий задачу повышения эффективности цепей поставок в сегменте FMCG, который связан с ослаблением конкурентоспособности производственного звена.

Значительное число исследований (В. Радаев, М. Бурмистров, Д. Даугавет, Д. Леонов, С. Авдашева), которые содержат в себе наработки в части оценки специфики взаимодействия производственного и торгового звеньев, особенно поставщиков и сетевых ритейлеров, приземлено на эконометрическое и содержательную соответственно измерение и оценку взаимоотношений звеньев в цепях поставок.

Тем не менее, рассматривая современный этап развития форматного ритейла и особенности трансформации его цепей поставок в близлежащей перспективе, хотелось бы заострить внимание на том, какие проблемы испытывают сами поставщики, что ограничивает их возможности по формированию равновесного альянса с ритейлерами. Не претендуя на идеализацию этого посыла, надо полностью отдавать себе отчет в том, что современный этап развития цепей поставок в сегменте FMCG характеризуется ростом рыночной силы форматного ритейла и монополизацией торгового пространства, в котором ускоренно идет процесс концентрации торгового капитала. Тем не менее, если сегодня поставщики не могут сформировать собственные цепи, а вынуждены интегрироваться в цепи ритейла, необходимо оценить сложности, которые ограничивают возможность достижения ими паритетных условий конвергенции, близких к равновесным.

Повышенные инвестиционные риски в производственной сфере ограничивают динамику роста промышленных инвестиций, а повышение фондовооруженности в определенной степени тормозится кредитно-денежной политикой, которая теоретически призвана, в том числе стимулировать повышение конкурентоспособности внутреннего производства.

В воспроизводственной сфере сегодня должен быть актуализирован вопрос относительно того, каким образом можно косвенно — организационно усиливать позиции поставщиков, формируя определенный противовес умножающейся власти форматного ритейла. Хочется обратить внимание на тот факт, что эта структурно определенная власть прямоточно детерминирована процессом накопления и концентрации капитала в сфере товарного обращения. Это образует одну из осей структурного неравновесия в экономике, которое вызвано перепадом рентабельности в отдельных секторах, что вызывает перелив капитала в торговлю, где его объем уже значительно превышает возможности рентабельного использования инвестиций. Эта ситуация становится все более очевидной на фоне постепенного насыщения потребительского рынка, его ускоренного инфраструктурного развития.

В торговле наблюдается двуединый процесс, характеризующий рыночный рост форматного ритейла: концентрация капитала и расширение сетевых форм организации бизнеса. Не сети между собой, но сети отдельно формируют некоторый альянс, укрупняются, что позволяет им расширять уровень рыночного присутствия.

Возникает вопрос, может и должен ли аналогичный процесс в видеоиз-

менном виде как - то воспроизводиться со стороны FMCG-компаний?

«В современных зарубежных источниках высказывается мнение, что когда рынок исправно функционирует, то производителю нет особой необходимости владеть источниками снабжения или каналами сбыта. В такой ситуации игроки всегда могут купить или продать требуемое им количество товара по рыночной цене, даже если она кажется «несправедливой» по сравнению с издержками. Так, Д. Стаки и Д. Уайт указывают, что вертикальная интеграция может быть оправдана, когда угроза вытеснения с рынка или «несправедливое» ценообразование свидетельствуют о провале вертикального рынка, либо о структурной рыночной власти поставщиков или потребителей» [6, с. 72-73].

Эмпирическая верификация этого тезиса в современных условиях взаимодействия поставщиков и ритейлеров в России свидетельствует о том, что ситуацию именно такого провала мы и имеем на рынке. Но при этом потребителями — покупателями выступают преимущественно торговые сети. Однако, как видно, в производственной среде не наблюдается массового процесса интеграции, производственный капитал не укрупняется, наблюдается разрозненный рост отдельных компаний.

В современной экономической науке расхожей стала сентенция о том, что «разнонаправленные внутренние интересы корпорации и давление внешней среды можно согласовать, уравнивать, если у корпорации имеются добросовестные, грамотные менеджеры, нет доминирующих собственников, сбивающие менеджеров с верного пути, и отсутствуют «нерыночные» препятствия деятельности» [5, с. 85].

Относительно давления собственников можно констатировать, что сегодня в условиях жесткой конкуренции и ценового диктата со стороны сетей производственным компаниям все труднее

выдерживать необходимый уровень доходности бизнеса. Однако более релевантным является последний компонент, указывающий на нерыночные ограничения в развитии.

Сегодня, масштабы распространения власти торговых сетей, которые формируют доминантный канал товароснабжения внутреннего рынка можно легко и непредвзято — объективно эквивалентировать с нерыночным барьером на пути развития производства и доступа поставщиков на рынок. В 2012-2014 гг. наблюдают зарождение новой посткризисной фазы развития торговых компаний, которые уже постепенно отходят от экстенсивного пути развития и делают ставку на стратегическое и операционное обновление инструментальных средств достижения конкурентных преимуществ в рыночной борьбе. Насыщение потребительского рынка сопровождается не только усилением конкуренции между операторами (в результате этой конкуренции они несколько пересматривают свое отношение к поставщикам, позиционируя их как ресурс конкурентного роста — получение ценовых скидок, СТМ, повышение качества продукции, совместная коррекция ассортиментной матрицы). Наблюдается прогрессивное институциональное обновление самих торговых компаний и ритейла. Последний делает акцент на использовании новых стратегий развития. К таковым, в частности, можно отнести следующие [2, с. 5]:

- стратегию капитализации;
- стратегию консолидации;
- стратегию мультиформатности;
- стратегию диверсификации;
- стратегию «эмоциональной» конкуренции в моноформате;
- стратегию маркетингового менеджмента;
- логистическую стратегию;
- стратегия информационных технологий.

Именно такой широкий спектр направлений стратегического переопределения наблюдается в деятельности сетей «Дикси», «Магнит», «X5 Retail Group».

Стратегический микс в деятельности торговых сетей автоматически усиливает требования к производителям — поставщикам продукции. Не все из них могут выдерживать жесткие условия сотрудничества и нередко отказываются от него. «Другие шаг за шагом совершенствуют производство, находят дополнительные ресурсы, нанимают специалистов на отдельные участки работы (упаковки, маркировки, мойки) — и доводят свою продукцию до необходимых кондиций» [4, с. 27].

Необходимость повышения конкурентоспособности отечественной продукции, поставляемой в торговые сети, в настоящее время продиктована как минимум двумя условиями.

Во-первых, торговые сети являются замыкающим звеном в цепи поставок, непосредственно взаимодействуют с потребителем и обладают «безупречным» маркетинговым знанием рынка. Они делают серьезные инвестиции в развитие своей сбытовой инфраструктуры, испытывают колоссальное конкурентное давление со стороны других сомаштабных им операторов рынка и не могут позволить себе проигрыш при значительной цене риска. Во-вторых, с вступлением России в ВТО коренным образом меняется сама конкурентная ситуация на рынке, увеличиваются объемы импортных поставок. В этой ситуации отечественные производители рискуют потерять существенную долю рынка, особенно в условиях существующих инфраструктурно-технологических ограничений (дефицит современного перерабатывающего, упаковывающего и маркировочного оборудования).

Однако именно в этих непростых условиях число степеней свободы для эффективного стратегического рыноч-

ного маневра поставщиков сокращается, но не обнуляется полностью. Определенное окно возможностей имеется за счет использования передового зарубежного опыта производства локальных торговых марок, которые при определенном уровне качества и специфичности продукции могут обеспечить некоторый приемлемый уровень маржинальности бизнеса и позволить не утратить свои конкурентные позиции на рынке.

В частности, «у региональных производителей есть хорошая возможность сохранить место на рынке и получить дополнительную прибыль. В мире давно существует практика производства оригинальных продуктов, которые привязаны к территории, рецептам и особенностям производства и объединены конкретным зонтичным брендом, получая дополнительную прибыль от его использования» [4, с. 27]. При этом, помимо общего бренда, каждый производитель должен сохранить свое собственное название. Логика такой кооперации сегодня полностью противоречит имеющейся статистике, согласно которой «из 150 мест происхождения и наименования товара, которые сегодня получили регистрацию, большинство (80%) зарегистрированы одним единственным предприятием-правообладателем» [4, с. 27].

Очевидно, что данная фактография полностью противоречит передовому зарубежному опыту и является индикатором низкого уровня развития отечественного регионального маркетинга и стратегической кооперации продуцентов, работающих в идентичной товарной нише.

Таким образом, современные конкурентные условия, распространение норм ВТО, рост импорта формируют практически инвариантные условия для развития промышленной кооперации, особенно предприятий, выпускающих идентичную продукцию и/или работаю-

ших в конкретных микроклиматических условиях. Такие предприятия должны объединяться в ассоциации, регистрировать место происхождения и наименование продукции, формируя все необходимые технологические и нормативные условия для развития зонтичного бренда. Сегодня схема такой интеграции де факто практически полностью игнорируется в отечественной производственной среде, где во главу угла поставлен маркетинг конкретного завода, а не объединения производителей.

Если этот вектор стратегической кооперации получит развитие в российской корпоративной среде, то на микроэкономическом уровне могут быть созданы серьезные предпосылки для корректировки промышленной политики государства, которое должно более локально поощрять эффективные формы промышленного взаимодействия, формируя необходимые для них фискальные и прочие институциональные индულгенции.

То есть характер конвергенции в производственной сфере продиктован в большей степени факторами маркетингового порядка и возрастающей конкуренцией со стороны товарного импорта. В целом и в сфере обращения уже и в производстве в возможной перспективе можно будет наблюдать крайне специфические стратегии адаптации к рынку. Если неформатный ритейл пытается уйти в отдельные ниши, где он не будет составлять прямую конкуренцию торговым сетям, то российские производственные компании, особенно пищевой промышленности, могут пытаться интегрировать и развивать зонтичные бренды, выпуская особенную продукцию, привязанную к специфике спроса на конкретной территории.

По мнению ученого В.А. Данильченко, «формирование и развитие регионального потребительского рынка является процессом, динамика которого определяется влиянием разнонаправ-

ленных факторов, связанных с особенностями размещения производительных сил, спецификой внутрирегионального производства, с уровнем доходов населения и характером потребительских предпочтений, а также с уровнем развития рыночной и региональной инфраструктуры» [3, с. 39].

Расширение территориальной дислокации торговых сетей сегодня представляет собой непростую задачу, обусловленную спецификой регионального спроса, необходимостью сужения ассортиментной матрицы, ограниченными возможностями использования крупных форматов дистрибуции, нестабильностью объемов продаж по причине волатильности спроса. Все эти факторы максимально учитывают сети, но не учитывают региональных производителей, которые должны использовать преимущества своей территориальной локации, короткую логистику, знание специфики рынка потребления в регионе. Иными словами, у современного производственного звена имеются определенные преимущества для маркетингового маневра в региональном экономическом пространстве, которые сегодня практически не используются.

Важно отметить тот факт, что в 2014–2016 гг. возможности фискального стимулирования роста реального сектора экономики в России будут резко ограничены по причине сужения доходной базы бюджета, особенно в регионах.

В силу этого на микроэкономическом уровне должен быть усилен акцент на стратегической проработке возможностей и направлений интеграции региональных производителей, которые должны усилить маркетинговые характеристики своего продуктового предложения. Это представляет собой серьезную и сложную задачу, учитывая тот факт, что макроэкономическое регулирование конкурентоспособности внутреннего производителя в России также весьма хаотично, не уложено в единую

стратегию и носит преимущественно конъюнктурный характер. С одной стороны в реальной рыночной практике наблюдается ситуации, в которых ЦБ РФ корректирует валютный курс, руководствуясь исключительно монетарными и прочими императивами, но не интересами отечественного товаропроизводителя [7]. После того как многие развивающиеся экономики, начиная с 2009 г. активно девальвировали свои валюты, Россия лишь в 2013 г. начала ее ослаблять. В 2014 г. резкая девальвация рубля обусловлена не столько стремлением поддержать импортозамещающие производства, сколько потребностью увеличить доходную базу бюджета за счет увеличения рублевого эквивалента от падающего в объеме экспорта углеводородов.

С другой стороны, в России даже на уровне научного осмысления влияния макроэкономической политики на конкурентоспособность внутреннего товаропроизводителя существует крайне серьезный методологический пробел. Именно на этот факт указывают в своем исследовании ученые В.А. Слепов и М.Л. Дорофеев, по мнению которых, сегодня «категория «конкурентоспособность компаний» и особенно методология оценки ее взаимосвязи с категорией «денежно-кредитная политика» остается слабо исследованной, в силу чего механизм их взаимодействия сложно оценить и проанализировать количественно» [8, с.3].

Мы полностью разделяем точку зрения ученых, тем более, что рыночная фактография формирует широкий диапазон примеров, когда макроэкономическая и экономическая политика государства выступает как инструмент борьбы за ресурсы — и здесь власть вступает в некоторую конкуренцию по отношению к бизнесу. Такими примерами является и длительное укрепление рубля, и многолетняя жесткая тарифная политика, фор-

мирующая высокий уровень инфраструктурной нагрузки на бизнес.

В этих условиях российский бизнес должен сделать серьезный стратегический акцент на мобилизации операционных и институциональных возможностей повышения своей конкурентоспособности, чтобы более эффективно интегрироваться в существующие и все более монополизируемые со стороны торговли каналы продаж. Вступление России в ВТО интенсифицировало и упростило процесс доступа на внутренний рынок страны импортной продукции, усиливая конкурентное напряжение в розничном сегменте FMCG.

Как отмечает ученый В.И. Плещенко, в этих условиях «чтобы на равных вести конкурентное соревнование с крупными зарубежными производителями, российским компаниям необходимо иметь сопоставимый экономический потенциал и активизировать получение дополнительных конкурентных преимуществ, чему может способствовать такая мера, как *рост экономической концентрации, достигаемый в ходе построения вертикально интегрированных корпоративных структур*» [6, с. 74].

Следует отметить, что в условиях отсутствия в стране четкой концептуально оформленной политики запуск процессов повышения концентрации капитала и промышленной интеграции не является простым. На это указывает не только нынешнее состояние промышленной политики в России, но и предпосылки институциональной интеграции в корпоративном секторе экономики, заложенные еще в процессе реформ 1990-х гг.

Необходимо обратить внимание на тот факт, что теоретически рассматривая процессы вертикальной интеграции и концентрации капитала в производственной сфере, не лишним будет предположить, что «растущая экономиче-

ская концентрация способна нанести ущерб интересам потребителя, который в результате ценообразования по принципу «издержки плюс» будет вынужден платить за товар несправедливую цену» [6, с. 74].

Однако логика этого допущения легко разрушается реальной рыночной практикой, в которой российские производственные FMCG-компании испытывают серьезную конкуренцию со стороны импорта. Наличные возможности повышения конкурентоспособности отечественного производственного бизнеса, работающего на внутренний рынок, далеки от проблем достижения им какой-то монопольной власти. Все эмпирические исследования, которые сегодня проводятся, указывают на возрастание структурной власти торговых сетей и монополизацию каналов продаж на рынке. Вступление в ВТО лишним раз усиливает либерализацию внутреннего рынка, «равные» условия конкуренции на котором могут «работать» не в пользу отечественных производителей.

В силу этого любые возможности организационной конвергенции должны быть максимально использованы. Выше уже отмечен тот факт, что ужесточение конкуренции требует формирования и развития региональных зонтичных брендов, которые будут развиваться за счет «сложения» производственной мощи отдельных компаний. Более того, рост оборота торговых сетей повышает их требования к объемам и периодичности поставок. В этом смысле в производственной сфере, особенно в АПК? и возможно пищевой промышленности, должна активно развиваться межхозяйственная кооперация.

Таким образом, и с точки зрения угрозы дальнейшего усиления конкуренции на рынке, которая требует повышения эффективности рыночного позиционирования продукции, и с точки зрения процессов консолидации — укрупнения институциональных струк-

тур розничной торговли, концентрация капитала в производстве, его вертикальная интеграция, выглядят более чем оправданно.

В условиях современной конъюнктуры развития российского рынка, исчерпания возможностей экономического роста за счет экспорта углеводородов и кредитного стимулирования внутреннего конечного потребления, сужения доходной базы региональных бюджетов, в экономике сформировались реальные императивные предпосылки для модернизации производственной базы отечественной обрабатывающей промышленности. Сегодня этот вектор уже не является одним из многих, а приобретает первостепенную роль. Вполне возможно, что именно эти предпосылки ускорят корректировку промышленной политики страны, в которой имеется ряд серьезных стратегических пробелов, начиная от выбора приоритетных отраслей развития и заканчивая совершенствованием параметров денежно-кредитной и фискальной политики.

Именно в современный момент, в 2014-2015 гг., в экономике страны могут быть сформированы предпосылки для оптимального и радикального изменения пропорций между сбережениями и потреблением в сторону сокращения темпов роста конечного потребления (этот фактор при существующем уровне за кредитованности домохозяйств работает автоматически), а также между сбережениями и накоплением капитала.

Вне этих изменений в экономике не могут быть созданы условия для повышения ее фондовооруженности, технологической модернизации и повышения производительности труда. Процессы консолидации промышленного капитала в избирательном стратегически выверенном маркетинговом ключе (зонтичные бренды и прочее) должны быть поддержаны адекватной промышленной

и монетарной политикой, снижением инфраструктурной нагрузки на бизнес.

Библиографический список

1. **Астафуров, С., Украинцев, В.** Развитие сетевой розничной торговли в России: вектор и динамика инфраструктурного роста [Текст] / С. Астафуров, В. Украинцев // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — №4.(44).

2. **Бухтиярова, Т., Павленко, Е.** Мониторинг выявления и оценка характера взаимосвязей рыночных стратегий и стратегий сетевых торговых предприятий [Текст] / Т. Бухтиярова, Е. Павленко // Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — № 14 (293).

3. **Данильченко, В.** Факторы развития регионального потребительского рынка [Текст] / В. Данильченко // Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — № 16 (295).

4. **Елфимов, В.** Конкурентоспособность отечественного производителя в новых условиях [Текст] / В. Елфимов // Современная торговля. 2013. Апрель.

5. **Иванов, Л.** Национальные компании: отражение глобального кризиса корпоративного управления [Текст] / Л. Иванов // ЭКО. — 2013.

6. **Плещенко, В.** Вертикальная интеграция и повышение конкурентоспособности производителей в современных условиях [Текст] / В. Плещенко // Маркетинг в России и за рубежом. — 2013. — №3 (95).

7. **Резников, С.** Макроэкономические детерминанты устойчивости логистических цепочек накопления стоимости в экономике: критический анализ современных монетарных императивов экономического роста [Текст] / С.Н. Резников // Финансовые исследования. — 2013. — № 3.(40).

8. **Слепов, В., Дорофеев, М.** Матрица предельных показателей взаимодействия денежно-кредитной политики и конкурентоспособности компаний

[Текст] / В. Слепов, М. Дорофеев // Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — № 9 (288).

Bibliographical list

1. **Astafurov, S., Ukraincev V.** Development of a network of retail trade in Russia: vector dynamics and infrastructural growth [Text] / S. Astafurov, Ukraincev V. // Bulletin of the Rostov State Economic University (RSEU). — 2013. — № 4.(44).

2. **Bukhtiyarova, T., Pavlenko, E.** Monitoring and evaluation to identify the nature of the relationships marketing strategies and networking strategies of commercial enterprises [Text] / T. Bukhtiyarova, Pavlenko // Regional Economy: Theory and Practice. — 2013. — № 14 (293).

3. **Danilchenko, V.** Factors of regional consumer market [Text] / V. Danilchenko // Regional Economy: Theory and Practice. — 2013. — № 16 (295).

4. **Elfimov, V.** Competitiveness of domestic producers in the new conditions [Text] / V. Elfimov // Modern trade. — 2013. — April.

5. **Ivanov, L.** National companies: reflection of the global crisis of corporate governance [Text] / L. Ivanov // IVF. — 2013.

6. **Pleschenko, V.** Vertical integration and competitiveness of producers in modern conditions [Text] / V. Pleschenko // Marketing in Russia and abroad. — 2013. — № 3 (95).

7. **Reznikov, S.** Macroeconomic determinants of sustainability supply chain cost savings in the economy: a critical analysis of modern monetary imperatives of economic growth [Text] / S. Reznikov // Financial Research. — 2013. — № 3.(40).

8. **Slepov, V., Dorofeev, M.** Matrix limit values interaction of monetary policy and the competitiveness of companies [Text] / V. Slepov, M. Dorofeev // Regional Economy: Theory and Practice. — 2013. — № 9 (288).

ТРАНСФОРМАЦИЯ РАЗВИТИЯ СМЕШАННЫХ ПЕРЕВОЗОК В РОССИИ: ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье автор проводит обоснование особенностей и тенденций современного развития смешанных перевозок в России, идентифицирует существующие ограничения и факторы качественной трансформации транспортной системы в рамках научно-практической оценки институциональных изменений в развитии транспортно-логистического рынка страны.

Ключевые слова

Смешанная перевозка, участники, автомобильный транспорт, железнодорожный транспорт, транспортно-логистический рынок.

Y.A. Batygov

TRANSFORMATION OF MULTIMODAL TRANSPORTATION DEVELOPMENT IN RUSSIA: TRANSPORT AND LOGISTICS ASPECT

Annotation

In the article the author justification features and trends of the modern development of intermodal transport in Russia, identifies existing constraints and factors qualitative transformation of the transport system in the framework of scientific and practical evaluation of institutional changes in the development of the transport and logistics market in the country.

Keywords

Multimodal transport, members, road transport, railway transport, transport and logistics market.

В современных экономических исследованиях крайне актуализирована проблема развития современной инфраструктуры товарного рынка, скорость и возможности товароснабжения которого определяются в том числе уровнем развития транспортной инфраструктуры, скоростью и качеством институционализации транспортной системы страны.

С точки зрения логистики, системной координации функционирования транспорта в России принципиальное значение приобретает концептуальная оценка факторов и условий, детер-

минирующих развитие интеграционных процессов между различными видами транспорта.

Несмотря на очевидную значимость развития межвидового взаимодействия различных видов транспорта, сегодня в экономике наблюдается заметное торможение интермодальной интеграции. «Межвидовые взаимодействия на всех видах транспорта, лежащие в основе формирования единой транспортной системы России, практически никак не реализуются» [2, с.9].

С одной стороны это вызвано давлением институциональной инерции

результатов реформирования национальной транспортной системы, которые привели к разделению перевозочной деятельности и объектов инфраструктуры, расширению конкурентных условий развития как внутри, так и между различными видами транспорта. Результирующей динамикой этих преобразований стало превращение транспортной инфраструктуры в ограничивающий фактор развития экономики. Надо отметить что, помимо чисто рыночной трансформации, между западной и российской стратегиями развития транспортных технологий всегда имелось более серьезное разделение. Если Западная Европа и США десятилетиями развивали межвидовую конкуренцию как основной драйвер повышения эффективности функционирования национальной транспортной системы, то в СССР внедрение прогрессивных технологий на транспорте было ограничено командно-административной системой управления, закрепляющей излишнюю централизацию планирования деятельности как транспортных предприятий, так и обслуживаемых ими отраслей.

Несмотря на это, в глобальной экономике была сформирована мировая транспортная система, которая развивается в рамках новой институциональной платформы, где механика рыночной самоорганизации эффективно конвергируется со стратегическим планированием, что позволяет в определенной степени регулировать процесс взаимодействия всех участников цепочек поставок. Несмотря на тот факт, что развитие комбинированных перевозок обеспечивает экономичность функционирования транспортных систем, оно не позволяет обеспечивать эффективность их работы в полной мере. В результате развития практики прямых смешанных перевозок в экономике не наблюдается существенного сокращения временных периодов между поступлением сырья в логистическую систему (полный произ-

водственно-коммерческий цикл) и выходом конечного продукта.

Как отмечает ученый Ганойченко Т.М., «общемировая тенденция диффузии рисков между многочисленными звеньями производственно-транспортно-сбытового процесса, а также финансово-страховой сферой «не может являться эффективной и конкурентоспособной моделью развития экономики в условиях глобального рынка» [2, с. 13].

Кризис 2008-2009 гг. показал, что удлинение цепей поставок, их чрезмерная глобализация, институциональное усложнение существенно снижают уровень надежности их функционирования. В настоящее время этот дефект постепенно исправляется естественно эволюционным путем - через формирование устойчивого вектора институциональной трансформации глобальной логистики в направлении формирования региональных цепей поставок [5].

Кроме того, в экономике формируется более сложный процесс институциональной трансформации рынка, связанный с практикой сращивания промышленных и транспортных компаний. В этом случае наблюдается превращение продуцентов из потребителей транспортной продукции в ее экспортеров, которые также оказывают влияние на динамику цен, усиливая диспропорцию в распределении экономического эффекта от перевозочной деятельности.

Все это прямоточно указывает на тот факт, что развитие комбинированных перевозок, несомненно, является фактором формирования национальной и мировой транспортных систем, который апостериори не обеспечивает эффективности их функционирования. К сожалению, логика этого критического посыла явно диссонирует с направлением и характером научно-практической разработки данного аспекта в современной логистике и экономике транспорта. Как отмечает в частности ученый Колик

А.В. «основная часть теоретических разработок и экспериментов в области комбинированных перевозок в России посвящена технологическому аспекту проблемы. Вместе с тем нельзя забывать, что комбинированная перевозка это - рыночный продукт» [3, с. 37].

Как рыночный продукт, обеспечивающий ряд преимуществ (для смешанной перевозки это: снижение стоимости транспортировки; ускорение доставки; гарантированный срок доставки) он требует значительных инвестиций для закупки полуприцепов, адаптированных для использования в автомобильно-железнодорожном комбинированном сообщении, то есть, формируется своего рода барьер входа на рынок, не только ввиду конкуренции, но и в силу необходимости привлечения дополнительного финансирования, обеспечивающего возможность доступа перевозчика или экспедитора к комбинированным перевозкам. Необходимость инвестиций обеспечивает повышение эффективности комбинированных смешанных перевозок по отношению к их прямому конкуренту — прямым автомобильным перевозкам. Частично эта задача должна решаться посредством прямого финансового стимулирования субъектов рынка.

Анализ современных исследований развития комбинированных смешанных перевозок в России позволяет сформулировать ряд выводов.

Во-первых, долгосрочная оценка перспектив развития комбинированных грузовых перевозок на рынке транспортных услуг, помимо чисто макроэкономических эффектов должна опираться на учет их привлекательности для конкретных субъектов рынка, прежде всего, грузоотправителей. Надо заметить, что и государство (заинтересованное в разгрузке автодорог и пограничных переходов) и население регионов (доступ в которые облегчает смешанные перевозки) являются лишь

косвенными бенефициарами этих транспортных услуг.

Во-вторых, важен не только операционно-логистический аспект организации комбинированных перевозок, но и экономический эффект от их реализации. Взаимодействие субъектов рынка в процессе выполнения смешанных перевозок может привести к перераспределению эффектов внутри самой транспортной цепочки, которые де факто в сухом остатке не будут оказывать воздействия на бизнес грузовладельцев. Единственным фактором, который будет «работать» против этого сценария является конкуренция с прямыми перевозками.

В-третьих, в основу проектирования процесса развития комбинированных перевозок в России должен быть положен анализ модели поведения и взаимодействия различных субъектов рынка с учетом конкретных направлений перевозок. Процесс институционализации этого рынка сегодня характеризуется увеличением разрыва в уровне конкурентоспособности автомобильного и железнодорожного транспорта, что постепенно сокращает экономические предпосылки для их эффективного комбинирования в рамках смешанных перевозок. Увеличение средней дальности автомобильных перевозок грузов на 23% в 2009-2012 гг. привело к расширению зоны конкуренции между автомобильным и железнодорожным транспортом, которая раньше традиционно была ограничена перевозками на расстояние до 500 км. Кроме того, темп прироста объема перевозок автомобильным транспортом в 2011-2012 гг. значительно превышает аналогичные показатели для железнодорожного транспорта [4, с.9].

В-четвертых, в структуре спроса на рынке комбинированных перевозок особо выделяются крупные грузоотправители, которые наиболее заинтересованы в использовании смешанной пере-

возки вместо самостоятельной перевозки значительных объемов грузов собственным подвижным составом.

Научно-практическая разработка вопросов повышения эффективности смешанных грузовых перевозок определяется спецификой постановочного концептуального компонента этой задачи. С одной стороны, во главу угла можно поставить скорость и издержко-емкость перевозки как вполне объективный критерий, который максимально учитывает — отображает интересы грузовладельцев. С другой стороны, распределение грузов между железной и автомобильной дорогой в пользу первой означает, что спрос со стороны грузоотправителей будет удовлетворен, а экономика выиграет от снижения нагрузки на автомобильную инфраструктуру.

Решение последней задачи решается за счет реструктуризации операторов рынка железнодорожных перевозок, малые и средние из которых играют основную роль в привлечении грузов на железнодорожный транспорт и по числу своих характеристик в наибольшей степени пересекаются с сегментом автомобильных перевозок как по видам грузов, так и по величине отправок.

Предоставляя малым и средним операторам все необходимые условия для развития, ОАО «РЖД» сможет привлечь высокодоходные грузы, удовлетворяя спрос и снижая нагрузку на автомобильную инфраструктуру.

Таким образом, на рынке транспортных услуг имеется значительное число факторов и инструментов, позволяющих регулировать эффективность того или иного вида перевозок. Сокращение инвестиций в развитие автомобильной и железнодорожной инфраструктуры также автоматически ослабляет их конкурентоспособность. Институциональная подвижность предложения в каждом из сегментов стимулирует изменение конкурентного давления на перевозки другим видом транспорта, а

также трансформирует конкурентоспособность (рыночную привлекательность и экономическую эффективность) отдельных компонентов смешанной перевозки.

С точки зрения управления в рамках последней на уровне сквозной логистики возникает задача повышения «транспарентности всех элементов системы взаимодействия перевозчика с операторами и грузоотправителями, в которых происходит согласование либо отказ, либо ограничение каких-либо параметров перевозки» [4, с. 14].

Эффективное решение данной задачи будет определяться операционными новациями в управлении перевозочным процессом, а также динамикой инвестиций, которые, вероятно, будут существенно различаться в сфере автомобильных и железнодорожных перевозок.

В близлежащей перспективе ограничителем роста перевозок железнодорожным транспортом будет выступать инфраструктура и подвижной состав, уровень износа которых достигает 60-80%. Возникшее в 2013 г. замедление темпов роста российской экономики, ограничение уровня индексации тарифов и сокращение объема государственных расходов инвестиционного характера будут априори выступать факторами торможения динамики инвестиций в железнодорожный транспорт.

Вместе с тем «среднегодовые темпы роста коммерческого грузооборота автомобильным транспортом в 2013-2015 гг. снизятся до 7% (по сравнению с 18% в 2010-2012 гг.). Ключевыми факторами конкурентоспособности автомобильного транспорта станут гибкость ценообразования и географии перевозок, новая техника и технологии перевозочного процесса, а также интеграция различных видов транспорта при перевозке (интермодальность)» [7, с. 27].

В развитии автомобильных и железнодорожных перевозок вероятно

нарастание конкуренции, которая будет усиливаться по мере расширения разрыва в уровне конкурентоспособности этих сегментов транспортного рынка. Фаворитом этого антагонизма выступит именно сектор автомобильных перевозок. Последние обладают значительным потенциалом роста ввиду более динамичного инвестиционного насыщения и уровня внедрения операционных новаций, меньшей инерции в части рыночного позиционирования и управления предложением на рынке.

Однако и для железнодорожного, и для автомобильного транспорта принципиальное значение имеет общая диспозиция условий, определяющих потенциальные возможности развития рынка смешанных перевозок в России, ее портовой инфраструктуры, которая постепенно выходит из транспортно-логистической схемы международной торговли.

Этот негативный тренд обусловлен эмпирическим сложением ряда тенденций:

- сокращение пропускной способности железных дорог, ограничивающей подходы к российским морским портам на лучших направлениях;

- снижение уровня инвестиционной привлекательности проектов по развитию железнодорожных подходов, что ограничивает приток капитала в инфраструктуру;

- активный приход океанских перевозчиков, а также создание логистических терминалов рядом с терминалами контейнерными. Это может сократить трафик судозаходов основных компаний-перевозчиков в российские порты.

Учитывая тот факт, что смешанные перевозки трансформируют состояние всей транспортной системы страны, их эффективная организация должна быть ориентирована на оптимизацию всей национальной транспортной системы.

С одной стороны, в рамках данного процесса должны быть учтены возможности смешанных перевозок, особенно контейнерного оборудования, когда можно использовать оптимальную комбинацию различных видов транспорта и полностью оптимизировать издержки на хранение в портах, терминалах, железнодорожных станциях. Это позволяет исключить дополнительные траты на перегрузку товаров из контейнеров. С точки зрения логистики, здесь имеет место эффект замещения отдельных видов транспорта, в рамках которого каждый из них используется максимально эффективно. Инфраструктурно обеспеченная смешанная перевозка формирует основу для проведения интегрированной и последовательной транспортной политики.

С другой стороны, следует учитывать наличные ограничения развития отечественной портовой и железнодорожной инфраструктуры, а также текущий уровень развития транспортно-логистического рынка России, характеризующегося невысокой долей логистических операторов, предоставляющих комплексный логистический сервис. Одну из первостепенных проблем здесь формирует сохраняющаяся разрозненность логистических процессов [6].

Таким образом, перманентный рост внешнеторгового оборота России, неизбежная активизация развития смешанных перевозок в рамках международных транспортных коридоров требуют разработки инновационных направлений развития деятельности логистических операторов, а также логистической интеграции всех участников перевозочного процесса. Важнейшее условие интенсификации этого процесса составляет расширение институционально-регулятивной практики государственного вмешательства в процесс корректировки диспропорций в развитии инфраструктуры (например, при росте автомобильного парка на 75% за 10

лет, сеть автодорог общего пользования расширилась всего на 15%) [1, с. 22].

Вступление России в ВТО является серьезным фактором, который будет стимулировать развитие конкуренции и рост инвестиций в инфраструктуру транспортно-логистического рынка. Дефицит последней, вероятно, будет сковывать возможности конкурентного роста компаний на микроуровне, идентифицируя направления государственного участия в развитии рынка, обновлении его инфраструктуры.

Библиографический список

1. **Воинов, Н.** Вступление России в ВТО: будущее транспортно-логистического рынка [Текст] / Н. Воинов // Логистика. — 2013. — №5.

2. **Гайноченко, Т.** Развитие комбинированных (прямых смешанных) перевозок грузов как условие эффективности транспортной системы [Текст] / Т. Гайноченко // Бюллетень транспортной информации. — 2013. — №10 (220).

3. **Колик, А.** К оценке конкурентоспособности комбинированных перевозок [Текст] / А. Колик // Логистика сегодня. — 2013. — №01 (55).

4. **Лукьянова, О., Хусаинов Ф.** Перспективы конкуренции железнодорожного и автомобильного транспорта [Текст] / О. Лукьянова, Ф. Хусаинов // Бюллетень транспортной информации. — 2013. — № 11(221).

5. **Резников, С.** Институциональная трансформация глобальной логистики и формирование региональных цепей поставок: концептуальный аспект [Текст] / С. Резников // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — №4.

6. **Рохлин, А.** Стратегические направления развития смешанных перевозок [Текст] / А. Рохлин // Вестник Астраханского государственного технического университета. — 2013. — №1.

7. **Симонова, Л.** Рынок транспортных услуг в 2012-2013 годах: от замедления к стагнации [Текст] / Л. Симонова // Логистика. — 2013. — №7.

Bibliographical list

1. **Voinov, N.** Russia's WTO accession: the future of transport and logistics market [Text] / N. Voinov, N. // Logistics. — 2013. — № 5.

2. **Gaynochenko, T.** Development of the combined (mixed lines) as a condition of freight transport efficiency [Text] / T. Gaynochenko // Bulletin of transport information. — 2013. — № 10 (220).

3. **Colic, A.** By evaluating the competitiveness of combined transport [Text] / A. Colic // Logistics today. — 2013. — № 01 (55).

4. **Lukyanov, A., Khusainov, F.** Prospects for competition rail and road transport [Text] / A. Lukyanov, F. Khusainov // Bulletin of transport information. — 2013. — № 11 (221).

5. **Reznikov, S.** Institutional transformation of global logistics and the formation of regional supply chains: conceptual aspect [Text] / S. Reznikov // Herald of Rostov State Economic University (RSUE). — 2013. — № 4.

6. **Rokhlin, A.** Strategic directions of development of multimodal transport [Text] / A. Rokhlin // Bulletin of the Astrakhan State Technical University. — 2013. — № 1.

7. **Simonova, L.** Transport Services Market in 2012-2013 from deceleration to stagnation [Text] / L. Simonova // Logistics. — 2013. — № 7.

СЕРВИСНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ РЕГИОНА**Аннотация**

В статье рассмотрены проблемы организации сервиса применительно к региональной складской логистической системе. Раскрыты параметры, влияющие на уровень сервиса в логистических системах складирования. Особое внимание уделено вопросу оценки качества сервиса в логистических системах складирования. Приведена модель Зейтгамла, адаптированная к складской логистике региона.

Ключевые слова

Сервис; региональная складская логистическая система; качество обслуживания; модель Зейтгамла.

*V.V. Borisova, T.S. Tasueva***SERVICE ORIENTATION OF REGIONAL LOGISTICS WAREHOUSE****Annotation**

The problems of the organization in relation to service regional warehouse logistics system the are described in article. The parameters affecting the level of service in logistics warehouse systems are revealed . The particular attention is paid to evaluation of quality of service in logistics warehouse systems. A model Zeytgamla adapted to warehouse logistics region is carry out.

Keywords

Service; regional warehouse logistics system, the quality of service model Zeytgamla.

Глобальные изменения в сфере товарного обращения, интернационализация систем поставок и усложнение хозяйственных связей обусловили трансформацию институциональных основ складской логистики региона в направлении развития её сервисной составляющей.

По своему начальному смыслу понятие «сервис» свидетельствует о вспомогательном характере данного вида деятельности. Но это пособие складской логистики относится к такому роду, что без него в условиях клиентоориентированной экономики невозможен успех в конкурентной борьбе. При организации поставок продукции, в том числе при её хранении она (продукция) утрачивает часть своей полезности. Необходимы работы по устранению дефектов. Конкурентные преимущества получают те

субъекты хозяйственной деятельности, которые смогли нивелировать дефекты товародвижения и рационализировать сервисное сопровождение товаропотоков.

В складской логистике региона сервисное сопровождение товаропотоков приобретает интеграционный характер и связывает все звенья товародвижения (потоки на входе; внутриоперационные потоки; потоки на выходе). В данном контексте актуализируется симбиоз сервисной, инновационной и складской составляющих логистики.

Ныне выделились самостоятельные направления логистики: сервисная, инновационная. Для успешной реализации задач, поставленных перед складской логистикой региона, последняя должна целенаправленно применять инструментарий сервисной и инновацион-

ной логистики. Такой подход обеспечит интеграцию и кооперацию всех участников системы поставок. Склад как связующий элемент системы поставок генерирует сервисный поток и придаёт материальному потоку качественно новый характер. В региональной складской логистической системе сервисные потоки целесообразно организованы (в соответствии с целью системы). Их параметры обретают направленное движение услуг, сопровождающих материальный поток [1, с.300-301].

Экономические элементы, образующие сервисный поток, характеризуются особенностями услуг: неосязаемостью, неотделимостью от производства, непостоянством качества, недолговечностью и отсутствием владения [5,6].

Сервисному потоку свойственна относительная однородность элементов (базовых услуг). Они способны расширяться в соответствии с требованиями клиентов до комплекса индивидуальных услуг. Последние позволяют предоставить услуги, в большей степени учитывающие потребности клиентов. Но индивидуальные услуги требуют и повышенных расходов на обслуживание сервисных потоков. Параметры сервисных потоков заданы и обусловлены логистическими услугами: обеспечением наличия товарных запасов на складе; выполнением заказа (подбор ассортимента, упаковка); формированием единиц сервиса; обеспечением достаточного уровня манёвренности товаров.

Номенклатура услуг в соответствии со спецификой материального потока ориентируется на стандарты ISO 9000. В соответствии с этими стандартами качество определено как совокупность свойств и характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Оптимизация сервисного потока в складской логистике связывается с рационализацией и управлением комплек-

сом единиц сервиса в соответствии с заданными в логистической системе критериями качества [7]. Итак, организацию и управление сервисным потоком в складской логистике региона следует осуществлять на принципах: гибкости, синхронизации, интеграции, гуманизации, надёжности, превентивности отклонений и диспропорций.

Надо отметить, что потребители оценивают качество услуг, сравнивая ожидаемый и полученный ими результаты. Несовпадение этих результатов называют «разрывом в качестве» предоставляемых потребителю услуг. Причиной таких разрывов чаще всего становятся нестыковки и несогласованность в управлении сервисными потоками. Оптимизация сервисных потоков предполагает устранение такого рода разрывов при взаимодействии звеньев логистической системы, оказывающих услуги клиентам. Критерием оценки качества сервиса в логистических системах складирования может служить параметр, характеризующий его уровень (U). Данный показатель рассчитывается как отношение количественной оценки фактического объёма предоставленного потребителю сервиса (q) к количественной оценке теоретически возможного объёма предоставления потребителю сервиса (Q). Тогда уровень качества сервиса в региональной складской логистической системе определяется по следующей формуле:

$$U = q / Q. \quad (1)$$

Результаты экспертных оценок развития складской деятельности в Чеченской республике, свидетельствуют о том, что на уровень сервиса в региональной складской логистической системе влияют параметры, характеризующие её мощность, технические, финансовые возможности. Связь уровня сервиса с затратами на него имеет нелинейный характер. Надо помнить, что

при повышении уровня сервиса затраты растут быстрее. В условиях расширения хозяйственных связей и границ товародвижения складским логистическим системам в качестве целевых установок приходится ориентироваться не только на базовый уровень сервиса, но и на полное удовлетворение сервисных запросов потребителей.

Вышеизложенное подтверждает целесообразность симбиотического единства материальных и сервисных потоков как базиса повышения инновационно-сервисного потенциала складской логистики региона.

Используя понятие «инновационно-сервисный потенциал», можно провести декомпозицию складской логистики региона на две составляющих: развитие (создание конкурентных преимуществ) и целевая деятельность (использование конкурентных преимуществ).

Тогда формулировка задачи эффективного функционирования региональной складской логистической системы (РСЛС) может выглядеть так: необходимо выбрать такой вариант развития системы, при котором в каждый момент времени имеющийся инновационно-сервисный потенциал складской логистики региона допускал бы хоть один способ достижения заявленных целевых установок. Моделирование оценки сервисного складского потенциала проводится в соответствии со следующими целями:

1) отражением текущего состояния складской логистики региона: выявление и локализация существующих проблем; оценка организационных, функциональных, экономических, социальных, экологических параметров деятельности элементов-звеньев; анализ применяемых участниками региональной системы поставок моделей бизнеса и уровня автоматизации бизнес-процессов, в том числе структурирования и формализации знаний и ноу-хау;

2) моделированием изменений в ключевых параметрах складской логистики региона: для оценки значений организационных, функциональных, экономических, социальных, экологических характеристик, планируемых изменений; администрирования потоковых процессов и управленческих решений;

3) поддержкой системы логистического менеджмента качества обслуживания: для формирования методического и нормативного документационного обеспечения стандартов; с целью контроля соответствия документации и реального положения дел.

Ключевым параметром в данном случае становится характеристика свойств логистической системы, обусловленных её способностью удовлетворять определённые потребности клиентов в услугах. Обобщает эти характеристики системы понятие «качество сервиса».

Понятие «качество логистического сервиса» характеризуется сложностью параметров и объединяет в себе совокупность свойств. Не рассматривая философского аспекта данной категории, надо обратить внимание на такую её составляющую, как способность удовлетворять определённые потребности, обусловленные назначением объекта исследования. В данном случае для РСЛС важны частные характеристики качества социально-экономической системы. В словарной интерпретации они определены как «эффективность, продуктивность, устойчивость, лабильность (способность к быстрым изменениям структуры)» [4, с. 205].

Исходя из этого, сервисный потенциал складской логистики региона можно оценить, используя параметр, характеризующий расхождение между ожиданием потребителей в качестве обслуживания и восприятием этой проблемы высшим менеджментом системы. Объективно должно существовать раз-

личие между лучшим или нелучшим качеством сервиса, а, следовательно, между лучшей или нелучшей реализацией резервов сервисного потенциала складской логистики региона. Это различие может зависеть от реальных возможностей системы, от воздействия на неё управляющих факторов и, конечно, от представления потребителей сервиса о том, каким он должен быть.

В теории логистики получает признание логистический менеджмент качества [2,3]. Не вдаваясь в детальное рассмотрение вопросов логистического менеджмента качества (это самостоятельная тема исследования), надо обратить внимание на возможность применения в складской логистике процедур бенчмаркинга (установление отметки качества) и подхода QFD — Quality Function Deployment — функциональное развёртывание качества. Применение инструментария бенчмаркинга в складской логистике позволяет оценить и внедрить на практике передовой опыт работы лучших складов [8]. Относительно QFD подхода надо отметить, что он базируется на координации возможностей логистической системы в организации, проектировании, производстве и маркетинге с требованиями потребителей к качеству продукции, работ, услуг, то есть этот подход ориентирован на межфункциональное взаимодействие участников системы поставок и непротиворечивость подходов к сервису со стороны различных организационных структур, участвующих в товародвижении. В этом случае важно выявить требования и прогнозируемые ожидания потенциальных потребителей к качеству сервиса.

Большинство звеньев логистической системы по своей сути являются

предприятиями сервиса (в этом смысле складирование не исключение). Более того, в РСЛС сервис неразрывно связан с реализацией складских функций. С позиций подхода, получившего название «логистика сервисного отклика», измерение качества логистического сервиса следует осуществлять, руководствуясь критериями, используемыми для этих целей самими потребителями.

При измерении качества логистического сервиса выделяются следующие условные величины:

1) ожидания потребителей относительно получаемого сервиса;

2) восприятие потребителем параметров данного сервиса. Разницу между этими двумя величинами называют показателем расхождения (рассогласования). В ряде случаев этот показатель отождествляют с параметром разрыва в логистическом сервисе.

Для поиска возможных причин неудовлетворённости потребителей качеством логистического сервиса применяется логико-математическая модель, известная, как модель Зейтгамла [9].

Согласно этой модели (рисунок 1) нужно рассмотреть возникновение и способы уменьшения несогласованности «разрывов» при оказании складских услуг потребителям. В данном случае сервисный потенциал складской логистики региона мы рассматривается как фактор повышения конкурентных преимуществ РСЛС.

Выделены ключевые факторы, обеспечивающие повышение конкурентных преимуществ исследуемой системы: качество и сервис складских услуг, повышение уровня обслуживания потребителей, оптимизация общих логистических издержек.

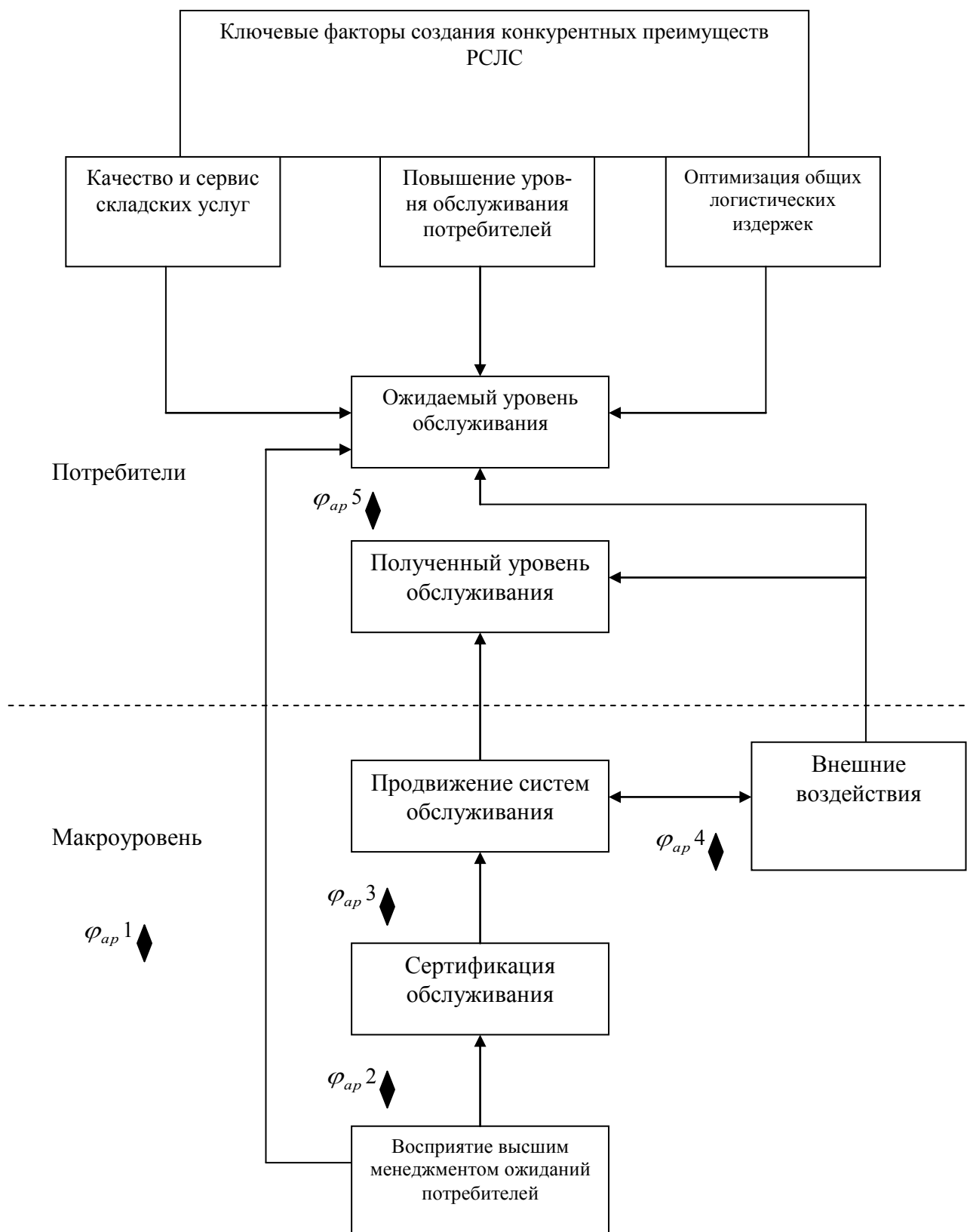


Рисунок 1 — φ_{ap} -модель Зейтгамла
(адаптированная к складской логистике региона)

Показатель φ_{ap}^1 характеризует расхождение между ожиданием потребителей в качестве обслуживания и восприятием этой проблемы высшим менеджментом. Это расхождение возникает в результате того, что высший менеджмент недостаточно чётко понимает, что потребитель считает высоким качеством обслуживания. Вместе с тем знание и прогнозирование запросов потребителей являются ключевым моментом эффективного функционирования всей системы.

Показатель φ_{ap}^2 связан с расхождением между восприятием менеджмента ожиданий потребителей и стандартами, определяющими качество обслуживания. Это расхождение обусловлено тем, что даже полное знание потребностей клиентов не гарантирует их достаточности, а соответственно в РСЛС формируется неадекватное представление об ожиданиях потребителей в виде стандартов. Этот разрыв возникает из-за недостаточного уровня стандартизации обслуживания; неадекватной трансформации ожиданий потребителей в спецификации качества обслуживания.

Параметр φ_{ap}^3 связан с разрывом между стандартами качества и «доставкой» услуг. Даже при правильном понимании потребительских нужд процесс доставки услуг не всегда соответствует ожиданиям потребителей. Причины возникновения такого разрыва могут быть обусловлены конфликтными целями между элементами-звеньями системы, недостаточной исполнительской дисциплиной её участников.

Показатель φ_{ap}^4 обусловлен расхождением между доставкой услуг и внешними сообщениями потребителю об уровне доставки. Возможные причины возникновения расхождений также связаны с неадекватными горизонтальными коммуникациями; предрасположенностью менеджмента к преувеличению достоинств обслуживания клиентов.

Параметр φ_{ap}^5 возникает при наличии разрыва между ожиданиями клиентов и полученным уровнем обслуживания.

Опираясь на логико-математическую модель Зейтгамла, можно выявить и измерить уровень расхождения точек разрыва в РСЛС и формализовать процесс минимизации расхождений между ожидаемым и фактическим уровнем обслуживания потребителей с помощью следующей целевой функции:

$$Z = \varphi_{ap}^1 + \varphi_{ap}^2 + \varphi_{ap}^3 + \varphi_{ap}^4 + \varphi_{ap}^5 \rightarrow \min, (2)$$

где $\varphi_{ap}^1, \varphi_{ap}^2, \varphi_{ap}^3, \varphi_{ap}^4, \varphi_{ap}^5$ — причины, характеризующие расхождения между ожидаемым и фактическим уровнем обслуживания потребителей в РСЛС.

Использование вышеприведенной модели позволяет определить узкие места в сервисном обслуживании потребителей РСЛС и ориентировать внутренние параметры системы на повышение качества сервиса.

На основании этой информации разрабатываются управляющие воздействия, активизирующие влияние положительных факторов и нейтрализующие (или снижающие действие) отрицательных. Если же сервисные параметры системы характеризуются как «имеющиеся», но при этом «неиспользуемые», то процедура оценивания может служить основанием для разработки мероприятий, направленных на повышение эффективности использования потенциала РСЛС в целом.

Вышеприведённая модель удобна в практическом плане, а её параметры обладают большой гибкостью. Это даёт возможность рассмотрения оригинального состава воздействующих на систему факторов, учитываемых в соответствии с изменениями внешней среды.

Библиографический список

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Коммерческая логистика: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2012. — 352 с.
2. Гиссин В.И. Проблемы формирования логистической системы управления качеством. — Ростов-на-Дону: РГЭУ (РИНХ), 2000. — 207 с.
3. Гиссин В.И. Управление качеством. — Ростов-на-Дону: Издат. центр «Март», 2003. — 309 с.
4. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. Изд. 4-е перераб. М.: Изд-во «ФБФ», 1996. — С. 205.
5. Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис. — СПб.: Питер, 2005. — 608 с.
6. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2001.

Раздел «Управление качеством в логистике» — С. 332

7. Тасуева Т.С. К вопросу о целях и задачах складской логистики инновационно-сервисного типа. «Фундаментальные исследования». — 2013 — №4. — С. 31-33.

8. Тасуева Т.С. Конфигурирование потоковых процессов в складской логистике: методологический аспект. «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция». — 2012. — №4. — С.78-82.

9. Zeithaml V. A. Parasuraman A., Berry L. L. Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. — The Free Press. A Division of Macmillan. Inc New York, 1990.

Т.Б. Ерохина, М.Г. Карпетян

ЛОГИСТИКА ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация

В данной статье представлены современные проблемы транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей, охарактеризованы ключевые параметры качества логистического сервиса в процессе транспортировки, выявлены направления потенциального роста эффективности транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей, предложена схема формирования транспортно-складской логистической системы.

Ключевые слова

Логистика, транспортировка, обслуживание потребителей.

Т.Б. Erochina, M.G. Karapetyan

LOGISTICS TRANSPORTATION AND FORWARDING SERVICES TO CUSTOMERS

Annotation

This article presents the current problems transportation and forwarding services consumers, characterized key logistics service quality parameters during transport, identified areas of potential growth efficiency forwarding service consumers, proposed scheme for the formation transportation and warehouse logistics system.

Keywords

Logistics, transportation, and consumers.

Товарные потоки, практически на всем пути своего перемещения от сферы генерации, в ходе распределения и конечного потребления продукции сопровождается транспортно-экспедиционный процесс. Транспортное обслуживание – это разнородная сложно организованная система, состоящая из взаимосвязанных в едином процессе транспортного логистического обслуживания инфраструктурных звеньев.

Логистический динамизм товародвижения на оптовом рынке достигается с помощью транспорта. Это означает, что именно транспорт обеспечивает необходимый режим движения товаропотоков по основным параметрам: по траектории и скоростям движения, по времени, мощности и интенсивности. В этом смысле транспорт является обслуживающей системой по отношению к процессу товародвижения, который, в свою очередь, обусловлен особенностями материалопотребления оптовых покупателей» [1, с.206].

Система транспортировки готовой продукции направлена выдержать и показать наибольшее соответствие требованиям конечных потребителей к товару, поэтому для продукции товаров точно в срок с оптимальными издержками, затратой ресурсов, транспортный процесс как единый технологический комплекс включает звенья складирования, переработки груза и конечного распределения.

Этот комплекс масштабных мероприятий, осуществляемый на основе системного подхода, требует создания системы четких внутренних связей в элементном составе логистической системы. Но при этом данная система должна обладать способностью не только выстоять при воздействии внешних факторов, но и гибко реагировать на них, совершенствуясь в процессе их восприя-

тия. Транспортно-сбытовая логистическая система сталкивается в рамках своего организационно-управленческого функционала с рядом специфических проблем, присущих определенным звеньям или подсистемам. Чрезвычайно важным является системно-аналитическое исследование конъюнктуры рынка, изучение и прогнозирование спроса в производства, так как эти факторы непосредственно формируют объем перевозок и мощности транспортной подсистемы. Не менее значимым вопросом выступает определение используемых транспортных средств, их комбинаций, состояния, заказов транспортных партий товаров.

Являясь самостоятельным и значительным элементом логистической системы товародвижения, транспорт выполняет системообразующую функцию во всей логистической системе, поскольку реализует на практике сам процесс товародвижения. Логистика как потоковая концепция товаропроводящей системы не может рассматриваться изолированно от процесса транспортировки товаров: «Логистические системы не могут раскрыть весь свой потенциал, если не будут решены комплексные транспортные проблемы. Выбор каналов продвижения материальных потоков в значительной степени зависит от элементов транспортной системы, участие которых предполагается в том или ином варианте транспортно-перемещающих работ» [5, с.105].

Функционирование транспортного комплекса во многом определяет снабженческо-сбытовые процессы и является основой формирования всей товаропроводящей системы: «Прямо или косвенно с транспортом связана институциональная составляющая логистической инфраструктуры: банки, таможня, органы сертификации, экология» [1, с.210].

Следует отметить, что существенные характеристики процесса транспортировки можно представить как поэтапность процесса перевозки, координация и мониторинг, единоподнаправленность или соблюдение общих целей действий. В этом плане координация и мониторинг на современном этапе функционирования систем транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей предполагают наличие у транспортных средств определенного технологического оборудования, предоставляющего управляющему звену постоянную возможность отслеживать протекающие данного процесса.

Поэтапность процесса перевозки, как и последняя указанная характеристика, подвержена достижению общей поставленной заранее и конкретизированной цели, построенной на внутренней логике функционирования и развития цепи поставок. При этом каждый этап процесса транспортировки, получая возможность постепенного совершенствования, образует свою технологию.

Каждая технология, являясь специфичной, в то же время нацелена на единоподнаправленность и соблюдение общих задач, при этом операции и этапы в данном процессе должны быть строго унифицированы. В случае отклонения от заданных параметров, при воздействии внутренних или чаще внешних факторов, этот перекокс может отразиться на всей технологической цепи транспортного процесса.

Именно в силу данных причин, современная теория прикладного логистического знания рассматривает процесс транспортно-экспедиционного обслуживания как технологию, включающую грузопереработку, упаковку, хранение, пакетирование, распаковку в рамках определенного технологического единства.

Транспортная логистика не в состоянии существовать в чистом виде. Чтобы были реализованы задачи логи-

стической цепи, следует не осуществлять механическое суммирование отдельно и независимо от существующих транспортной и складской логистик, а ставить вопрос о формировании и развитии единой транспортно-складской логистики — науки и практической деятельности по управлению движением, обработкой и хранением материальных ресурсов в подсистемах логистической цепи” [2, с.23].

К ключевым параметрам качества транспортного обслуживания потребителей относятся:

- время от получения заказа на перевозку до доставки;
- надежность и возможность доставки по требованию;
- наличие запасов, стабильность снабжения;
- полнота и степень доступности выполнения заказа;
- удобства размещения и подтверждения заказа;
- объективность тарифов и регулярность информации о затратах на обслуживание;
- возможность предоставления кредитов;
- эффективность переработки грузов на складах;
- качество упаковки, а также возможность выполнения пакетных и контейнерных перевозок [6].

Несомненно, технологические процессы в логистических цепях транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей, в зависимости от категориальных характеристик грузов, наделены персонифицированными свойствами, в зависимости от физико-химических показателей перевозимой продукции, массы и объемов партий.

Особая роль в данном процессе принадлежит таре и упаковке, как комплексу средств, позволяющих осуществлять транспортное сообщение на принципах надежности и бесперебойности. Количество груза в решающей мере

определяет выбор вида транспорта, при этом учитываются не только показатели провозной способности для массовых грузов или мелкопартионных отправок, но и способность доставки в указанную точку, стоимость осуществления перевозок. При этом функции и структура логистической управляющей надстройки усложняются, процесс интеллектуализируется, становится индивидуальным для каждой партии товаров.

Существенное внимание в логистике транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей уделяется вопросам управления парком транспортных средств. Так, В.И. Сергеевым основные задачи управления парком автомобильного подвижного состава по функциональной направленности сгруппированы следующим образом (табл. 1).

Эффективность транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей определяется не только уровнем издержек и состоянием внутренних процедур, но и продолжительностью цикла обслуживания, которая непосредственно влияет на весь воспроизводственный цикл данного вида операций. Первосте-

пенными также являются вопросы качества осуществления транспортных услуг, но основу составляют следующие направления, непосредственно отражающиеся на эффективности транспортно-экспедиционного обслуживания:

- выбор возможных технико-технологических операций при оказании транспортных услуг предусматривает многовариантность транспортного обслуживания;

- сочетание потребностей, так как у клиента их может быть несколько, но их непременно следует рассматривать комплексно и стараться удовлетворить также системно;

- потребности, запросы (время, место, стоимость услуг, страхование рисков, понесение ущерба и многие другие характеристики) при заключении договора на транспортно-экспедиционное обслуживание необходимо четко зафиксировать;

- в процессе оказания услуги запросы потребителей могут измениться, но даже в этой ситуации необходимо адаптировать под них транспортный процесс.

Таблица 1 — Основные задачи управления парком автомобильного подвижного состава [6, с. 287]

Эксплуатация транспортных средств	Техническое обслуживание и ремонт автомобильного подвижного состава
1. Разработка плана по эксплуатации подвижного состава. 2. Оптимизация структуры парка. 3. Оптимальная маршрутизация перевозок. 4. Распределение подвижного состава по маршрутам. 5. Организация диспетчерского управления работой. 6. Планирование себестоимости перевозок и расчет тарифов. 7. Планирование потребности в ГСМ, автомобильных шинах, эксплуатационных материалах.	1. Планирование производственной программы по обслуживанию и ремонту подвижного состава. 2. Оперативное планирование и диспетчерское управление техническим обслуживанием и ремонтом. 3. Планирование потребности и организация снабжения автомобильными запасными частями и материалами для обслуживания и ремонта. 4. Планирование инвестиций в производственно-техническую базу.
- Финансовое планирование и управление - Управление персоналом - Управление качеством	

На современном этапе развития логистических систем транспортная составляющая процесса товародвижения, уже привычно для научно-практических кругов, воспринимается в симбиозе с складированием.

Транспортно-складская логистика определяется как система организационно-функциональной деятельности технологического характера (хранение-складирование и доставка-транспортировка), экономическим содержанием которой является создание дополнительной ценности (стоимости и потребительной стоимости) предмета этой деятельности (товара-ресурса). Структура этой дополнительной ценно-

сти выражается в терминах известных правил логистики, образующих так называемый комплекс логистики: ценность самого ресурса (структура, качество, количество); ценность времени (точность доставки); ценность места доставки. Иными словами, ценен не только товар (ресурс) сам по себе, а ценен тем, что имеется в необходимом количестве, с сохраненным качеством, в точное время, в определенном месте [3, с. 311].

Можно представить схему организации транспортно-складской логистической сети или системы, в виде симбиоза интересов (рис. 1).



Рисунок 1 — Формирование транспортно-складской логистической системы

Следует отметить, что расчет оптимальных маршрутов транспортно-экспедиционного обслуживания, выбор транспортных средств, посредников (транспортных организаций) должны сочетаться с приемами оптимизации грузовых и складских работ.

Библиографический список

1. Альбеков А.У. Проблемы логистики торговли средствами производства. -Ростов-на-Дону: РГЭА, 1998.
2. Альбеков А.У., Грибов Е.М. Закономерности развития транспортно-складской логистики на региональном уровне (на примере Ростовской области). — Ростов-на-Дону: РГЭА, 1999.
3. Альбеков А.У., Федько В.П., Митько О.А. Логистика коммерции. Серия "Учебники, Учебные пособия". — Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.
4. Модели и методы теории логистики. /Под ред. В. С. Лукинского. — Москва и др.: ПИТЕР, 2007.
5. Николайчук В.Е. Логистика в сфере распределения. — Спб: Питер, 2001.

6. Сергеев В. И. Логистика в бизнесе: Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2001.

Bibliographic list

1. Albekov AU Problems of trade logistics means of production. Rostov -on-Don : RGEA, 1998.
2. Albekov AU, Gribov, EM Patterns of development of transport and warehousing at the regional level (for example, the Rostov region) . — Rostov -on-Don : RGEA, 1999.
3. Albekov AU , Fedko VP, Mitko OA Logistics commerce. Series " of textbooks and manuals ." — Rostov -on-Don : Phoenix, 2001.
4. Models and methods of the theory of logistics. / Ed. VS Lukinskogo . — Moscow and others : peter, 2007.
5. Nikolaichuk VE Logistics in distribution. — St. Petersburg : Piter, 2001.
6. Sergeev VI Logistics business : Textbook. — Moscow: INFRA-M, 2001.

Р.М. Захарова

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация

В статье автор обосновывает необходимость реализации устойчивой и институционально эффективной трансформации отечественного рынка средств размещения, которая должна базироваться на логистической организации и развитии сетевых форм организации гостиничного бизнеса, что позволит усилить потенциал конкурентного роста российских операторов в рамках сложившейся бимодальной структуры рынка за счет инфраструктурного сетевого расширения гостиничного бизнеса.

Ключевые слова

Гостиничная цепь, сервисная логистика, сетевая организация, гостиничный бизнес, средства размещения.

LOGISTICS ORGANIZATION AND DEVELOPMENT IN DOMESTIC HOTEL CHAINS IN HOSPITALITY

Annotation

The author substantiates the need for the implementation of sustainable and effective institutional transformation of the domestic market of accommodation facilities, which should be based on the organization and development of logistics network forms of organization of the hotel business, which will strengthen the competitive growth potential Russian operators in the framework of the existing market structure bimodal due to infrastructural network expansion hotel business.

Keywords

Hotel chain, service logistics, network organization, hospitality, accommodation facilities.

Современная отечественная индустрия гостеприимства испытывает определенное торможение, продуцируя различные девиантные практики институционализации рынка, на котором наблюдается процесс неорганичного развития сетевых форм организации гостиничного бизнеса со стороны российских отельеров. При максимальном дистанцировании государства от процесса строительства гостиниц и дороговизне кредитных ресурсов в экономике на фоне длительной окупаемости проектов (не менее 8 лет), рынок оказывается крайне сбалансирован. При неизменном количестве объектов стагнирует процесс увеличения числа управляющих компаний.

В условиях, когда текущее стихийное развитие российского рынка гостиничных услуг с точки зрения вектора и качества его институционализации, а также макроэкономических условий функционирования оставляет желать лучшего, возникает вопрос о том, какие факторы и условия могут выступить индикатором трансформации модели его роста. При ограниченных возможностях государства в части реализации необходимых макроэкономических корректировок, как это ни парадоксально и странно, определенным ка-

тализатором развития рынка через его качественную перестройку может выступить вторая волна кризиса, предпосылки вызревания которого в отечественной экономике становятся все более и более отчетливыми. Так вот, кризис может сформировать определенную механику селекционного отбора, в результате которого можно получить своего рода двуединый эффект.

Во-первых, будут автоматически отбракованы не жизнеспособные — слабые операторы рынка.

Во-вторых, ужесточение конкуренции оборвет — нивелирует паллиативные формы сетевой интеграции на рынке, которые в перспективе в обновленном виде позволят максимально задействовать логистические возможности управления гостиничными цепями и усилят конкуренцию на рынке, обеспечивая его более сбалансированное и устойчивое развитие.

На волне экономического подъема российский рынок средств размещения упорно сохранял свою фрагментарность, а рост отдельных сегментов характеризовался неодинаковыми темпами их экономического подъема и качеством институционализации. Так, в нижнем ценовом сегменте часть предложения представлена общежитиями и

старыми постройками. Этот сегмент локализовал недорогие услуги и лишь немногие из существующих гостиниц повышали свою классность. Можно предположить, что именно этот сегмент получит определенный импульс для развития, а миграция спроса между сегментами будет стимулировать ускоренную институционализацию именно этой ниши рынка. В течение последнего десятилетия развитие гостиничного бизнеса в России происходило в рамках его роста снизу, индикатором чего являлось строительство и реконструкция мини-гостиниц. Макроэкономическая прогнозная оценка позволяет констатировать, что фаза развития рынка в рамках этой модели, вероятно, будет пролонгирована.

Переосмысление этих трендов в концептуальном порядке позволяет констатировать существование двух моделей развития рынка средств размещения в России: снизу и сверху.

Диспаритет в развитии *модели снизу и модели сверху* будет определяться макроэкономическими параметрами функционирования отраслевого хозяйства страны, производными от которых станут: уровень спроса; уровень деловой активности в экономике; инвестиционная привлекательность крупных и средних гостиничных проектов. В условиях повышения конкуренции и более жесткого перераспределения спроса между операторами внутри сегмента — если он не будет расти — реализация модели сверху будет сопряжена с определенными рисками, поскольку она требует от бизнеса решения стратегических задач, проведения мониторинга рынка, разработки долгосрочных бизнес-планов. На падающем или нестабильном рынке реализация достаточно трудоемкой в исполнении модели может происходить крайне умеренными темпами.

В этих условиях большие возможности получит развитие гостиничного

бизнеса снизу, что будет сопряжено с меньшими затратами и не потребует разработки — реализации сложной рыночной стратегии.

В 2014-2016 гг. в России могут быть сформированы устойчивые экономические условия для развития малых форм гостиничного бизнеса.

Современное развитие сферы гостеприимства в России характеризуется усилением конкуренции в различных ее сегментах, что формирует бимодальную структуру рынка средств размещения, дальнейшее развитие которой требует выработки устойчивых форм организации гостиничного бизнеса.

В структуре отраслевого хозяйства современных экономик наблюдается отчетливое расширение прогрессивного опыта сетевой организации гостиничного бизнеса, который более выпукло использует эту форму рыночной институционализации на фоне остальных отраслей социального сервиса [1, с.150]. Сетевая организация гостиничных цепей расширяет возможности интеграции большего числа участников, что повышает рыночную устойчивость и потенциал эффектообразования формируемой при этом цепи. За счет функционально-процессного расширения последней увеличивается возможность применения различных технологий. Это позволяет продуцировать ряд эффектов формирования конкурентных преимуществ, в том числе по цене (эффект масштаба).

Логистическая организация формирования и развития гостиничных цепей открывает более широкое окно возможностей для применения логистики в части организации самого процесса продуцирования и оказания гостиничной услуги. Эта взаимодополняемость и взаимообусловленность формируют важное синергетическое качество современных логистических сервисных систем, в которых логистика организации и логистика реализации сервиса находятся в плотной функционально

рациональной институционально-процессной смычке.

Во-первых, сегодня в условиях ужесточения конкуренции наблюдается крайнее обострение проблемы повышения уровня обслуживания в гостиничном бизнесе, которое может быть обеспечено на основе логистики. Во-вторых, эффективная — логистическая — организация процесса производства и оказания гостиничной услуги возможна только в рамках сетевой организации бизнеса, которая позволяет использовать одновременно ряд эффектов, умножая синергию этого процесса.

Объединение этих ракурсов в единый фокус рассмотрения вопроса позволяет заключить, что одновременная логистическая организация гостиничного бизнеса и применение сервисной логистики создают мощные предпосылки для его прогрессивного эволюционирования.

Все это позволяет актуализировать появление и развитие в гостиничном бизнесе логистических сетей, эмпирический синтез которых представляет собой нетривиальный процесс и требует научной разработки и учета целой системы факторов, формирующих предпосылки для качественной трансформации институциональной структуры рынка средств размещения в России.

Отмечая высокий уровень научно-практической разработки проблем современной трансформации гостиничного рынка и развития гостиничных цепей в России, а также высокую динамику расширения уровня рыночного присутствия на рынке международных гостиничных цепей, необходимо обратить внимание, что со стороны операторов рынка формируется внятный эмпирический запрос на разработку стратегий и направлений логистической организации функционирования гостиничных цепей, а также создания устойчивых предпосылок и условий для дальнейшего развития логистических сетей гости-

ничного бизнеса, создание которых позволит повысить эффективность функционирования операторов рынка и продуцировать более эффективные формы их рыночной самоорганизации.

Рабочая гипотеза настоящей статьи базируется на предположении о том, что устойчивая и институционально эффективная трансформация отечественного рынка средств размещения должна базироваться на логистической организации и развитии сетевых форм организации гостиничного бизнеса, что позволит усилить потенциал конкурентного роста российских операторов в рамках сложившейся бимодальной структуры рынка за счет инфраструктурного сетевого расширения гостиничного бизнеса (образование логистических сетей) и повышения уровня обслуживания путем системного внедрения бизнес-компетенций сервисной логистики.

Научно-практическое развитие сервисной логистики как инструментального императива логистики гостиничного бизнеса позволяет обосновать системный характер связей между функционированием сервисных систем и потребительской средой гостиничного бизнеса. В результате обоснования происходит корреляционное сложение в единую цепочку причинно-следственных связей операционного и институционального аспекта соответственно развития и функционирования гостиничного бизнеса. Потребитель задает характер спроса, под который происходит трансформация предложения гостиничной услуги. Продуцирование востребованного рынком уровня и характера последней приводит к изменению формы самоорганизации гостиничного бизнеса, наиболее прогрессивный вариант которой образуют логистические сети гостиничного бизнеса. Такой формат через сетевой принцип организации гостиничного бизнеса автоматизи-

чески расширяет возможности применения в нем логистики [2].

Современные особенности синтеза логистических сервисных систем в сфере гостиничного хозяйства детерминированы как спецификой развития отраслевого рынка, так и общим макроэкономическим трендом развития экономики. Последний определяет реальные предпосылки и условия для роста туристического трафика, объем и структура которого детерминируют актуальный вектор трансформации рыночного предложения. В силу этого комплексная макроэкономическая оценка вектора трансформации отраслевого хозяйства и базовых сегментов, выступающих в качестве драйверов роста реального сектора экономики регионов, позволяет оценить перспективные сдвиги в структуре туристического потока; расширить возможности не только оптимизации структуры предложения на гостиничном рынке, но и более адаптивной разработки технологической платформы потоково-процессного обслуживания в современных логистических сервисных системах.

С точки зрения логистики продуктивной в научном и прикладном плане представляется дифференциация возможностей повышения эффективности бизнеса, которые будут неодинаковы для различных компаний. Небольшие компании в сфере гостиничного бизнеса будут иметь меньшие возможности для развития его сетевой организации, равным образом, как и для применения сервисной логистики [3, с.18].

Здесь будет наблюдаться сужение или упрощение цикла заготовительной и производственно-распределительной логистики. Такой гостиничный бизнес не может продуцировать более широкие цепи поставок, которые бы интегрировали в себя и конечных потребителей гостиничной услуги. В итоге, имеются институциональные ограничения по широте гостиничного бизнеса и его

масштабам, ограничивающие возможности его логистической организации и совершенствования.

Сегодня формирование качественной гостиничной услуги детерминировано множеством факторов, комплекс которых должен обеспечиваться системно, не разрозненно (локально по отдельным гостиницам) и не дифференцированно (частично). Выполнению этих условий способствует введение собственных нормативов и стандартов оснащения помещений, а также технологии и стандартов обслуживания. Сетевая организация работы гостиниц позволяет придать определенный порядок процессу генерирования унифицированной в сети гостиничной услуги, задать коридор целеполагания и технологий исполнения через сетевые стандарты. Реализация этого прогрессивного подхода позволит расширить возможности системного выполнения этих стандартов: зафиксировать сетевой стандарт гостиничной услуги; обеспечить реализацию массы процессов, связанных с новым, корпоративно отождествляемым уровнем ее исполнения. Необходимость обеспечения соответствия принятым нормативам и стандартам гостиниц потребует создания крупных централизованных специализированных предприятий со стороны преимущественно крупных гостиничных сетей.

На рынке эмпирически — естественно-эволюционным путем выкристаллизовывается два различных принципа интеграции российских и зарубежных гостиничных цепей. Для большинства отечественных компаний во главу угла ставится владение недвижимостью, тогда как примат интеграции зарубежных сетей составляет соблюдение стандартов и безопасности. Такая дифференциация формирует определенную разность потенциалов с точки зрения внутрикорпоративной мобилизации ресурсов и технологий конкурентного роста на рынке. В современной и,

тем более перспективной фазе его развития, это может ограничить возможности роста российских гостиничных цепей по сравнению с зарубежными. Традиционный сегмент развития российских гостиничных сетей, вероятно, составят преимущественно бюджетные форматы гостиничной индустрии. В этом случае особое значение приобретет фактор цены, а также использование эффекта масштаба от управления сетью. Очевидно, что данный эффект может быть девальвирован ограниченными возможностями организационно-экономической конвергенции объектов, входящих в гостиничную цепь, а также их операционно-процессной интеграции.

Дифференцируя причины формирования гибридных форм процессно-институциональной интеграции в гостиничном сегменте сервисной отрасли, можно выделить две основные составляющие: связанные с объективными ограничениями (дефицит ресурсов роста); субъективными, обусловленными фрагментарным подходом к сетевому построению и операционно-процессной унификации производства и реализации гостиничной услуги во всех объектах, объединяемых в цепь. Обобщение данных причин позволяет заключить, что развитие российского рынка характеризуется нетривиальным процессом его институционализации и формирует специфическую структуру рынка, которая является бимодальной; может описываться двумя моделями развития гостиничного рынка — снизу и сверху, имеющими неодинаковый потенциал для воспроизводства, который трансформируется под воздействием колебания конъюнктуры рынка и/или макроэкономической среды его функционирования; сложной для устойчивого эмпирического вызревания прогрессивного вектора его трансформации (низкая инвестиционная привлекательность, нестабильность развития и разнородность гости-

ничных объектов вторичного рынка коммерческой недвижимости ограничивают возможности формирования и развития гостиничных цепей). Все это формирует неэффективную модель развития рынка, эмпирически фиксирующую механизм воспроизводства организационно неполноценных гостиничных цепей, фрагментарная процессно-институциональная конвергенция которых формирует паллиативный характер развития системы гостиничного сервиса.

Результаты исследования позволяют заключить, что опережающее развитие бюджетных форматов малого сектора отечественной индустрии гостеприимства позволит сформировать и запустить здесь самовоспроизводящийся цикл: *разрозненные малые формы организации гостиничного бизнеса (малые отели) — гостиничные цепи → логистические сети в малом секторе гостиничного бизнеса*. В этом сегменте могут быть сформированы системные предпосылки и условия для институционального произрастания логистических сервисных систем гостиничного бизнеса. Разноскоростная институционализация рынка в разрезе отдельных его сегментов будет стимулировать еще более не линейное, но ярко выраженное — подчеркнуто прогрессивное переопределение бимодальной структуры рынка. Априорная оценка этого процесса позволила выделить несколько вероятных фазовых переходов: формирование самовоспроизводящегося цикла образования логистических сетей гостиничного бизнеса, растянутого во времени; интенсивное развитие логистических сетей в малом секторе рынка средств размещения, его укрупнение и выход за пределы сегмента — усиление конкурентного давления в сегменте более качественных отелей 4* и 5* (временное нарушение бимодальной структуры рынка) — активное развитие дорогих отелей по пути ускоренной логистиче-

ской интеграции (опираясь на прогрессивный опыт логистической интеграции малых отелей в логистические сети и отработки там компетенций сервисной логистики, рыночные структуры более дорогого сегмента рынка будут логистически образовывать и сетевую структуру, и операционно-процессную платформу гостиничного сервиса, сжимаемая максимально временной промежуток институционального и технологического «реформирования» бизнеса); восстановление бимодальной структуры рынка уже в новом качестве. Запуск процесса интенсивного появления логистических сетей отелей 4* и 5* позволит сбалансировать предложение на рынке, восстанавливая новые границы между сегментами при более высоком качестве сервисного обслуживания.

Наиболее сильные институциональные подвижки в формировании рыночной инфраструктуры отечественной сферы гостеприимства произойдут именно в рамках этих трех фазовых переходов, которые восстановят более устойчивую бимодальную структуру рынка.

Библиографический список:

1. **Багирян, В.** Международный туризм и его влияние на развитие экономики [Текст] / В. Багирян // Вестник Ростовского государственного эконо-

мического университета (РИНХ). — 2013. — №3.

2. **Захарова, Р.** Направления развития гостиничных цепей и логистической организации гостиничного бизнеса в отечественной индустрии гостеприимства [Текст] / Р. Захарова // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — №4.

3. **Скоробогатова, Т.** Синергетический эффект производства и потребления в логистических сервисных системах [Текст] / Т. Скоробогатова // РИСК. — 2012. — №2.

Bibliographical list:

1. **Bagiryan, V.** International tourism and its impact on the economy [Text] / V. Bagiryan // Bulletin of the Rostov State Economic University (RSEU). — 2013. — № 3.

2. **Zakharova, R.** Trends of hotel chains and logistic organization of hotel business in the domestic hospitality industry [Text] / R. Zakharova // Bulletin of Rostov State Economic University (RSEU). — 2013. — № 4.

3. **Skorobogatova, T.** Synergistic effect of production and consumption in the service logistics systems [Text] / T. Skorobogatova // RISK. — 2012. — № 2.

И.Ю. Коваль

ПОТОКИ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В МЕХАНИЗМЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ РОСТА ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В статье рассматриваются особенности использования прямых иностранных инвестиций в поддержании экономического роста, необходимость стимулирования притока которых обусловлена низким уровнем промышленных инвестиций в России и макроэкономическими проблемами долгосрочного фондирования инвестиционного процесса в стране.

Ключевые слова

Потоки инвестиций, прямые иностранные инвестиции, модернизация, экономический рост.

I.Yu. Koval'

**FOREIGN DIRECT INVESTMENT FLOWS TO THE INCENTIVE MECHANISM
ECONOMIC GROWTH**

Annotation

The article discusses the features of foreign direct investment in maintaining economic growth, the need to encourage the inflow of which is due to low level of industrial investment in Russia and the macroeconomic problems of long-term funding of the investment process in the country.

Keywords

Investment flows, foreign direct investment, modernization, economic growth.

Актуальность вопроса инвестиционного насыщения российской экономики вытекает из тех эмпирически закреплённых в ней сложностей и проблем, которые фактически обуславливают низкий уровень конкурентоспособности обрабатывающего сектора экономики страны. Возникает необходимость стратегического финансирования модернизационного рывка, который требует серьёзных инвестиционных вливаний для реализации комплекса инфраструктурных проектов, а также усиления инновационного контура производительного сектора экономики.

В контексте такой проблематизации рассмотрение задачи стимулирования притока прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Россию может составить магистральное направление общей стратегии инвестиционного развития страны. Радикальность такой интерпретации имеет право на существование, в силу того что в современный момент государство максимально дистанцировалось от этого процесса, индикатором чего выступает неспособность банковской системы проводить средства в реальный сектор экономики.

Отечественные банки крайне слабо интегрированы в процесс финанси-

рования экономических процессов, неспособны адекватно конкурировать с международными банками, имеют ограниченную ресурсную базу, которая носит краткосрочный характер. Все это усугубляет ситуацию отсутствия длинных денежных ресурсов в экономике, особенно на фоне смены драйверов экономического роста в 2013-2014 гг., когда рост трудовых издержек и ограниченные возможности наращивания потребления со стороны населения делают инвестиции в основные фонды основным фактором будущего развития, который требует подпитки длинной недорогой ликвидностью.

Для того чтобы сформулировать эмпирически целостное представление о состоянии проблемы финансирования экономического роста в России, можно обозначить логику понимания данного процесса со стороны государства, а также те решения которые намечаются и являются потенциально возможными в рамках ресурсных возможностей финансирования перевода российской экономики на инновационные рельсы.

В 2011 г. Министерством экономического развития подготовлен прогноз до 2030 г., который опирается на два сценария развития: инновационный

и консервативный. Инновационный сценарий предполагает повышение доли высокотехнологичного сектора к 2030 г. до 20% ВВП с нынешних 12%. При этом среднегодовые темпы роста российской экономики составят 4 — 4,2%. В качестве основного фактора роста должны выступить государственные расходы и дефицит бюджета, который до 2025 г. сохранится на уровне 2-3% ВВП. Долговая нагрузка государства к 2030 г. достигнет 30% ВВП. Такова планируемая в рамках сценария цена инновационного перехода.

Базовой посылкой консервативного сценария выступает обеспечение сбалансированности федерального бюджета после 2015 г. (возможен небольшой профицит в пределах 1%) при ограниченности инвестиций в развитие человеческого капитала и транспортной инфраструктуры, использовании в основном импортных технологий и знаний. В рамках такого сценария экономика будет расти со среднегодовым темпом в 2,9%. Доля РФ в мировом ВВП сократится с нынешних 3% до 2,6% [1, с. 28-29].

Результирующая оценка сценарных разработок оказалась настолько же не высокой, насколько и внутренне противоречивой. Приемлемой выступает любая конвергенция сценариев, которая на выходе даст не реалистичный (на наш взгляд) микс: инновации, ликвидация к 2015 г. дефицита федерального бюджета, темп роста экономики не ниже 6%.

Важный ориентир в этом миксе — развернуть тенденцию роста государственных расходов в противоположную сторону. То есть, уход от инновационной экономики, которая в значительной степени могла бы ориентироваться на бюджет.

Тем самым можно сделать вывод о том, что в системе стратегических акцентов государства априори вымывается самая идея об использовании средств

федерального бюджета как источника стимулирования экономического роста.

Опираясь на мировой опыт, можно отметить, что несмотря на разнообразие инструментов и источников формирования длинных ресурсов в развитых экономиках, решающую роль тем не менее играют центральные банки как основные эмиссионные центры, формирующие основу длинных денег. Как отмечает ученый д.э.н. М. Ершов, если учесть, что «на бюджетные инструменты в целом приходилось до 90% (а иногда и больше) всей эмиссии (денежной базы), то на длинные бюджетные инструменты в результате приходится не менее 40% всех ресурсов, эмитируемых в экономику» [2, с. 40-41].

Данная фактография отражает реальную практику инвестиционного насыщения экономики с учетом отраслевых ориентиров, которые определяет государство. Через систему бюджетных трансфертов и различные формы взаимодействия государства и бизнеса происходит диффузия этих ресурсов в отраслевом комплексе страны, стимулируя межотраслевой спрос по логистической цепочке.

В эмпирическом контексте современного мирового опыта можно отметить, что применительно к ситуации в России, возможность привлечения в экономику более длинных ресурсов через рефинансирование ЦБ фактически отсутствует.

«Сейчас делаются попытки вовлечения в экономику накапливаемых длинных ресурсов пенсионного и страхового характера, расширяются ресурсы специнститутов (ВЭБ, РБР). Однако, в системном плане, в масштабах всей экономики, задача остается нерешенной. А главным источником длинных денег, как и раньше, остаются международные рынки (хотя во время кризиса получать деньги и там было не просто)» [2, с. 40-41].

Эту же проблему в формате более радикального толкования и строгой критической формы подчеркивает в своем докладе ученый Д. Митяев, который отмечает ограниченное финансирование реального сектора экономики со стороны ЦБ, который ограничивает допуск ликвидности на рынок межбанковского кредитования, закупоривая важный канал ее поступления в реальный сектор экономики [4]. По данным Центра макроэкономических исследований Сбербанка России, при конструировании механизма предоставления ликвидности банковской системе Банк России в качестве центрального элемента рассматривает именно политику инфляционного таргетирования, оставляя на периферии своего внимания необходимость финансирования воспроизводства [7].

Таким образом, в стратегическом плане система денежного предложения в России выстроена таким образом, что идейно нарушает основной концепт современной практики развитых экономик, в которых механику формирования длинных денег формируют именно монетарные власти.

Отсутствие такого стратегического крена в России, стерилизующей избыток ликвидности в Стабилизационном фонде, формирует иную картину, функциональная корректировка которой может быть реализована только на основе фундаментальной трансформации механизмов формирования денежного предложения и повышения роли национальных монетарных властей в этом процессе.

Тем не менее, опираясь на современную ситуацию и учитывая тот факт, что подчеркиваемая корректировка по-прежнему не просматривается и не позиционируется в системных документах ЦБ РФ, а Министерство экономического развития ориентировано на сжатие государственных расходов, считается необходимым заключить, что будущее

долгосрочное фондирование масштабных системообразующих проектов будет зависеть от возможности привлечения длинных денежных средств из-за рубежа.

ПИИ как инструмент финансирования инновационного прорыва в экономике России имеют прямое отношение к модернизации, поскольку становятся каналом импорта передовых технологий, способствующих обновлению производственной базы.

Основным способом активизации использования данного инструмента, особенно в посткризисной фазе восстановительного роста экономики России, должно стать улучшение инвестиционного климата. В 2010 г. несмотря на тот факт, что ВВП страны вырос на 4%, объем ППИ в страну составил 13,8 млрд. дол. против 15,9 млрд. дол. в кризисном 2009 г., который характеризовался падением ВВП на 7,9% [1, с.30-31], то есть статистика демонстрирует крайнюю степень недоверия инвесторов к перспективам посткризисного экономического роста. Это является индикатором острой необходимости в улучшении инвестиционного климата в стране.

Комплекс подвижек в этом направлении обусловлен системой инициированных в рамках ФАС поправок к закону, регулирующему привлечение ППИ в стратегические отрасли экономики России. Основной вектор поправок — либерализация действующего законодательства. Речь идет о снятии нормы, согласно которой иностранному инвестору необходимо получение одобрения правительственной комиссии на покупку российского банка. Это автоматически элиминирует один из основных тормозов в привлечении иностранных инвестиций. Тем самым закрепляется возможность разрешения одной из задач посткризисного восстановления банковской системы — за счет расширения русла для притока иностранных банковских инвестиций.

Аналогичная поправка касается ликвидации нормы относительно необходимости согласования с правительственной комиссией покупки иностранными инвесторами до 25% российских сырьевых компаний, владеющих лицензиями на разработку недр федерального значения.

Таким образом, логика стратегической коррекции нормативно-правовой базы, регулирующей привлечение ПИИ в России, оказывается в большей степени ориентированной на устранение «ручного» управления ПИИ, которое фактически выступает серьезным барьером на пути притока иностранных капиталов.

Невозможно противиться эмпирически закрепившемуся тренду на угасание экономического интереса иностранного капитала к России в 2010 г. Но не менее значимым в этом случае выступает осмысление того, какой ценой будет стимулирован приток ПИИ в экономику. Государство породило сложную дилемму.

С одной стороны, в рамках слабого участия государства в прямом финансировании экономики хозяйственный организм оказался практически обескровлен, показателем чего выступает низкий уровень монетизации экономики. Твердость этой политики, возведенной в ранг императива, предельно наглядно была продемонстрирована в период кризиса, когда ЦБ РФ традиционно ограничивал приток ликвидности в экономику, проводя политику повышения процентной ставки и тем самым действуя в противофазе той политике, которая проводилась монетарными властями ЕС и США, то есть, государство фактически дистанцируется от решения задачи финансирования экономического роста, отдавая ее на откуп рынку.

С другой стороны, низкое качество экономического роста, нерешенность проблем коррупции и конкурентоспособности ослабляют инвестицион-

ный климат в стране. Инструменты для его оживления автоматически оказываются локализованными уже в «маргинальном» поле инициатив, которые фактически разрушают те резоны, которые прописаны в политике разделения отраслей, выделяющей стратегически значимые из них и все остальные, лимитируя при этом доступ иностранных инвесторов в базовые отрасли.

Данный посыл получает уже весьма отчетливое отображение как в поправках, которые вырабатываются в высших экономических ведомствах страны (см. выше), так и в точке зрения представителей академической науки. Так, профессор С. Гуриев отмечает следующее. «Пока не поздно, нужно реализовать программы по улучшению инвестиционного климата, а также по стратегии долгосрочного экономического развития до 2020 года, которая требует пересмотра. По конкретным шагам: прежде всего, нужно отменить закон о стратегических отраслях, уменьшить участие государства в экономике, реально бороться с коррупцией, обязательно провести реформу судебной системы, прежде всего, прекратить вмешательство государства в судебные процессы» [1, с. 31].

При всей патриотической непривлекательности высказанной С. Гуриевым точки зрения сложность сложившегося положения, вероятно, потребует практической реализации именно таких инициатив. В противном случае, есть все основания полагать, что экономика России, опираясь на положительные паттерны фрагментарно успешного внутреннего финансирования, не сможет сформировать достаточный источник инвестиционной подпитки процесса модернизации экономики. Либо позиция монетарных властей будет скорректирована в сторону увеличения поставок ликвидности в реальный сектор экономики, «длина» которой тем не менее может оказаться недостаточной для

модернизационного сдвига. Либо, что более вероятно в условиях сохраняющейся инвариантности стратегической позиции монетарных властей, эта задача должна быть решена, в том числе посредством ПИИ. Конвергенция этих подходов может и должна составить более твердую почву для проведения структурного реформирования отраслевого комплекса страны.

Не менее важным будет отметить и тот факт, что актуализация внешних каналов притока инвестиций в экономику обусловлена более глобальным трендом, связанным с усилением позиций транснациональных корпораций (ТНК) в хозяйственных комплексах большинства стран мира. Отчасти это сжимает суверенитет национальных государств, которые не нашли путей проведения модернизации, в отличие от глобальных компаний [5]. Интернациональное выстраивание производственных цепочек ТНК формирует эффективную интеграцию производственных кластеров отдельных стран, стимулируя распределение инвестиций, технологий и прочих ресурсов между странами. С течением времени данный процесс будет только усиливаться. Россия, в свою очередь должна максимально использовать эту возможность для усиления конкурентных преимуществ национальной экономики, стимулируя приток ПИИ в инфраструктурные и модернизационные проекты, территориальные и отраслевые кластеры, мультиплицируя потенциал преимуществ локализации.

Данный процесс требует формирования целостной промышленной политики, сценарной проработки вариантов интеграции российской индустрии в глобальный рынок, преодоления сложившейся асинхронности развития базовых экономических процессов в российской экономике: производства, обращения, потребления, оборота финансов.

Библиографический список:

1. **Вардуль, Н.** Почему модернизация? [Текст] / Н. Вардуль // Профиль. — 2011. — №07/28.

2. **Ершов, М.** Не там ищем [Текст] / М. Ершов // Эксперт. — 2011. — №9 (743).

3. **Кондратов, Д.** Мировые инвестиционные потоки: новые тенденции. Миграция российского капитала [Текст] / Д. Кондратов // Общество и экономика. — 2013. — №5.

4. **Митяев, Д.** О динамике саморазрушения мировой финансовой системы (сценарии и стратегии). Возможности адаптации и выбор стратегии для России. Сценарно-игровой доклад. / Д.А. Митяев. — М.: Институт экономических стратегий, 2009.

5. **Носырев, И., Рябова, Е., Молина, М.** Новый мировой порядок [Текст] / И. Носырев, Е. Рябова, М. Молина // РБК. — 2011. — №1-2.

6. **Резников, С.** Россия в условиях глобальной трансформации цепей поставок / С. Резников // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — №3.(43).

7. Что таргетирует Банк России? Обзор Центра макроэкономических исследований Сбербанка России. — 2010.

Bibliographical list:

1. **Vardul, N.** How much modernization? [Text] / N. Vardul // Profile. — 2011. — № 07/28.

2. **Ershov, M.** Not there looking for [Text] / M. Ershov // Expert. — 2011. — № 9 (743).

3. **Kondrashov, D.** Global investment flows: new trends. Migration of the Russian capital [Text] / D. Kondrashov // Society and Economy. — 2013. — № 5.

4. **Mityaev, D.** On the dynamics of self-destruction of the world financial system (scenarios and strategies). Adaptability and the choice of strategy for Russia. Scenario-game report. / DA

Mityaev. — M.: Institute of Economic Strategies, 2009.

5. **Nosyrev, I., Ryabov, E., Molina, M.** New World Order [text] / I. Nosyrev, EA Ryabov, M. Molina // RBC. — 2011. — № 1-2.

6. **Reznikov, S.** Russia in the global supply chain transformation [Text] /

Reznikov // Herald of Rostov State Economic University (RSEU). — 2013. — № 3.(43)

7. What targeting Bank of Russia? Overview of the Center for Macroeconomic Research of Russia. — 2010.

Н.Н. Носаченко

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ТОВАРОТРАНСПОРТНОЙ СЕТИ РЕГИОНА

Аннотация

В статье представлены направления оптимизации цепями поставок товаротранспортной сети региона, определена необходимость развития инфраструктуры транспортного обеспечения, разработки инструментария логистической активности товаротранспортной сети, охарактеризованы тенденции современного этапа развития регионального рынка Южного федерального округа, представлены проблемы современного этапа развития товаротранспортной сети.

Ключевые слова

Логистическая система транспортировки, региональный товарный рынок, цепи поставок, товаротранспортная сеть региона.

N.N. Nosachenko

LOGISTICS OPTIMIZATION OF SUPPLY CHAIN IN COMMODITY AND TRANSPORT REGIONAL NETWORK

Annotation

The article presents the optimization direction commodity transport supply chain network in the region, identified the need to ensure the development of transport infrastructure, the development of tools logistic activity commodity transport network characterized trends present stage of development of the regional market of the Southern Federal District, presented problems of the present stage of development of the product transportation network.

Keywords

Logistics transportation system, a regional commodity market, supply chain, product transportation network in the region.

Концептуальные и инновационные разработки отечественных и зарубежных авторов в области логистического знания подтвердили актуальность его применения в процессе формирования

и развития трансформационных преобразований современного хозяйственного комплекса. Траектории организационно-функциональных изменений, экономических и финансовых преобразо-

ваний подтвердили мировую востребованность логистики, как наиболее эффективного теоретико-методического инструментария, способного и применимого как коммерческими, так и государственными структурами в плане укрепления рыночной позиции.

Если же необходимо оценить саму технологию логистики, качество логистики как системы физического распределения, то об этом целесообразнее судить по следующим показателям:

- скорости доставки;
- надежности сроков поставки;
- способности системы к немедленному удовлетворению спроса [2].

Наиболее актуальной проблемой логистической оптимизации цепей поставок товаротранспортной сети региона на современном этапе развития выступает согласование и координация социально-ориентированных и экономических, коммерческих целей различных субъектов рынка и сфер бизнеса, областей разнонаправленных и лишь частично сопряженных. При этом логистическая оптимизация товаротранспортной сети региона актуализирует и предопределяет значимость именно транспортной составляющей региональных процессов товародвижения, выводя на поверхность состояние путей сообщения, инфраструктурных объектов, обеспечивающих общую эффективность логистических активностей.

Экономическая результативность функционирования цепей поставок в товаротранспортной системе региона находится в прямой зависимости от работы инфраструктурных подсистем, формируя общий синергетический эффект. От транспорта, например, напрямую зависят звенья консолидации и пункты розничной, конечной продажи товаров, способные предложить их в нужном месте, в определенное время, надлежащего качества. Логистическая система транспортировки – это своего рода организационно-функциональный

механизм, который формирует эффективную отзывчивую систему обеспечения конечных потребителей.

С точки зрения общей теории систем экономика относится к классу систем большой сложности. Эта система состоит из большого числа хозяйственных ячеек, находящихся в тесном, непрерывном взаимодействии друг с другом. Кроме того, она имеет явно выраженную многоуровневую структуру, при которой более высокий уровень интегрирует по определенным правилам (алгоритмам) интеграционные сигналы нижестоящего уровня и оперирует агрегатами [5].

Относительно сложности организации логистической оптимизации цепей поставок товаротранспортной сети региона следует отметить, что многоуровневость их организации и формальная сложность функционирования предопределяют вопросы управления транспортными системами через призму адекватных рыночных зависимостей данной области от логистических активностей по формированию системы заказов, развитию распределительной сети, складированию, грузопереработке, сервисному обслуживанию потоковых процессов.

Следует отметить, что логистическая оптимизация цепей поставок товаротранспортной сети региона, в плане основ теоретико-методического обеспечения содержит представление о сущности товародвижения, базирующегося на представлении понятия логистической цепи в различных функциональных ориентациях и ключевых элементах воздействия, научных аспектах, образующих каркас институционального содержания. Логистические звенья транспортировки, задействованные в сервисном сопровождении материальных и сопутствующих потоков, выступают, создают декомпозиции, своеобразными преобразователями, консолидируют

элементарный состав потокового процесса доставки продукции.

Описание системы товародвижения через раскрытие ее состава характеризует способы решения задач по доставке грузов, но не показывает организационно-управленческую составляющую его функционирования. Комплексный подход реализуется при описании всей системы товародвижения с помощью логистического инструментария. В этом случае учитываются факторы внешней среды (логистическое окружение) и весь спектр организационно-управленческих механизмов транспортного обслуживания [1].

В организационно-функциональном составе цепей поставок товаротранспортной сети региона конкурентные отношения могут быть преобразованы в симбиоз интересов звеньев как непосредственно задействованных в логистической системе, так и привлеченных.

При этом принимаются в расчет шесть групп интересов [6]:

1) интересы потребителей, так как их платежеспособный спрос инициирует практически все движение экономических потоков;

2) интересы поставщиков, так как логистическая оптимизация экономических потоков в значительной мере локализуется у поставщиков экономических ресурсов;

3) интересы государства, так как игнорирование этих интересов может привести либо к энтропии системы, либо к криминализации бизнеса;

4) интересы работников, так как личный интерес в рыночной экономике играет доминирующую роль в системе экономических интересов;

5) интересы собственников, так как далеко не всегда они идентичны интересам работников и других участников логистической системы;

6) интересы кредиторов, так как ни одна логистическая система не в состоянии функционировать долго без по-

стоянного привлечения инвестиций с целью оптимизации и рационализации экономических потоков.

Воздействие внутренних и внешних по отношению к конкретной системе факторов рыночной активности, распространяющееся на материально-транспортный поток, определяет логистический статус потоков или даже потоковых процессов и характеризует в рамках рассматриваемой товаротранспортной цепи поставок:

- звенья генерирующие, способные воздействовать на смежные и даже на неконкретно связанные потоки;

- транзитные, лишенные возможности логистических преобразований над материальным и сопутствующими потоками, выступающие лишь пунктом промежуточной консолидации продукции;

- комбинированные звенья, в которых в различных сочетаниях указанные воздействия на потоки комбинируются, или имеется возможность, в зависимости от требований рыночной среды своевременно изменить организационно-управленческий функционал и степень воздействия на потоки.

Воздействие звена на поток может быть крайне разнообразным: потоки могут дробиться, разветвляться, сходитьсь, изменять свое содержание, параметры, интенсивность. В соответствии с данными характеристиками предлагается следующая базовая схема последовательности звеньев логистической цепи [3]:

1. Генераторы (источники) материальных потоков.

2. Трансформационные центры и пункты торговых, транспортных и других посреднических структур, преобразующих материальные потоки на стадии закупки.

3. Трансформационные центры и пункты в местах производства продукции.

4. Трансформационные центры и пункты для физического распределения и отправки готовой продукции.

5. Трансформационные центры и пункты торговых, транспортных и других посреднических структур, преобразующих материальные потоки на пути доставки готовой продукции потребителям.

6. Пункты назначения (потребители) материальных потоков.

С этой стороны, хотелось бы отметить, что понятие логистическая цепь поставок в товаротранспортной сети применимо для описания траектории перемещения потоков, объединяющих в своем функционале звенья генерации и потребления продукции. В этом процессе потоки приобретают новые характеристики, которые инновационируют в интеграционном взаимодействии, обуславливая сложность и многогранность своей организации.

В цепях поставок потребительского рынка региона существуют логистические звенья, выполняющие комплекс операций по созданию и развитию, в соответствии с запросами потребителей параметров инфраструктурного обеспечения. И особенно эти вопросы актуальны для процессов транспортировки и распределения продукции.

Так же в логистической цепи поставок товаротранспортной сети региона, присутствует множество посредников, транспортных компаний, провайдеров, операторов, предлагающих сервисное сопровождение материальных и сопутствующих потоков, непосредственно связанных с транспортировкой. При этом привлечение передников может быть оправдано, если они выполняют определенные функции эффективнее и с меньшими затратами, по сравнению с самостоятельной организацией. На данном этапе в этих вопросах существует масса проблемных аспектов, нивелировать теоретические и концептуально-прикладные трудности в которых можно только с помощью мощного институционально-методического инструментария логистики и управления цепями поставок. Реализация качественно новых

управленческих решений путем улучшения количественных и качественных показателей деятельности логистической систем способна предоставить комплексность услуг по сопровождению материального и сопутствующих потоков.

Характеризуя развитие товаротранспортного рынка Южного федерального округа (ЮФО), следует отметить, что в процессе проведения своевременных экономических реформ в отраслях народного хозяйства нашей огромной страны и ее регионов трансформации, в первую очередь, коснулись сферы торговли.

С развитием конкурентной среды, сложившейся экспансией иностранных компаний российского рынка, формирование логистической инфраструктуры розничной и оптовой торговли складывалось стихийно, и торговая сеть на потребительском рынке в начале проведения реформ была неоправданно измельчена. Все это привело к развитию нежелательных последствий, а именно: к низкому качеству торгового обслуживания, росту «теневого оборота», разукрупнению детализации торговых мощностей по рыночному охвату и объемам продаж, а также к неэффективному транспортному обслуживанию торговых объектов.

Но при этом именно в докризисном состоянии рынок складской недвижимости и транспортного сообщения округа, как связующее звено между Европой и Азией, был одним из самых динамично развивающихся на территории России.

С развитием рыночной среды, после поэтапного освоения столичных рынков, иностранные ритейлеры активно ринулись в регионы, в числе которых наиболее перспективным был ЮФО (Ростовна-Дону, Краснодар, Новороссийск, Ставрополь, Волгоград и другие города).

Однако практически всем этим планам не суждено было сбыться: кризис внес существенные изменения в развитие рынка складской недвижимости. Эксперты считают, что этот сег-

мент оказался даже в более серьезной ситуации, чем строительство жилой, торговой или офисной недвижимости. «С одной стороны, все девелоперы столкнулись с сильным дефицитом оборотных средств,— отмечает Алексей Милюк, аналитик группы компаний „Эксперт“.— Поскольку одновременно с логистическими проектами многие застройщики вели еще и строительство жилой или торгово-офисной недвижимости, все имеющиеся ресурсы они вынуждены были направить именно на завершение этих проектов, поскольку имелись обязательства перед дольщиками, кредиторами и партнерами. С другой стороны, изменился и сам рынок. Упал торговый оборот, международные и федеральные компании пересмотрели свои планы на экспансию в регион, резко снизился спрос на качественные складские комплексы. Как следствие — почти вдвое упали арендные ставки. Снижение составило порядка 35-40% в зависимости от класса складов. Прежде всего это отразилось на складах более высокого класса, поскольку арендаторы в целях сокращения расходов на хранение продукции переезжали в более дешевые склады, жертвуя при этом их качеством, а также уменьшали объем запасов» [4, 7].

Многие крупные федеральные и региональные компании инвестировали значительные финансовые средства в развитие новых и совершенствование уже существующих элементов инфраструктуры товаротранспортной сети, но с усложнением внешней финансово-экономической среды во время глобального экономического кризиса многие проекты были заморожены. Существенный прогресс этот сегмент получил с организацией в ЮФО Олимпийских игр, проведенных с невероятным успехом в текущем году. Появились новые, рыночно востребованные объекты транспортного сообщения, складские и логистические центры. В целом с 2011

года рынок логистической инфраструктуры ожил и теперь, уже на конец 2014, эксперты прогнозируют его полноценное рыночное освоение.

Системно-аналитическое исследование логистической оптимизации цепей поставок товаротранспортной сети региона предполагает повышение эффективности системы управления транспортными потоками, процессами сопровождения готовой продукции на пути ее следования от производителя к потребителю.

Определенные в результате исследования наиболее эффективной теоретико-методической платформы экономической активности направления логистической оптимизации цепей поставок товаротранспортной сети региона могут обеспечить снижение уровня неэффективного распределения и ускорят оборачиваемость средств, скорость воспроизводственных процессов. Но, в случае неполноценного и необдуманного управления, отсутствия логистического подхода в оптимизации цепей поставок товаротранспортной сети можно не в полной мере использовать конкурентные позиции региона.

Библиографический список

1. Курганов В.М. Логистические транспортные потоки. — М.: Дашков и К, 2003, с. 132.
2. Логистика. Базовый курс: учебник для бакалавров / М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2012. — 818 с.
3. Николайчук В.Е. Логистика. — СПб: Питер, 2001, с. 110.
4. Основные тенденции отечественного рынка коммерческой недвижимости. Электронный ресурс. Режим доступа: www.pandia.ru/text/77/190/67249.php
5. Петраков Н.Я. Русская рулетка: экономический эксперимент ценою 150 миллионов жизней.— М.: Экономика, 1998, с.11.

6. Тяпухин А. П., Голошапова А. И., Лындина Е. Н. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики. — М.: Финансы и статистика, 2007, с. 141.

7. Халын В.Г. Инновационное управление складским хозяйством на принципах логистики в системе товародвижения. Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2011. № 34 с. 74-82.

8. Gericke, J. Etappen biz zum 5PL [Text] / J. Gericke // LOGISTIC HEUTE. — 2003. — № 4. — P. 37.

Bibliographic list

1. Barrows V.M. Logistics transport streams. — М.: Dashkov I K, 2003, p. 132.

2. Logistics. Basic course: the textbook for bachelor / M.N. Grigoriev, S.A. Uvarov. — 2nd ed., Rev. and add. — М.: Publishing Yurait, 2012. — 818 p.

3. Nikolaichuk V.E. Logistics. — St. Peter, 2001, p. 110.

4. Main trends of the domestic real estate market. Electronic resource. Mode of access: www.pandia.ru/text/77/190/67249.php

5. Petrakov N.Y. Russian Roulette: economic experiment at the cost of 150 million lives. -М. Economics, 1998, p.11.

6. Тяпухин А. П., Голошапова А.И., Лындина Е.Н. Design of distribution systems based on logistics. — Moscow: Finance and Statistics, 2007, p. 141.

7. Halyn V.G. Innovative warehouse management on the principles of logistics in the distribution system. Vesth.K of Rostov State Economic University (RINH). 2011. № 34. 74-82.

8. Gericke, J. Etappen biz zum 5PL [Text] / J. Gericke // LOGISTIC HEUTE. — 2003. — № 4. — R. 37.

Т.В. Пархоменко

РАЗРАБОТКА ЛОГИСТИЧЕСКОГО ФОРСАЙТ-ПРОЕКТА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Аннотация

В статье рассматривается проблематика применения логистического фрсайтинга в региональной энергосистеме, характеризуются направления и моноотраслевые, структурно-функциональные особенности развития электроэнергетического комплекса, представлены проблемы формирования взаимоприемлемых тарифов.

Ключевые слова

Логистика, форсайт-проект, электроэнергетический комплекс региона.

Т.В. Parchomenko

DEVELOPMENT OF LOGISTIC FORSITE-PROJECT OF REGIONAL ENERGY SYSTEM

Annotation

The article focuses on the problems using a logistic forsiting in regional energy system, characterized by direction and single-industry, structural and functional features of the development of power system operations, presented the problem of forming mutually tariffs.

Keywords

Logistic, forsight-project, regional energy system.

Логистический форсайтинг сочетает комплекс научно-исследовательской базы, экспертной оценки и характеристик, формирование теоретико-прикладных проекций, возможных инвариантов, стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, выявления технологических прорывов, способных в средне- и долгосрочной перспективе влиять на социально-экономическую и функционально-логистическую системы региона.

Вкратце можно подытожить, что разработка логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка имеет целью решение проблемных аспектов развития как общероссийской, так и региональной электроэнергетики ЮФО. Могут быть представлены следующие особенности развития в данной области, трудности, которые предстоит решить:

- высокая емкость энергопроизводства;
- регулирование свободного рынка электроэнергии и мощности;
- полноценное внедрение интеллектуальной логистической системы учета энергопотребления;
- перспективы повышения энергопотребления.

Выявив основные проблемные аспекты, нужно двигаться в научном поиске далее — к пояснению и разработке логистических механизмов их решения.

Энергоемкость производства российских регионов в целом достаточно высока. Это основной дисбаланс, который необходимо нивелировать, ведь на производственные нужды российский хозяйственный комплекс тратит в 4 раза больше, чем развитые европейские государства.

В этом вопросе решающую роль сможет сыграть теоретико-методологический инструментарий стратегической логистики, способный

оптимизировать потоковые процессы в региональном хозяйственном комплексе, в отраслях генерации и распределения продукции, составляющих логистические цепи. Но нормировать энергопотребление в производственных, распределительных и иных звеньях не является основной задачей, так как это смежные для электроэнергетики отрасли.

В процессе разработки логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка необходимо учитывать то, что моноотраслевые, структурно-функциональные особенности электроэнергетики оказывают непосредственное влияние на ход и скорость реализации проводимых социально-экономических реформ в нашем огромном государстве. Основная особенность отрасли, в первую очередь, связана с тем, что электроэнергия как основной материальный поток обеспечивает работоспособность, функционал, деятельность всех иных смежных и даже отстраненных отраслей, выступая, как неоднократно упоминалось, «движущей силой» хозяйственного комплекса страны, основой динамики воспроизводственных процессов, жизнедеятельности общества, социальной стабильности и даже безопасности.

Еще одна наиболее значимая особенность отрасли исходит из условий энергетического производства, то есть состоит в совпадении во времени процессов генерации, передачи, распределения и потребления энергии.

Временные характеристики и напряжение в электропотреблении, точнее колебания данных показателей (день и ночь, выходные и рабочие дни), отличаются хронологической неравномерностью и непосредственно отражаются на издержках генерации и передачи электроэнергии.

В процессе исследования был представлен «идеальный образ электроэнергии будущего», то есть были аккумулированы

требования конечных потребителей к основному продукту отрасли. Следует отметить, что они практически не изменились за несколько последних десятилетий, это по-прежнему: обеспечение нормативов надежности, качества, приемлемость тарифов как социально-ориентированная специфика этого процесса.

В последнее время произошло ужесточение требований к энергетическим объектам в части охраны окружающей среды, нанесения вреда людям и живым организмам в процессе выработки электроэнергии. Но здесь, в разрезе с социальной значимостью, выступает повышение стоимости энергии.

Требования надежности имеют первостепенную значимость, так как перерывы в энергоснабжении, отклонения качественных параметров передачи электроэнергии от нормативных могут вызвать значительные социально-экономические ущербы, сбои производства, что существенно усложняет бытовое потребление энергии. Оптимальный уровень надежности определяется путем логистической диверсификации, иногда в процессе проведения которой путем сопоставления соответствующих затрат и ущербов в стоимостной оценке приходится принимать достаточно сложные решения. Диверсификация как возможность разумного сочетания, комбинирования производственных источников и поставщиков энергоресурсов, обеспечит бесперебойность топливоснабжения электростанций и соблюдение качественных параметров производства и передачи электроэнергии.

Соблюдая правила приемлемости отпускных тарифов, производители и поставщики электроэнергии структурируются и самоорганизуются, исходя из преимуществ данной отрасли. Идеальный образ, или критические факторы долгосрочного успеха, конечно, можно представить в виде общей стабильности воспроизводственного функционала электроэнергетики, или параметральной

характеристики, надежности; отклонение от данного нормативного значения усложняет достижение идеального состояния. При этом основной задачей является стремление удовлетворить потребности потребителя, его запросы. А ведь они увеличиваются с каждым годом. Энергопотребление растет.

Концептуально регулирование свободного рынка электроэнергии и мощности как стратегической отрасли народного хозяйства, которая является изначально естественной монополией, началось с того, что в результате рыночных преобразований электроэнергетика искусственно разделена на акционерный и муниципальный сектор.

На данном этапе реформирования иногда разнонаправленные интересы представителей свободного энергетического рынка объективно регулируются государственными мерами. Свобода на общероссийском рынке электроэнергии и мощности реализована не полностью, но это — глобальная мировая тенденция. Свободный рынок конкурентен, однако электроэнергетика является отраслью, обладающей высокой общественной значимостью. Поэтому присутствуют опасения получить в результате рынок, на котором производители и перепродавцы, распределительные звенья, сервисный комплекс как звенья на пути реализации электроэнергии искусственно завышают ее итоговую стоимость. Этому свидетельствуют многие примеры мировой практики реализации и функционирования свободного рынка электроэнергии и мощности.

Значит, данную отрасль необходимо государственно регулировать. Однако в этом случае функционирование в рамках конкуренции ограничено: заранее установлена цена, как в Ростовской области, которая участвует в пилотном проекте, нормирующем потребление энергии в рамках установленного диапазона. Конкуренция отсутствует. Проект также реализуется с 1 сентября 2013 г. в

Забайкальском и Красноярском краях, Владимирской, Нижегородской, Орловской областях. Еще одним участником до определенного момента была и Самарская область, но 30 августа 2013 г. она отказалась от реализации проекта по энергосбережению на своей территории.

В Ростовской области размер соцнормы составит 96 киловатт-часов для одиноко проживающего гражданина при средней 70 в других регионах, вошедших в «пилот». Соцнорма позволит поддержать пенсионеров, особенно одиноких, так как они будут оплачивать весь объем потребления по сниженному тарифу. Соцнорма также сократит в области, где имеются крупные промышленные предприятия, перекрестное субсидирование, когда промышленность доплачивает за электроэнергию, потребленную населением.

Следует отметить, что реформирование электроэнергетики не завершено, и Правительство Российской Федерации своевременно определяет курс на реализацию методологически выверенных теоретико-прикладных этапов развития.

В процессе разработки логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка, оптимизации исследуемой энергосистемы, внедрение элементов стратегической логистики в деятельность энергокомпаний исследуемого региона является необходимым условием повышения эффективности общесистемного потенциала. С учетом данной характеристики можно представить структуру формирования форсайт-проектов аналогового моделирования систем энергопотребления (рис. 1).



Рисунок 1 — Процесс формирования форсайт-проектов аналогового моделирования систем энергопотребления

Разработка логистического формат-сайта-проекта развития регионального электроэнергетического рынка, определенной рыночной логистической стратегии предопределяет развитие сбалансированности экономических отношений, наличие здоровой конкуренции и оптимального взаимодействия услуго-сервисной среды электроэнергетики с потребителями, при учете обоюдных интересов сторон. Основным вопросом в данном научно-прикладном аспекте выступает проблема формирования взаимоприемлемых тарифов, при этом государственная логистическая должна быть направлена на:

– установление «справедливых» тарифов на электроэнергию, то есть сдерживание возможного стремления конкурентной среды в естественной мо-

нополии искусственно увеличить размер конечной стоимости для бытовых и промышленных потребителей;

– создание атмосферы общедоступности, прозрачности операционного и информативного обеспечения отрасли и долговременных «правил игры» (законы, нормативные акты). При этом основное — это совершенствование законодательно-правового обеспечения производства электроэнергии на основе нетрадиционных источников, ресурсов в процессе образования конечного продукта;

– оснащение всех абонентов системой технического и конечного потребления;

– минимизацию конфликта интересов участников рынка.



Рисунок 2 — Логистическая оптимизация регионального энергорынка

Разработка логистического формат-сайта-проекта развития регионального электроэнергетического рынка учитывает характеристики свойств и условных выгод товара или услуги в электроэнергетике, проанализирована с точки зрения запросов и представлений по-

требителя, «идеального образа» электроэнергии (надежность энергоснабжения, приемлемые тарифы и обязательно экологичность).

Анализ отраслевой специфики организации потоковых процессов в рамках разработки логистического фор-

сайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка позволил представить общую характеристику экономии затрат в ходе логистической оптимизации. Логистические преобразующие воздействия, охарактеризован-

ные нами с позиции форсайтинга как технологии предвидения, коснувшись материального потока, способны принести следующие преимущества в рамках регионального электросетевого рынка (рис. 3).



Рисунок 3 — Логистическая оптимизация материальных потоков в энергосистеме региона

Используя данные об экономном потреблении электроэнергии, следует заметить, что данная задача так же многозначна, как ряд всевозможных трудностей, изложенных выше. Допустим, производство энергомобилей получит массовое применение, а в России в 2014 г. будут минимизированы ввозные таможенные пошлины именно на автомобили, работающие на электроэнергии: потребление не только повысится — необходимыми могут стать мобильные

аккумуляторы, делая возобновляемые источники энергии более надежными составляющими будущей электросети.

На рисунке 3 представлен проект логистической оптимизации материальных потоков в энергосистеме региона, в котором финансовые, информационные, трудовые и сервисно-сбытовые потоки выступают и как особенности, проблемы, которые стоит отрабатывать в первую очередь. Уже не раз подчеркивали роль и значимость нашей страны на

мировом энергорынке, в то же время обращая внимание на лидерство за счет использования богатого природного потенциала электростанций, работающих на угле (ТЭЦ) и частично АЭС. При этом существует масса проблем, лежащих на поверхности научно-прикладного знания: энергия, вырабатываемая на ТЭЦ, сопровождается выбросом в атмосферу вредных веществ, изменяет газовый состав окружающей среды. У АЭС также хватает недостатков, не нужно останавливаться на них подробно, можно сказать лишь, что это недопустимость аварии — этого просто не должно больше случиться; плюс проблема с захоронением ядерных отходов.

Ресурсоограниченность национальной (и в том числе региональных энергосистем) способна на определенном этапе, может быть и не очень скоро, значительно ухудшить положение отрасли. Уже сейчас необходимо применять логистическую оптимизационную стратегию развития, направленную на внедрение ВИЭ; повысить эффективность за счет получения экономии затрат на ресурсы, так как затраты можно охарактеризовать как единовременные, на возведение и ввод в эксплуатацию электростанций данного типа.

Использование энергии ветра имеет достаточное теоретико-методологическое обоснование, экономически оправдано, поскольку его стоимость как сырья не имеет цены: это один из основных видов экологически чистого производства, при этом возведение мощностей ветровых электростанций, использовать которые — достаточно эффективный выход для России в целом, можно, получая электроэнергию 15 МВт. Они функционируют в Российской Федерации в Башкирии, Воркуте, Калининградской, Саратовской областях, районах Крайнего Севера, возводятся в Ленинградской области. В мире ветроэнергетические системы развивают более 70 стран, при-

чем наша страна занимает 47-е место. Лидерство в данном виде производства электроэнергии принадлежит Германии, за которой ниже по списку стоят Испания, США, Индия, Дания.

Специально приводятся эти данные без наглядного иллюстративного представления, используя в процессе исследования экспертное мнение, выкристаллизовавшееся в результате опытного анализа мировых энергосистем. На данном этапе исследования аналитика, рейтинги и обзоры существенно упростили бы работу, тем более анализ данных показателей был представлен ранее.

Также одной из альтернатив в процессе разработки логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка выступает гелиоэнергетика — получение электрической энергии от энергии солнечных лучей; которая, как и использование в процессе генерации энергии ветра, не имеет стоимости. Считается, что в теоретико-прикладном аспекте существует риск потерять общедоступность и неисчерпаемость источника, столкнуться с трудностями реализации. Данный способ генерации не опасен для окружающей среды, что также является обоюдным плюсом, поэтому он успешно реализован в ряде развитых стран (Германия, Испания, Япония). К сожалению, следует отметить единовременную затратность данных проектов и их частичную зависимость от природных условий, потребность в техническом уходе (необходимость постоянной очистки, нагрева атмосферы над эл/ст) [1, 2].

Следует отметить, что частично данный опыт уже реализован в рамках Белгородской области, где была построена первая солнечная электростанция, а также в ЮФО и других территориально-экономических направлениях. Развитие гелиоэнергетики произошло на определенных участках трассы М4, на остановках общественного транспорта г.

Ставрополя, где установлены солнечные батареи.

Выявив комплексность представленных проблем, следует подчеркнуть, что разработка логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка относится именно к сложной, многоаспектной научно-прикладной формации.

В результате задачу разработки логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка следует представить с помощью детального учета иерархических взаимосвязей подсистем и элементов.

Анализ деятельности мирового, внутривосточного и регионального электроснабжения, сбыта и потребления электроэнергии, переменных, обладающих сложными связями, обуславливает разработку логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка, способного преобразовать целостность и иерархию такого рода сложной среды, как электроэнергетический комплекс.

Нужно реализовать систему действий, направленных на оптимизацию потерь, кризиса неплатежей и иных проблем, разработать и представить в организационно-функциональном, финансовом и иных логистических аспектах интеллектуальную систему учета энергопотребления, которая в региональной энергосистеме не полностью реализована (35–40 %). Интеллектуальная логистическая энергосеть способна обеспечить постоянный обмен энергией между большими и малыми электростанциями и потребителями, поддерживать баланс производства и потребления в рамках системы автоматизированного учета и контроля энергопотребления. Требуется более масштабный комплекс мероприятий, который выделен в отдельную часть. Надо отметить, что в процессе перехода, как минимум, некоторых бытовых потребителей на ветровые, допустим, электростанции, обеспе-

чивающие собственные нужды небольшой организации или частного домовладения, необходимо будет решать вопрос о возможности передачи электросетям излишков производимой электроэнергии.

С точки зрения логистики, это очень интересная задача, имеющая стандартное теоретико-методологическое подкрепление. Однако тут речь заходит о назревающей необходимости хранить или аккумулировать электроэнергию. В рамках разработки логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка были проанализированы последние достижения науки и техники, которые могут быть внедрены в жизнедеятельность систем в ближайшем будущем, среди них: покрытые солнечными батареями зарядные устройства, которые независимо от условий окружающей среды способны обеспечивать выходное напряжение от 5 до 220 В; зарядные устройства, ограничивающие лишние, например среди ночи при полной зарядке устройства, контакты с энергосетью; небольшие устройства, энергией для которых может являться динамика человеческой активности (компьютерная мышь, которая работает от движений руки пользователя, состоит из пробки); внедренные в цикл производства токопроводящие смазки; энергия проходящих мимо поездов и многое другое. Если говорить о проектах экономного потребления (но при этом высокой стоимости), то, к примеру, в экологических домах Германии для бытовых нужд используется энергия аквариумной водоросли.

Разработка логистического форсайт-проекта развития регионального электроэнергетического рынка включает:

- решение проблемы удержания роста отрасли, что также отразится на всех других отраслях народного хозяйства. В научно-исследовательских и производственных звеньях бытует мнение о грядущем дефиците электроэнер-

гии, хотя на данном этапе, говоря о ресурсообеспеченности нашей страны, это только миф, но, разрабатывая долгосрочный логистический форсайт-проект, следует отметить, что через 50 лет этот тренд может реализоваться;

– решение проблемы дефицита ВИЭ электростанций и в ближайшем будущем проявления высокой степени изношенности объектов электроэнергетики, но она не близка к их полному разрушению.

Надо отметить, что темп роста ежегодного потребления электроэнергии составляет показатель в диапазоне 3,2–4,9 % в год, что значительно, в 1,7 раза, выше, чем в 1999–2008 гг. Необходимо постепенно увеличить возведение генерирующих и сетевых мощностей на будущие 5 лет до 70–100 ГВт, или 30–50 % от существующих; на 10 лет — 160–200 ГВт, или 60–100 %. По сравнению с мировыми ценами внутренние цены на электроэнергию, стоимостные тарифы в несколько раз ниже, чем тарифы в США, ЕС и других развитых странах. При этом не стоит рассчитывать, что приватизация генерирующих мощностей электростанций (за исключением АЭС) существенно улучшит объем частных инвестиций в обновление и новое строительство объектов электроэнергетики.

Розничный рынок электроэнергии и мощности должен более четко представлять первоочередность строительства и (или) реконструкцию производственных фондов отрасли, их тип и необходимую мощность. Правила свободного конкурентного рынка, примененные на российском электроэнергетическом пространстве, частным генерирующим компаниями на открытом розничном рынке при поставке электроэнергии потребителям не позволит сдерживать цены на электроэнергию.

Социально-экономическое научное предвидение не дает возможности предположить, что экономика страны будет бурно расти в ближайшие 10–20

лет (до 2030 г.), следовательно, и надеяться на будущие капитальные финансовые вливания тоже не приходится.

Это всего лишь будущие тренды развития технологий, прорабатывая которые, можно видеть проблемные сферы настоящего и будущего развития исследуемой отрасли и можем перейти далее — составить дорожную карту развития отрасли.

Логистический форсайт перенял большинство успешных теоретико-методологических технологий у современного высокоразвитого экономического научного знания. Он использует частично инструментарий маркетинга, общеэкономические технологии. Блуждая в теоретико-прикладных основах форсайтинга, сложно определиться с выбором конкретных методик. Форсайт использует обширный теоретико-методологический арсенал логистики и маркетинга, методы построения деревьев релевантности, дорожных карт, SWOT-анализ и многие другие методики.

Библиографический список

1. Пархоменко Т.В. Модернизация электроэнергетической отрасли ЮФО на принципах энергетической логистики / Вестник РГЭУ (РИНХ), №3(35) — 2011.
2. Пархоменко Т.В. Основы формирования логистического процесса реорганизационных преобразований системы электросетевого хозяйства / Вестник РГЭУ (РИНХ), №1(37) — 2012.

Bibliographic list

1. Parkhomenko T.V. Modernization of the electricity industry SFD on the principles of energy logistics / Herald RGEU (RINH), № 3 (35) — 2011.
2. Parkhomenko T.V. Foundations for the logistic process of reorganization transformations of electric grid / Herald RGEU (RINH), № 1 (37) — 2012.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ И ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

Аннотация

В статье автор идентифицирует специфику современного развития торгово-сбытовой инфраструктуры распределения продукции на отечественном рынке детских игрушек, выявляет стратегические императивы и маркетинговые предпосылки развития инновационных форматов торговых точек в данном сегменте рынка.

Ключевые слова

Торгово-сбытовая инфраструктура, рынок игрушек, ритейл, потребитель, канал распределения.

A.O. Petrosyan

STRATEGIC IMPERATIVES AND FEATURES TRANSFORMATION OF COMMERCE SALES INFRASTRUCTURE PRODUCT DISTRIBUTION IN THE DOMESTIC MARKET TOYS

Annotation

The author identifies the specificity of modern development of trade and marketing distribution infrastructure products in the domestic market of toys, identifies strategic imperatives and marketing background development of innovative formats outlets in this market segment.

Keywords

Trade and marketing infrastructure, toy market, retail, consumer distribution channel.

Современный период развития рынка характеризуется определенной диалектикой противоречий, которые могли бы иметь место и ранее, но наиболее остро проявились именно сегодня — по мере усиления конкуренции и насыщения самого рынка. Надо обратить внимание на тот факт, что эффективность и потенциал развития торгово-сбытовой инфраструктуры на рынке игрушек зависят не только от стратегии и интенсивности роста операторов рынка, но и от оценки их рыночной привлекательности со стороны ТРЦ.

В настоящее время одной из тенденций развития рынка, более явно подчеркивающей направление его органического роста, является увеличение числа

специализированных детских ТЦ. Это существенно усложняет механику выбора детских магазинов, переводя вопрос в плоскость оценки того, какие из имеющихся детских форматов генерируют трафик лучше остальных, то есть стратегическое развитие торговой инфраструктуры на рынке определяется не только и не столько выбором ТРЦ со стороны оператора, сколько выбором оператора со стороны ТРЦ. Имеет место экзогенная рыночная селекция, в рамках которой сегодня постепенно возрождаются проекты, аналогичные тем, что в советские времена позиционировались в качестве флагманов детской индустрии. Развитие этого направления расширяет возможно-

сти более жесткого — строгого тестирования всех детских инноваций.

Необходимо обратить внимание на тот факт, что в последние два десятилетия российский ритейл эволюционировал неодинаково. Так, продуктовый ритейл остался в рамках традиционных форматов, незначительно вырос в объеме и трансформировался организационно. Аналогичная ситуация с электронной розничной торговлей, а также сегмент DIY, который представлен гипермаркетами, по типу Leroy Merlin.

Менее динамично развивалась розничная торговля детскими товарами. При общем росте этого рынка его конкурентная среда оказалась менее всего консолидирована: наиболее крупная сеть здесь — «Детский мир» — контролирует не более 5% рынка, хотя и имеет агрессивные планы развития. На рынке присутствует 61 сеть, объединяющая 850 магазинов, половина из которых приходится на Москву и Московскую область [1].

В отличие от форматного ритейла на продовольственном рынке, который пришел в Россию с Запада и пришелся отечественному потребителю «впору», рынок детских товаров формирует мощную потребительскую рефлексию, которая определяет скорость и глубину эволюционного роста торговой инфраструктуры на этом рынке. В настоящее время сформировался мощный эмпирический запрос на инновационные площадки, развитие которых во многом будет зависеть от самих арендаторов. Это означает необходимость обеспечения потребительской ценности и целеориентированности будущих форматов их магазинов.

Повышение уровня торгового-сервисного обслуживания рассматривается не только как инструмент стимулирования продаж, но и как имманентная характеристика, которой должен обладать новый формат магазинов на данном рынке. Это резко актуализирует необходимость построения новых стра-

тегий развития актуальных форматов торговых точек, которые бы отвечали всем последним веяниям потребительской моды. В таком формате концепция и дизайн будут полностью изменены. В обновленном виде они будут предусматривать максимальное количество развлечений для детей, что позволит расширить предложение, в котором шопинг дополнит возможность отдыха.

В ТРЦ этот тренд должен быть максимально скоррелирован с проектными решениями при разработке конфигурации самой торговой недвижимости. Фактически предложение площадей со стороны ТРЦ и возможность достижения консенсуса с арендодателем определяют широту реализации задуманной концепции магазинов, позволяя открывать игровые комнаты, расширять ассортиментную матрицу, и, что не менее важно, открывать магазины более крупного формата.

Таким образом, все это формирует определенную специфику инфраструктурного построения каналов сбыта, что предопределяет интенсивность и экономическую эффективность товарных поставок в торговые точки сети.

Прорабатывая логистический аспект развития торговой дистрибуции на рынке детских игрушек, необходимо в качестве ее имманентной особенности отметить глубокую корреляцию между маркетинговой спецификой развития рынка игрушек и формированием его сбытовой инфраструктуры.

Сегмент детских товаров на розничном рынке, в отличие от всех остальных секторов, отличается практически полным отсутствием брендов, массово распространенных в ритейле: Apple, Samsung, Sony, Nokia, Dell.

Специфической характерной чертой детского сегмента, который растет в целом достаточно динамично и концентрирует в себе множество операторов этого рынка, является низкий уровень брендируемости предложения (Lego,

Mattel, Disney). При этом сетевая дистрибуция на рынке инфраструктурно представлена ограниченным числом форматов, в структуре которых крайне незначительна доля больших магазинов и дискаунтеров.

Ценовое позиционирование на этом рынке смещено вверх, что обусловлено потребительскими стереотипами, ментально фиксирующими привязку низкой цены к невысокому качеству товара. Однако более важная черта данного рынка — отсутствие глобальных брендов и ритейлеров.

Проблема состоит в том, что размытость целевой аудитории (которую точно не составляют дети, а делят ее с взрослыми) не позволяет усиливать маркетинг и через него расширять логистические каналы коммуникационного доступа к потребителю [1].

В данный период эта коммуникация характеризуется определенной спецификой ритейла и потребителя. В системе торговой дистрибуции наблюдается увеличение числа брендов, мультиформатность каналов сбыта, высокий уровень капитализации самой розничной торговли, которая стремительно глобализируется. Потребитель существенно расширил свои покупательские предпочтения за счет формирования вокруг себя среды, завязанной на индивидуальный образ и стиль жизни. Современный потребительский рынок отразил этот тренд и предлагает покупателю множество возможностей, которые автоматически корректируют и его мир тоже. Результатирующей этого взаимовлияния выступает тем не менее относительно индивидуальный выбор отдельно взятого потребителя, на удовлетворение которого максимально адаптированы (организационно и функционально трансформированы) современные форматы ритейла. Это принципиально отличает современную рыночную механику развития торгово-сбытовой инфраструктуры от прежней, менее унифицирован-

ной и ориентированной на массовый рынок с более стандартизованным потреблением.

Сегодня логистика и маркетинг оказались более глубоко интегрированы, а вектор данной интеграции, ее целевой ориентир задает именно изменение подходов людей к формированию среды обитания. Удобные каналы товароснабжения рынка и новые бренды стремятся подстроиться под покупателя, органично вписываясь в процесс отыскания последним эмоционального и физического комфорта. Этот механизм имеет обратную связь, где бренды дают человеку новые возможности, из которых он будет строить стиль своей жизни.

Удобство дистрибуции в данной системе перерастает в ее мультиформатность, которая является важным компонентом логистики ритейла. С точки зрения рыночной привлекательности различных форматов можно констатировать различный уровень экономической эффективности сбыта. Наиболее высоким данный показатель является в больших форматах. Затем следует разрыв и снижение данного показателя для среднего формата, который генерирует доход, несоизмерный с издержками почти большого формата. Доходность дистрибуции в мелких форматах зависит от эффективности менеджмента, в котором сеть должна вовремя использовать эффект масштаба и преодолеть многоступенчатость управления сетевыми магазинами.

Кроме экономики затрат есть ряд особенностей организационно-форматного развития российского ритейла на рынке детских товаров. Так, в отличие от других стран, в России оказался жизнеспособным советский формат универсального магазина «Детский мир», в котором предлагаются товары для детей разного возраста — от новорожденного до подростка. Это отличие является индикатором сохраняющейся

фрагментарности российского рынка, в условиях которой универмаг — это рудимент переходного периода, что указывает на относительно невысокий уровень конкуренции.

Более ускоренная институционализация торгово-сбытовой инфраструктуры рынка детских игрушек в ближайшие годы может также сдерживаться постепенным административно стимулированным упразднением открытого рыночного формата в торговле детскими товарами. На сегодняшний день он аккумулирует до 30% всех продаж на этом рынке. Постепенное вытеснение продукции для детей с рынков обеспечит более быстрое развитие детского ритейла, в котором универсальные магазины и рынки уступят место специализированным сетям [2].

Нет смысла пытаться идентифицировать некую особую линию в эволюционировании российского рынка детских товаров как сегмента, крайне чувствительного к радикальной эмпирически фиксируемой смене покупательских предпочтений. Торгово-сбытовая инфраструктура этого рынка в перспективе будет развиваться под влиянием двух основных факторов:

- инерционного давления прежней структуры каналов сбыта, которая в более агрегированной форме будет трансформироваться под новые условия;

- резонами традиционных локальных правил, включающих такие обычные компоненты, как: территориальная дислокация магазина; концепция магазина; управление персоналом; маркетинг и логистика.

Сбыт становится сложнее, усложняя и общие задачи интеграции производителей в цепи поставок. На рынке сегодня формируются достаточно длинные цепочки поставок, связанные с импортом игрушек. Пройдя путь от производителя в Китае до торговой полки в отечественном магазине, игрушка стоит уже в 3-5 раз дороже.

Даже при короткой логистике ввиду удорожания стоимости рабочей силы отечественные компании не в состоянии предложить низкую цену при сохранении адекватного качества продукции. Разработанная в государственных экономических ведомствах Стратегия развития отрасли ориентирована на инновационное развитие отечественного производства, его кластерную организацию. Общий посыл стратегии верный, поскольку сегодня в этой индустрии наибольший потенциал развития в России просматривается именно в рамках интеллектуального направления. Тем более, что основная часть валовой добавленной стоимости в производстве игрушек формируется на стадии разработки, промышленного дизайна и маркетинга, тогда как доля непосредственного технологического изготовления не превышает 30-40%, то есть, российские компании, специализируясь на данной стадии, могут существенно сократить издержки, расширяя возможность предложения более конкурентоспособной цены. Этот процесс должен быть дополнен мощным маркетингом, ориентированным на создание отечественных брендов и национальных героев на этом рынке. В совокупности инновационное развитие отечественной индустрии детских игрушек, более плотная смычка с торговыми сетями, а также использование возможностей, которые еще сохраняются при текущей, но все же динамично изменяющейся конъюнктуре, позволят стимулировать процессы импортозамещения в отрасли, обеспечивая возможность выхода на запланированное двукратное увеличение внутреннего производства игрушек.

Перспективы активного развития на рынке российских производителей определяются несколькими причинами.

Во-первых, все еще не упущен шанс, поскольку нынешнее развитие рынка игрушек не соответствует его потенциалу и спросу. На это указывает

сохранение в розничной торговле открытого рыночного формата, незначительное развитие специализированных сетей, а также ограниченное число брендов на рынке.

Во-вторых, в настоящее время процесс развития детей пока слабо формализован и направляется самим рынком, он никем по-настоящему не поддерживается. Это свидетельствует о существовании ниши для создания образовательных программ и массового запуска социальных стимуляторов, позволяющих ребенку интегрироваться во взрослую жизнь. Это обуславливает необходимость разработки обучающих игрушек, а также соответствует общему тренду развития торговой инфраструктуры рынка, которая стремительно изменяется качественно. На рынке появляются детские центры, в которых ребенок погружается во «взрослую» адаптированную жизнь, получая, например, представление о разных профессиях за обучающими игрушками и играми. Российские компании должны «подхватить» этот тренд и максимально органично интегрироваться в растущую и перспективную рыночную нишу.

Все это позволяет положительно оценивать перспективы развития сбыта на данном рынке, который имеет высокий потенциал роста, имплицитно отраженный в сохраняющейся фрагментарности рынка [2]. Уже отмечался тот факт, что расширение конкурентной среды рынка сегодня происходит, в том числе, за счет создания детских отделов фешн-компаний, а также развития розничных проектов в других, непрофильных, бизнесах, например, аптечном.

В России потенциальная емкость рынка детских товаров расширена за счет большего числа детей (без учета США) и одновременно сужена за счет более низкого уровня душевого дохода, то есть, можно предположить, что на рынке сформировался отложенный спрос, а также имеет место преоблада-

ющий спрос, локализованный в различных ценовых сегментах, особенно нижнем. Индикатором этого является сохраняющийся открытый рыночный формат (вещевые рынки), медленно «отдающий» все большую часть выручки цивилизованной мультиформатной дистрибуции, то есть можно предположить, что сдвиг ценового позиционирования вверх на рынке в перспективе не будет резким по причине сохраняющейся ограниченности платежеспособного спроса. Поскольку в близлежащей перспективе не просматривается фундаментальных предпосылок для изменения соотношения в структуре спроса в сторону более дорогой продукции, мультиканальная дистрибуция, перераспределяя потоки покупателей с открытых рынков в свою пользу должна более активно развивать недорогие форматы продаж.

Вместе с тем этот тренд не является преобладающим, поскольку на рынке происходит одновременно ряд изменений, связанных с повышением качественных характеристик спроса. Широта этих изменений указывает на тот факт, что и само рыночное поведение российских производителей игрушек, и попытки стратегической проработки оптимальных направлений их развития в рамках стратегии развития индустрии детских игрушек в России должны быть максимально развернуты в сторону учета текущих и перспективных нарождающихся трендов.

В таблице 1 проведен SWAT-анализ особенностей современного рыночного положения компаний отечественной индустрии детских игрушек. Анализ позволил более четко структурировать возможности развития и экзогенные ограничения для потенциального развития на рынке, на фоне которых параллельно была сформулирована оценка сильных и слабых сторон отечественных производителей детских игрушек.

Таблица 1 — SWАТ-анализ конкурентоспособности отечественной индустрии детских игрушек на внутреннем рынке в 2013 г.

Потенциальные внутренние сильные стороны	Потенциальные внутренние слабости
Территориальная близость рынка сбыта, снижение транспортных расходов при поставке	Рост инфраструктурной нагрузки на бизнес и неконтролируемый на микроэкономическом уровне рост издержек производства и сбыта игрушек
Возможность инновационного развития производства игрушек в рамках кластерной организации	Низкий уровень интеграции производства и торгово-сбытовой инфраструктуры в условиях усиления конкуренции на консолидированных (ТЦ/ТРЦ) торговых площадках
Наработки и высокий потенциал развития интеллектуального направления в производстве развивающих игрушек	Ограниченная возможность кредитования дебиторской задолженности за счет собственных ресурсов (прибыли)
Нереализованные возможности создания отечественных брендов на рынке	Удорожание стоимости кредитных ресурсов, ограничивающее возможности технологической модернизации отрасли
Возможность увеличения уровня добавленной стоимости посредством развития промышленного дизайна игрушек	Дефицит готовых к инновациям профессиональных кадров
Расширение емкости рынка в недорогом сегменте игрушек за счет перераспределения покупательского трафика с открытых рынков	Невысокий уровень платежеспособности населения и низкая доля расходов на детские игрушки в потребительском бюджете
Возможности развития каналов сбыта в регионах при относительно более низком уровне конкуренции и специфических характеристиках модели потребления со стороны населения	Разрушение развитой промышленной инфраструктуры
Возможность повышения ценовой конкурентоспособности детских игрушек отечественного производства за счет корректировки системы налогообложения (расширение перечня детских товаров, подпадающих под ставку НДС 10%)	Ужесточение конкуренции в условиях развития новых каналов сбыта и расширения форматов дистрибуции
Борьба с нелегальным импортом детских игрушек, позволяющая ослабить их конкурентное преимущество в масс-маркете	Ограниченные возможности перехода от дифференцированной к интегрированной мультиканальной дистрибуции, связанного с капитальными инвестициями в развитие логистической инфраструктуры
	Технологическая отсталость отрасли, отсутствие современного оборудования
	Невыгодные условия реализации детских игрушек отечественного производства в торговых сетях, принимающих товар под реализацию или с существенными отсрочками платежа
	Появление новых форматов сбыта и детских направлений у фешн-операторов, а также расширение предложения компаний, репозиционирующих себя в качестве брендовых магазинов для всей семьи (включая детей)
	Высокая доля контрафакта и зарубежных операторов на российском рынке
	Слаборазвитая производственная инфраструктура и инновационный компонент индустрии
	Отсутствие развитых механизмов продвижения российской продукции

По результатам SWAT-анализа можно сделать вывод, что трансформация каналов дистрибуции на рынке детских игрушек происходит в крайне непростых условиях, когда усиление конкуренции и постепенная — нарастающая консолидация предложения на региональных рынках может сузить окно возможностей для расширения рыночного присутствия отечественных производителей на этих рынках. Все новые технологические возможности перехода к интегрированной мульт

тиканальной дистрибуции ограничены необходимостью увеличения инвестиций в распределительную инфраструктуру сбыта и логистику. Отсюда проблема недостаточной проработки вопросов интеграции производства и торговли в Стратегии развития индустрии детских игрушек до 2020 года приобретает более острую эмпирическую актуальность, требуя внесения обоснованных стратегических корректировок.

Таблица 2 — PEST-анализ рыночной среды отечественной индустрии детских игрушек в 2013 г.

Политические факторы	Влияние экономики
Ограниченность мер государственной поддержки, усиление которых имеет преимущественно конъюнктурный характер в рамках очередного избирательного цикла	В 2012-2013 гг. дефицит инвестиций как следствие несбалансированности восстановительного роста экономики ограничил возможности модернизации индустрии детских игрушек
Отсутствие ярко выраженной промышленной политики, в рамках которой были бы определены приоритеты развития отечественной индустрии детских товаров	Переход к социальному бюджету и рост фискальной нагрузки увеличили совокупные издержки производственного бизнеса, снижая конкурентоспособность его предложения на рынке
	Снижение динамики продаж, вызванное замедлением расширения доходов населения и ограниченными возможностями наращивания потребительского кредитования ¹ .
	Ограничение возможностей денежно-кредитной политики в части стимулирования экономического роста и повышения доступности банковского кредита для экономики (продолжение политики денежного сжатия)
	Недостаточная капитализация производства, значительное накопленное недоинвестирование.
Крайне эластичный уровень спроса на детские игрушки в структуре расходов на товары для детей	Диверсификация инноваций за счет эмоционального наполнения и усложнения позиционирования и представления игрушек в ритейле
Трансформация покупательских предпочтений в условиях инфраструктурного роста и технологического развития многоканальной и мультиформатной дистрибуции	Развитие новых технологий логистики в условиях развития офлайн-канала дистрибуции и формирования логистических систем интегрированной многоканальной торговли
Дефицит квалифицированных инженерных, научных и рабочих кадров в отрасли.	Дефицит предложения прорывных технологических решений, ориентированных на инновационное развитие отрасли.
Необходимость повышения уровня организации и развития торгово-сервисного обслуживания в каналах сбыта детских игрушек	

¹ В России замещение инвестиционного роста потребительски-ориентированным уже привело к формированию пузыря на рынке необеспеченного розничного долга. Соответственно возможности для расширения вклада потребительских кредитов в рост потребления весьма ограничены. Завышенный уровень российского частного потребительского долга в случае схлопывания рыночного фондирования может вызвать острейший дефицит ликвидности в банковской системе страны.

Проведенный анализ дополнен PEST-анализом конкурентной среды рынка, результаты которого, к сожалению, органично дополнили не очень позитивную картину перспектив и возможностей развития отрасли.

Все это свидетельствует о том, что перспективы развития отрасли в значительной степени определяются эффективностью менеджмента на микроэкономическом уровне в условиях крайне инертной идентификации приоритетов в промышленной политике. Логистика, снижение уровня издержкостности дистрибуции, формирование конкурентных преимуществ в условиях мультиформатной и многоканальной торговли имеют важное значение и требуют более тесной интеграции с маркетингом. Как было выяснено из исследования, рынок детских игрушек весьма специфичен, а организационно-инфраструктурная трансформация ритейла и каналов сбыта сильнейшим образом стимулированы подвижками в системе покупательских предпочтений.

Таким образом, работа в направлении повышения конкурентоспособности российских производителей детских игрушек требует совершенствования как

самого бизнеса, логистики, маркетинга и производства продукции, так и государственной поддержки данных направлений в рамках общей уже обозначенной на рынке траектории адекватной институционализации его торгово-сбытовой инфраструктуры.

Библиографический список

1. Детский ритейл растет и развивается // Практика торговли. — 2013. — №1.
2. **Петросьян, А.** Направления развития торгово-сбытовой инфраструктуры логистических каналов распределения продукции на отечественном рынке детских игрушек [Текст] / А. Петросьян // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 4.(44).

Bibliographical list

1. Children grow and develop retail // Practice trade. — 2013. — № 1.
2. **Petrosyan, A.** Trends of trade and marketing infrastructure logistics distribution channels in the domestic market of toys [Text] / A. Petrosyan // Bulletin of the Rostov State Economic University (RSEU). — 2013. — № 4.(44).

О.М. Пушкарь

РАЗВИТИЕ АГРОПРОИЗВОДСТВА КАК ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В ПРОДУКТОВЫЕ ЦЕПОЧКИ

Аннотация

В статье автор раскрывает основные проблемные аспекты интеграции сельскохозяйственных товаропроизводителей в продуктовые цепочки, базовым фактором повышения эффективности которой выступает проведение отраслевой политики в АПК, а также менее монетарно ориентированное макроэкономическое регулирование конкурентоспособности внутреннего производства. Именно в трансформации экономической политики автор видит возможность формирования конкурентного предложения в сформировавшихся каналах реализации сельскохозяйственной продукции, укрепления производственной базы АПК, развития интеграционных процессов и кооперации на селе.

Ключевые слова

Продуктовая цепочка, интеграция, кооперация, агропроизводство, каналы сбыта, экономическая политика, отраслевая политика.

AGRICULTURAL DEVELOPMENT AS A FACTOR IN INTEGRATION AGROCULTURAL PRODUCERS IN THE FOOD CHAIN

Annotation

The author reveals the main problematic aspects of the integration of agricultural producers in the food chain, the underlying factor for the effectiveness of which is the holding of sectoral policies in agriculture, as well as less monetary oriented macroeconomic management competitiveness of domestic production. It is in the transformation of the economic policy of the author sees the possibility of competitive offers in established channels of agricultural products, to strengthen the production base agribusiness development of integration processes and cooperation in the village.

Keywords

Grocery chain, integration, cooperation, agricultural production, marketing channels, economic policy, industrial policy.

Современная трансформация отечественного сельскохозяйственного производства сопровождается рядом эффектов его институциональной деформации, которая существенно ограничивает возможности эффективной организации товароснабжения внутреннего рынка со стороны агропромышленных предприятий страны.

Функционирование продовольственного сектора в России сегодня в значительной степени испытывает влияние различных сфер народного хозяйства на уровне его ресурсообеспечения, а также уровня развития рынка потребления. С одной стороны, можно констатировать, что развитие современной продовольственной системы характеризуется наличием множества различных каналов движения продукции или продуктовых цепочек. С другой стороны, эффективность функционирования этих цепочек остается достаточно низкой, а в сфере товарно-сбытовой кооперации поставщиков и розничной торговли имеет место широкий спектр нерешенных проблем. Часть этих проблем обусловлена низким уровнем развития производственной базы отечественного АПК. Другая часть – деформацией торгово-сбытовой инфраструктуры рынка сельскохозяйственной продукции, ин-

ституциональная эволюция самоорганизации которого в текущий момент не может быть признана удовлетворительной.

В логистике, а также экономике сельского хозяйства формируется широкая волна исследований, ориентированных на оценку процессов развития производственной инфраструктуры АПК, а также институциональных форм интеграции поставщиков в распределительную инфраструктуру рынка агропродукции. В этом направлении формируется новая, более системная методология исследований, опирающаяся на рассмотрение структуры продовольственной системы с позиций воспроизводственного процесса ее взаимосвязанных сфер и секторов. По мнению, в частности, ученых Зининой Л.И. и Глуховой Т.В., реализация данной методологии должна исходить не просто из наличия связей между специализированными стадиями производства, распределения и потребления продовольствия, а акцентировать внимание:

- «на их органическом соединении в единую систему элементов, связанных функционально, организационно и экономически;

- на активизации формирования горизонтальных и вертикальных инте-

гированных корпоративных формирований по производству конечного продукта из сельскохозяйственного сырья» [4, с.3].

По сути, речь идет о реализации логистического подхода, который бы позволил решить две задачи:

- определить потенциальные возможности и направления построения сквозной логистической системы в сфере агропроизводства;

- идентифицировать возможности внутренней институциональной (межхозяйственной) интеграции в АПК, реализация которой позволит повысить уровень развития сельскохозяйственного производства и его рыночной устойчивости, формируя более широкие предпосылки для товарно-сбытовой кооперации в сфере обращения.

Однако в реальной рыночной практике наблюдается более сложная картина, когда монополизация рыночного пространства и концентрация торгового капитала явно контрастируют на фоне менее интенсивного развития и укрупнения сельскохозяйственного производства. Имеющиеся институциональные и технологические разрывы, как отмечает ученый Р.А. Исянов, «являются следствием незавершенности рыночных преобразований на селе из-за бездействия региональных и федеральных органов власти. Бывшие колхозы и совхозы после их реорганизации так и не стали рыночными бизнес-структурами» [5, с.188].

Следовательно именно неэффективность рыночного преобразования и реформирования отечественного АПК обуславливает углубление процесса трансформации сельскохозяйственных структур, которые испытывают дефицит инвестиций и имеют крайне низкий уровень рентабельности по причине сохраняющегося диспаритета цен на ГСМ, сырье и готовую продукцию.

Вместе с тем в торговле наблюдается интенсивный технологический рост

дистрибуции, развитие сбытовой инфраструктуры, которая, как отмечает Алтухов В.А., в большей степени приспособлена только для продвижения зарубежного продовольствия [2, с. 49]. Масштабы ее роста стимулируют появление более радикального видения происходящих изменений, в рамках которого вполне адекватной выглядит идея создания отечественной товаропроводящей сети с участием государства.

Уровень разрыва в развитии сбытовой и производственной инфраструктуры рынка сельскохозяйственной продукции, постепенное свертывание открытого торгового формата в сегменте FMCG указывают на тот факт, что производство и сбыт развиваются относительно обособленно, а снижение эффективности их организационно-экономической конвергенции по большому счету «не работает» на устранение сложившегося несоответствия.

Этот вывод абсолютно верифицирован с точки зрения реального положения вещей в сфере производства и реализации сельскохозяйственной продукции и лишней раз подчеркивает тот факт, что разноскоростное развитие основных базовых процессов в экономике способно усилить ее институциональную асимметрию, которая не всегда может быть снята в рамках автономного функционирования рыночных институтов.

«Следует считать закономерностью, что высокие требования рынка продовольствия (объемы, качество, ассортимент, сроки поставки) должны обуславливать развитие и углубление межотраслевых связей в продовольственной системе и тем самым способствовать ее преобразованию из организационно неопределенного формирования в высокоинтегрированную структуру с хорошо выраженными и преобладающими системными свойствами — в единую производственно-экономическую систему» [4, с.7].

Однако такая прогрессивная каузальность, де факто не просматривается. Более того в ее теоретически лаконичной трактовке, приведенной выше, допущена инверсия. Более нормальной представляется ситуация, когда производство первично, а сбыт вторичен. Однако это правило уже давно не отвечает эмпирической данности современного развития рынка, но и не это главное. Главное состоит в том, что в условиях экспансивного роста сферы обращения агропроизводство не обладает достаточной ресурсно-технологической базой, позволяющей адаптироваться к требованиям рынка и сформировавшимся на нем доминантным каналам сбыта.

«Нельзя сказать, что государство не осознает остроты этой проблемы, однако предпринимаемые им попытки решить ее слишком прямолинейны и вряд ли смогут привести к желаемому результату.

Инициаторы регулирования не учитывают тот факт, что ни качественные, ни количественные, ни ценовые характеристики произведенной фермерами продукции не соответствуют бизнес-модели розничных сетей, поэтому все усилия государства по их введению в сетевой ассортимент будут наталкиваться на сопротивление» [6, с.139].

Принятие Закона о торговле в 2009 г. не обеспечило сбалансированность переговорных позиций поставщиков и торговых сетей на экономическом уровне. Рынок отчетливо показал, что разрыв в уровне рыночной власти и доминантности позиции не возможно ламинировать директивным путем. Это направление фактически закрывает окно возможностей для построения равновесной конфигурации цепей поставок по причине того, что эти цепи апостериори создаются торговыми сетями и ими же контролируются. Неудачная попытка отрегулировать отношения в рамках товарно-сбытовой кооперации

звеньев извне лишь показала слабость и неправильность самого подхода.

АПК в его современном состоянии требует прямого решения накопившихся проблем, которое находится в плоскости формирования более эффективной индустриальной политики и стратегии развития. Ее основные компоненты:

- обеспечение доступа к длинным и недорогим кредитным ресурсам;
- избирательное субсидирование сельскохозяйственного производства;
- фискальное стимулирование развития агробизнеса;
- повышение инвестиционной привлекательности рыночной инфраструктуры товародвижения в АПК;
- формирование предпосылок и условий для развития агропромышленной кооперации интеграции как базовый институциональный импульс для консолидации — укрупнения и усиления агробизнеса;
- проведение внятной долгосрочной отраслевой политики в сфере агропроизводства, позволяющей фермерским хозяйствам просчитывать отраслевые риски, которые должны быть на приемлемом уровне.

Таким образом, можно констатировать необходимость изменения результирующего вектора направлений развития современного сельского хозяйства, инвестиционное насыщение которого, модернизация и расширение форм межхозяйственной кооперации и интеграции способны повысить уровень конкурентоспособности и более эффективно интегрировать поставщиков агропродукции в существующие каналы сбыта.

Как научная рефлексия, так и программные стратегические документы должны содержать ярко выраженный акцент — крен в сторону развития производственных и кооперативных отношений на селе. Необходимо заниматься решением корневых базовых вопросов,

а не декоративной корректировкой их институциональных следствий.

Однако именно в рамках наиболее актуальных аспектов развития АПК в системе стратегического видения власти обнаруживаются серьезные концептуальные недоработки.

«Среди главных причин недоразвитости современной системы сельскохозяйственной кооперации в России — почти полное отсутствие государственного видения перспектив ее развития» [7, с.53]. То есть, отраслевые ведомства страны не имеют твердого представления о том, каким образом развитие кооперационного взаимодействия на селе может обеспечить повышение эффективности агропроизводства. Институциональная специфичность кооперации, как подчеркивает ученый Р. Янбых, замещена предельно гладкими формулировками, которыми могут быть одинаково успешно маркированы различные мероприятия аграрной политики [7].

Вместе с тем именно в аспекте межхозяйственной кооперации и интеграции в рамках современных форм корпоративной организации производства достигается органическое объединение различных звеньев производственно-сбытовой цепочки, формирование фирменных сетей оптовой и розничной торговли. С точки зрения логистики, такая форма интеграции сегодня весьма эффективна, поскольку в качестве фактора накопления в ней выступает не столько рост цен, сколько сокращение издержек и увеличение физических объемов товарного выпуска.

Необходимо учитывать тот факт, в АПК уже формируются мощные рыночные структуры, которые образуют весьма эффективную систему сбыта и успешно интегрируются в имеющиеся на рынке цепи поставок. Более того, в эмпирическом пределе (или концептуально рафинированном виде) «вертикально интегрированная корпорация обладает своей сбытовой инфраструк-

турой и общенациональной фирменной торговой сетью, благодаря чему исключаются посреднические звенья между производством и розничной торговлей товарами конечного потребления» [3, с.3].

Дальнейшее эффективное развитие интеграционных процессов в системе отечественного агропроизводства в значительной степени будет детерминировано стратегическими инициативами государства, которое должно сформировать преференциальные условия развития села и повысить эффективность макроэкономического регулирования — стимулирования внутреннего производства.

Надо признать, что автономный механизм самоорганизации сегодня не является эффективным, поскольку в системе отраслевого хозяйства страны имеет место деформация межотраслевых пропорций воспроизводства, которая не может быть нивелирована естественно-эволюционным путем вне регулятивного вмешательства государства. Широкий спектр сложностей построения эффективной системы товароснабжения внутреннего рынка продовольственными товарами обусловлен разностью экономических потенциалов сферы агропроизводства и обращения.

Снижение доходов населения, повышение уровня долговой нагрузки домохозяйств постепенно будут смещать спрос в нижний ценовой сегмент, ужесточая требования к качеству и стоимости сельскохозяйственной продукции, оптимизации затрат в цепочках поставок. Этот тренд может вызвать дополнительное напряжение в процессе контрактации и организации поставок в розничную торговлю. Нельзя забывать о том, что вступление в ВТО формирует угрозу мгновенного роста импорта, который может заместить конкурентно ослабленные отечественные продовольственные товары, постепенно вытесняя их с рынка [1].

Это ставит перед предприятиями АПК и пищевой промышленностью страны задачу ускоренной модернизации, которая потребует привлечения инвестиций, а значит доступа к недорогим длинным кредитам. Необходимо выпукло подчеркнуть, что уже многие годы значительное число проблемно-ориентированных отраслевых исследований неизменно завершается обоснованием ограниченности потенциала повышения конкурентоспособности отечественного, в том числе и агробизнеса на микроэкономическом уровне.

Вектор критической оценки реальной рыночной фактографии неумолимо смещается в сторону выявления резервов и направлений корректировки экономической политики государства, которая раскачивает ценовую волатильность рынка, подрывает макроэкономические и институциональные основы долгосрочного роста, дестабилизируя как спрос, так и предложение.

Резервы сокращения уровня потребительской инфляции уже давно покинули зону монетарных регуляций и в большей степени зависят от изменения системы ценообразования на транспорте, в энергетике и коммунальном хозяйстве. Надо обратить внимание на тот факт, что торможение темпов индексации тарифов в 2013-2014 гг. было продиктовано запредельным повышением их относительного уровня, снижающим конкурентоспособность отечественного производства относительно США и Европы. Понятно, что сам вектор такого роста уже давно был контрпродуктивным и усиливал инфраструктурную нагрузку на бизнес, однако давал дополнительный приток денежных средств в казну.

Вне всяких сомнений избыточная концентрация макроэкономической политики на снижении инфляции и следовании монетарным императивам сегодня контрпродуктивна. Ее параметры (инфляция, обменный курс, учетная

ставка), равно как и параметры фискальной политики должны быть максимально адекватны решению задачи обеспечения долгосрочно высоких темпов роста экономики страны.

Именно здесь аккумулирован резерв повышения ее конкурентоспособности, нивелирования институциональных разрывов между производством и торговлей, финансовой сферой, которые автоматически воспроизводятся в системе межотраслевого взаимодействия, закрепляют его асимметрию. АПК, равно как и многие другие сектора, работающие на внутренний рынок, находятся в полной зависимости от этих процессов. Ее ослабление требует предметного расширения оптики современных логистических исследований, маркетингового анализа, которые должны более рельефно выделить границу автономных возможностей бизнеса и показать потенциал их мультипликации в результате переопределения стратегических императивов макроэкономического развития страны.

Библиографический список

1. **Акопова Е., Панасенкова Т.** Некоторые экономические аспекты развития отечественной экономики в условиях членства в ВТО [Текст] / Е. Акопова, Т. Панасенкова // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — №1-2.(42).
2. **Алтухов В.** Сибирские аграрии: «Мы ждем перемен» [Текст] / В. Алтухов // ЭКО. — 2013. — №3.
3. **Дасковский В., Киселев В.** Разрушение организационной структуры народного хозяйства [Текст] / В. Дасковский, В. Киселев // Инвестиции в России. — 2013. — №12.
4. **Зинина Л., Глухова Т.** Организация и регулирование продовольственного обеспечения региона [Текст] / Л. Зинина, Т. Глухова // Региональная эко-

номика: теория и практика. — 2014. — № 8 (335).

5. **Исянов Р.** Рыночная трансформация аграрного сектора не завершена, деградация села продолжается [Текст] / Р. Исянов // ЭКО. — 2013. — №8.

6. **Котляров И.** Инструменты обеспечения доступа фермеров к рынкам сбыта [Текст] / И. Котляров // Вопросы экономики. — 2013. — №3.

7. **Янбых Р.** О концепции развития кооперации на селе на период до 2020 г. [Текст] / Р. Янбых // Экономическое развитие России. — 2013. — №5.

Bibliographical list

1. **Акопова Е., Т. Панасenkova.** Some economic aspects of development of the national economy in terms of membership in the WTO [Text] / E. Akopova, T. Panasenkov / / Bulletin of the Rostov State Economic University (RSEU). — 2013. — № 1-2.

2. **Altukhov V.** Siberian farmers: "We are waiting for change" [Text] / V. Altukhov // IVF. — 2013. — № 3.

3. **Daskovsky V. Kiselev V.** Destruction of the organizational structure of the national economy [Text] / V. Daskovsky, Kiselev // Investments in Russia. — 2013. — № 12.

4. **Zinin L. Glukhova T.** Organization and regulation of the Food security in the region [Text] / A. Zinin, T. Glukhova // Regional Economy: Theory and Practice. — 2014. — № 8 (335).

5. **Isyanov R.** Market transformation of the agricultural sector has not been completed, the degradation of the village continues [Text] / R. Isyanov // IVF. — 2013. — № 8.

6. **Kotliarov I.** Tools for farmers' access to markets [Text] / I. Kotliarov // Problems of Economics. — 2013. — № 3.

7. **Yanbyh R.** On the concept of cooperatives in rural areas for the period up to 2020 [Text] / R. Yanbyh // Russia's economic development. — 2013. — №5.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В.А. Багирян

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В СИСТЕМЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В статье характеризуется актуальность развития международного туризма, дано определение понятию международная торговля услугами, рассмотрены основные составляющие международного туристского бизнеса.

Ключевые слова

Международный туризм, международная торговля услугами, туристский бизнес, туристская индустрия, туристский продукт, туристская инфраструктура, туристская услуга.

V.A. Bagiryani

INTERNATIONAL TOURISM IN THE SYSTEM WORLD ECONOMY

Annotation

The article characterizes the relevance of international tourism development, defines the concept of international trade in services, the basic components of the international tourism business.

Keywords

International tourism, international trade in services, tourism business, tourism industry, tourism product, tourism infrastructure, tourist services.

Особенностью сегодняшнего мирового рынка является то обстоятельство, что уже за прошедшие тридцать лет важность туристических услуг, их положение во внутреннем валовом продукте (ВВП) преимущественно развитых государств изрядно усилились. Резкое прогрессирование сферы туристических услуг осуществилось благодаря образованию крупного туристического комплекса: действуют систематические трансконтинентальные туристические маршруты², организованы международные гостиничные цепочки, что привело

к потребности изучения рынка, а это в свою очередь вызвало сосредоточение на уточнении потребительских предпочтений в исследуемой области. Туристические маршруты распространяются в действительности по всему миру. Благодаря оптимистичным сценариям прогрессирования мирового туризма возникли государственные, областные программы по продвижению туристского сервиса, предполагающего наращивание сетей гостиниц, туристских перевозок, развлекательного комплекса и пунктов социального питания для настоящего возмещения потребности клиента.

Туризм представляет собой одну из важнейших и в наибольшей степени активно развивающихся областей мировой экономики. Он стал развиваться благодаря экономическим явлениям прошедшего столетия.

² Трансконтинентальные туристические маршруты осуществляются с использованием конкретных видов транспорта, транспортных коридоров, в том числе воздушных систем обеспечения движения транспорта, что представляет собой инфраструктуру в существующей современной трактовке как комплекса взаимосвязанных обслуживающих структуру, составляющих основу для решения той или иной задачи.

Согласно представленным данным Всемирной туристской организации и ВТО, в 2001 году туризм занимал четвертое место во всемирном экспорте товаров и услуг (560 млрд. долларов, или 7,4%), при этом сдавая позиции экспорту химической, автомобильной продукции и топливу. Согласно сценариям развития Всемирной туристской организации, уже в ближайшем десятилетии рост туризма сохранится, и к 2020 году количество международных туристских прибытий возрастет в 2,2 раза, в сравнении с 2002 годом, вместе с тем прибыль от туризма также возрастет — в 4,2 раза. [21].

В большинстве стран международный туризм — это важный источник для формирования валового внутреннего продукта, образования новых рабочих мест, обеспечения занятости населения. Он представляет собой основу валютных поступлений в бюджет государства.

На сегодняшний день Российская Федерация, располагая огромными туристско-рекреационными резервами, занимает невесомую роль на мировом рынке туристских услуг (приблизительно 1% от мирового турпотока), однако следует отметить, что существующий потенциал предоставляет (при должном уровне подъема туристской индустрии) встречать около 40 млн. зарубежных туристов в год, в сравнении с 9,2 млн человек на сегодняшний день.

Интегрирование России в мировое хозяйство происходит благодаря динамичному развитию выездного туризма, возрастанию въездного туристического потока в страну, трансформации туризма в активно процветающий вид отечественной торговли и немаловажную вид внешнеэкономических связей для страны и ее регионов.

Благодаря нарастающей роли международного туризма, представляющего собой своеобразную форму международной торговли услугами, которая

может стать результативным инструментом экономического, культурного и общественного развития как в отдельных странах и их регионах, так и в России.

Международная торговля услугами (МТУ) — является своеобразной формой международных хозяйственных отношений, благодаря чему осуществляется обмен услугами между производителями и потребителями в разных странах [10]. Этот вид международных экономических отношений стал своеобразным в связи с тем, что его предметом является «услуга».

Понятие «услуга» имеет множество определений. Классификатор «Свободных всемирных операций, по работе с услугами», разработанный Мировым банком и ЮНКТАД, определил понятие «услуга» как «результат какого-либо действия, который будет обязательно осуществлен при взаимодействии поставщика и потребителя».

При этом следует иметь в виду, что услуги нематериальны, их нельзя увидеть, осязать или хранить. Именно за эти свойства, присущие услугам, они и получали свое название как невидимый экспорт и импорт. Нельзя не заметить, что все-таки есть услуги, являющиеся видимыми, к примеру, услуги, предлагаемые в химчистке, проявление фотографий, осязаемыми, например, услуги, связанные с заполнением документов бухгалтерской отчетности.

Потребление услуг близко связано с производством этих же услуг, и в большинстве случаев эти операции совпадают по срокам и по положению. Таким образом, для осуществления этих обменных процессов, необходимо, чтобы за границей находился производитель услуг или зарубежных потребителей в стране, где производится услуга. Но в этом случае имеется множество исключений, к примеру, автоматическое предоставление денег выданной пластиковой картой в банкомате.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что в широком смысле слова, услуги – это «различные формы деятельности, не владеющие материального обладателя в своем видимом виде» [7, с. 96].

Много лет услуги считались «неторгуемыми товарами», то есть товарами, потребляемыми в той стране, где они непосредственно производятся. Но в результате развития всемирных торговых отношений, некоторые услуги были включены во всемирный оборот и услуги стали называться «торгуемыми», которые Международный валютный фонд (МВФ) предлагает включать в платежные балансы стран.

Согласно справочнику МВФ по образованию платежного баланса «торгуемые» услуги делятся на данные виды:

- 1) транспорт (пассажирский, грузовой);
- 2) поездки (деловые, личные);
- 3) связь (почтовая, курьерская, телефонная и иная);
- 4) строительство;
- 5) страхование (рисков, личное);
- 6) финансовые услуги (брокерские услуги, обмен валют);
- 7) компьютерные и информационные услуги (обработка данных, обслуживание компьютеров);
- 8) роялти и другие лицензионные платежи;
- 9) другие бизнес - услуги (посредничество, лизинг, правовые, прочие деловые, профессиональные и технические услуги);
- 10) лицензионные культурные и рекреационные услуги (аудиовизуальные выставки);
- 11) правительственные услуги.

Услуги делятся по способам предоставления их потребителю:

— услуги, относящиеся к вкладам (банковские, гостиничные, профессиональные);

— услуги, относящиеся к торговле (транспорт, страхование);

— услуги, относящиеся к инвестициям и торговле (связь, строительство, личные, рекреационные услуги, компьютерные и информационные услуги).

В зависимости от потребления факторов производства услуги подразделяются на:

- факторные — платы, формирующиеся в результате международного движения факторов производства (например, доходы на инвестиции);

- нефакторные — прочие виды услуг (транспорт, путешествия).

Мировые соглашения, совершающиеся с услугами, систематизируются в зависимости от того, как ведут себя продавец и покупатель услуг, от того, происходит ли перемещение услуг через границу.

Трансграничная поставка — представляет собой положение перемещения через границу только услуги, без перемещения продавца и покупателя. Ярким примером такого способа перемещения может служить оказание юридических услуг из-за границы с помощью средств связи.

Перенесение потребителя или потребление за границей представляют собой вид доставки, с помощью которого потребитель, находящийся в одной стране, приобретает и потребляет услуги в другой стране. Этот метод поставки услуг используется, как правило, при вывозе рекреационных туристских, транспортных, медицинских, учебных, и иных услуг.

В данном контексте имеется и рыночное присутствие, например, если организация, которая предоставляет услуги, перемещается через границу и, находясь уже в другой стране, открывает дочернюю фирму, при помощи которой и будет осуществляться предоставление услуги. Однако следует отметить, что границу потребитель и услуга не пересекают.

Услуги, которые предоставляют физические лица — это способ поставки, заключающийся в участии людей, приезжающих в страну прибытия ее потребителя.

Важными частями международного турбизнеса, являются: международным туризм, туристский регион, туристская отрасль, инфраструктура туризма, туристские услуги.

Для задач международной статистики Конференция ООН по мировому туризму представила определение туристов как «предварительные клиенты, которые находятся в той или иной стране не менее 24 часов; причем путешествуют они с разными целями: удовлетворение потребностей в отдыхе, образовании, религии, спорте; путешествуют с деловыми целями (различного рода командировки, участие в конференциях, иных мероприятиях)» [5, с. 256]. Вместе с тем существует понятие «временный посетитель», под этим понятием подразумевают перемещение туриста в любую другую страну, кроме страны его постоянного места жительства, в связи со своей работой, деловыми целями [там же]. Кроме туристов, к так называемым «временным посетителям» относятся экскурсанты, то есть лица, которые находятся в стране пребывания меньше суток.

Сегодня в научной литературе нет точного определения туризма, однако имеется много взглядов по толкованию основ туризма и его составляющих.

Манильская декларация по мировому туризму (1980) определяет туризм как деятельность, которая важна для благосостояния народов, так как оказывает непосредственное влияние на экономическую, социальную, образовательную, культурную сферы жизни общества и государства и отношений между ними [20].

Законодательство Российской Федерации определяет туризм как «временные выезды» (путешествия) граждан... с

их постоянного места жительства в различных целях: рекреации, деловых, образовательных, религиозных, спортивных, без осуществления в этой стране коммерческой деятельности [4, с. 49].

Согласно мнению автора серии книг «Менеджмент туризма» Л.И. Ликичевой [5, с. 256], «туризм (от франц. «прогулка, «поездка») представляет собой экскурсии путешествующих как активный вид отдыха, используемый во многих странах множеством людей».

Глобальный кодекс этики туризма, принятый в 1999 г. XXIII сессий генеральной ассамблеи ВТО определил «туризм...как ведущий способ самостоятельной и общественной самореализации». Он представлен как ценный фактор самообучения, образования и развития, толерантности, по отношению к другим культурам, странам, обычаям и религиям [15]. В данном кодексе отмечено, что «любое право на туризм есть не что иное, как право на рекреацию и удовольствия...» [там же].

По мнению д.э.н., профессора Н.И. Кабушкина [8], «туризм — раздел экономики, который содержит в себе работу туристских организаций, турагентств».

Определение, сформулированное Международной ассоциацией научных экспертов в сфере туризма, туризм — социально-экономическая категория, являющаяся совокупностью связей, отношений и явлений при перемещении людей на территориях стран, отличных от их места жительства и не относящихся к их трудовой деятельности.

Более точное определение туризма сформулировано в Гаагской декларации (1989). В данной декларации туризм определяется как специфический вид деятельности, играющий важную роль в жизни людей, в их благосостоянии, трансформировавшийся в ведущую форму использования активного отдыха людей [11].

Следовательно, необходимо рассматривать туризм как:

- специфический вид деятельности;
- форму использования активного отдыха.

Туризм как специфический вид деятельности нацелен на то, чтобы туристские организации предоставляли разнообразные услуги и товары, увеличивая туристский спрос и как следствие, удовлетворяли потребности клиентов в культуре, отдыхе, оздоровлении. Под туризмом понимается вид расходования свободного времени туристами, который включает в себя путешествия, пребывание туристов в местах, находящихся за пределами их постоянного места жительства с различными целями и задачами, в течение промежутка времени, не превышающего одного года.

Признаки, характерные для данного определения туризма:

- выезд туристов за пределы постоянного места жительства. Определение «постоянное место жительства» содержит в себе место, где человек постоянно проживает, и объекты, которые представляют для туриста обычной средой обитания, причем частота посещения туристом этих мест от этого не зависит;

- длительность нахождения. Следует иметь в виду, что туризму свойственен временный характер пребывания — до одного года;

- цель путешествия. Данный признак является отличительным от всех других поездок. Рекомендации, предложенные ВТО, интегрируют туристские цели в шесть блоков:

отдых, развлечения, свободное времяпрепровождение; встречи со своими знакомыми и родственниками; официальные и профессиональные цели; восстановление сил, лечение; паломничество, религиозные цели; другие туристские цели.

Много критериев классификации туризма рассматриваются в российской научной и учебной литературе.

Предложенная д.э.н., профессором А.П. Дуровичем классификация основывается на том, что туризм делится на формы, типы, виды и категории [3, с. 304].

Деление туризма на типы основывается на национальной принадлежности туристов. Выделяют следующие типы туризма:

- внутренний, включающий путешествия туристов в пределах страны их постоянного места жительства;
- выездной, который включает в себя передвижение лиц из постоянного места жительства в какую-либо другую страну;
- въездной, это путешествия туристов за пределы страны их постоянного места жительства.

Благодаря сплетению типов туризма можно получить разные комбинации, представляющие собой категории туризма:

- туризм, включающий внутренний и выездной туризм — в пределах страны;
- национальный, сочетающий в себе внутренний и выездной туризм;
- международный туризм, включающий в себя въездной и выездной туризм.

В зависимости от того, каковы цели путешествия, выделяют следующие виды туризма: восстановительный, лечебный, профессиональный, деловой, религиозный, этический, транзитный.

Благодаря формам туризма разрабатывается тур для туриста и его обслуживания. Выделяют индивидуальную и коллективную формы туризма.

Групповой туризм представляет собой поездки туристов, (из шести и более лиц), путешествующих на единых условиях и по единому маршруту. Таким образом, туризм рассматривают как

туристический бизнес и как форма свободного времяпрепровождения.

Надо рассмотреть содержание категорий туризма.

Туриндустрия сочетает в себе предприятия, которые обеспечивают производство, обмен и потребление туристских услуг, создание материально-технической базы туризма [9].

Туристский регион – это не что иное, как географическая зона, имеющая во владениях туристские ресурсы, необходимые данные для встречи туристов и располагающая необходимым набором услуг, чтобы удовлетворить возникающие потребности клиентов.

Туристским регионом может являться как город, так и целый альянс стран. На самом деле это различие обусловливается от того, каковы специфические потребности туристов и с какой целью они посещают регион. Чтобы объяснить определение «туристский регион», необходимо детализировать его на уровни: мега-уровень (мировые экономики стран); макро-уровень (страны); мезо-уровень (национальные туристские зоны); микро-уровень (включает города, области, края).

Шесть туристских регионов, выделены Всемирной туристской организацией:

- Европейский. В данный регион включены страны Европы, а также бывшие республики СССР, государства Восточного Средиземноморья;

- Американский. В него входят страны Южной, Центральной и Северной Америки, зона Карибского бассейна.

- Азиатско-Тихоокеанский. Данный регион интегрирует страны Австралию и Океанию, Восточную и Юго-Восточную Азию.

- Африканский. Включает в себя все страны Африки, за исключением Египта и Ливии.

- Южно-Азиатский. В него входят страны Южной Азии.

- Ближневосточный. Представлен Египтом и Ливией, а также странами Западной и Юго-Западной Азии.

«Туристский рынок» — представляет собой систему отношений, в которой происходит преобразование туристских услуг в деньги, и наоборот [16].

Туристский продукт — это организованное сочетание туристских работ, услуг, благодаря которым становится возможным потребление туристских услуг [21].

Туристская инфраструктура — это цепь сооружений наземного и подземного характера (канализация, водопровод, газопровод, автострады, парковки, автостоянки, вокзалы, аэропорты, автострады, курортные сооружения, учреждения развлекательного характера), которые являются незаменимым звеном для жизнедеятельности туристов.

Участие туристской фирмы в осуществлении туристской поездки называется организованным туризмом. Для данного вида туризма характерны четко организованные и согласованные детали поездки. Туристы точно знают маршрут своего путешествия, в какие сроки они прибывают, и объем предоставленных им услуг (проживание, питание, экскурсии).

Вместе с организованным туризмом существует и неорганизованный туризм, для которого характерна самостоятельность и самообслуживание. Данный вид туризма позволяет туристам самим выбирать маршрут своего следования, продолжительность времени путешествия, проживание, питание, экскурсии.

Туристская услуга — комплекс мер в области туристского обслуживания, при котором все направляется на то, чтобы удовлетворить потребности туриста или экскурсанта [20]. В туризме таким характерным примером могут являться услуги по питанию туристов, их размещению, услуги гида, экскурсионное обслуживание.

Чтобы в туризме осуществлялось все в установленном законном порядке, непременно соблюдались организацией действия для реализации туристских поездок и существуют так называемые для этого «Туристские формальности» [3, с. 304].

Коммерческий туризм стремится к своей главной цели — извлечению прибыли, пытаясь вместе с тем установить наилучшее равенство между стоимостью туристского продукта и величиной издержек. Когда такое происходит, услуги, которые предоставляют туристские организации, в основном рассчитаны для лиц или семей со средним или высоким уровнем дохода, поэтому весь груз, связанный с оплатой, возлагается на личный или семейный бюджет.

Вместе с коммерческим туризмом существует и социальный туризм, необходимый для удовлетворения туристских потребностей той категории населения, которая является в меньшей степени обеспеченной (молодежь, школьник, пенсионеры), а также граждане (ветераны труда, войны), для которых оказывается поддержка государством, благотворительными и негосударственными фондами. Все эти издержки финансируются из средств, отводимых для различных социальных потребностей.

Внутренний туризм представляет собой вид деятельности, который связан с подготовкой поездок для лиц в пределах страны, регулярно проживающих в этой стране.

Международный туризм — деятельность, направленная на реализацию путешествий и проживания жителей с туристскими целями из одной страны на территорию другой. Однако существует различие между внутренним туризмом и международным, отличие заключается в том, что для второго характерно пересечение государственной границы туристами. Пересечение границ туристами реализуется с помощью соблюдения туристских формальностей (визовых, пас-

портных, таможенных, валютных, санитарно-эпидемиологических).

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что туризм это — вид бизнеса, направленный на предоставление туристских услуг, а также способ использования свободного времяпрепровождения туристов на территории, находящейся за пределами их постоянного места жительства с различными туристскими целями в течение периода, не превышающего года.

Международный туризм — особый вид международной торговли услугами, характерная форма туризма, связанная с пересечением туристами государственных границ и соблюдением различных туристских формальностей (визовых, паспортных, таможенных, санитарно-эпидемиологических).

На сегодняшний день туризм представлен как один из основных видов международной торговли услугами.

Библиографический список

1. Головнин А. Сомнительная концепция.//Турифо.-2002.-№ 28.-С. 2
2. Государственный подход. Новая концепция сохранения санаторно-курортного потенциала страны.//Туризм: практика, проблемы, перспективы.-2004.-№ 1.-С. 38-39.
3. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. — М.: Финансы и статистика, 2003.-304 с.
4. Дворецкий А.Н. Перспективы развития рынка туристских услуг России.//Внешнеэкономический бюллетень.-2002.-№ 9.-С. 47-55.
5. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме.-М.: Финансы и статистика, 2003.-256 с.
6. Долженко Г.П. Туристские ресурсы России в свете развития международного туризма.//Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки.-2—1.-№ 1.-С. 100-104.
7. Долженко Г.П., Сухов Р.И. Некоторые экономико-географические харак-

теристики туристских фирм Ростовской области. // Эколого-географический вестник Юга России. - 2000. - № 3. - С. 95-99.

8. <http://www.auto.ru>

9. <http://www.donland.ru>

10. <http://www.gks.ru>

11. <http://www.gov.ru>

12. <http://www.icss.ac.ru>

13. <http://www.programs-gov.ru>

14. <http://www.oecd.ru>

15. <http://www.rastinfo.ru>

16. <http://www.rtg.ru>

17. <http://www.systema.ru>

18. <http://www.tacisinfo.ru>

19. <http://www.tpnews.ru>

20. <http://www.unctad.org>

21. <http://www.world-tourism.org>

22. <http://www.wttc.org>

А.И. Гуськов

ВОЗМОЖНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ РЫНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОГО ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В РЕГИОНЕ

Аннотация

В статье на убедительных примерах раскрывается роль государственного маркетинга в российских условиях применительно к формированию рынка органического продовольствия в регионе. Предложены научно обоснованные организационные мероприятия, нацеленные на развитие данного рынка и защиту интересов потребителей в регионе.

Ключевые слова

Государственный маркетинг, экологический маркетинг, экологически чистые продукты питания, рынок органического продовольствия

A.I. Gouskov

THE ABILITY OF PUBLIC MARKETING IN THE FORMATION OF ORGANIC FOOD REGIONAL MARKET

Annotation

In the article on convincing examples author reveals the role of government marketing in Russian conditions in convenience of organic food market formation in the region. The author proposes scientific and reasonable organizational activities for market development and for consumers interests protection in the region.

Keywords

State marketing, environmental marketing, organic food, organic food market

Произошедшее вступление России в ВТО, как следствие, усиление конкуренции на рынках товаров и услуг, отмечаемое рядом авторов [1], а также изменение «правил ведения бизнеса» в экономически развитом мире в смысле

его большей социальной ориентации, проявление социально-ориентированной маркетинговой концепции, в том числе его важной составляющей, такой как экологический маркетинг, осознанной и призванной к

жизни из-за угрозы серьезного нарушения экологического баланса и продовольственного кризиса, актуализируют постановку вопросов востребованности экологического маркетинга в Российской Федерации и ее регионах, развивающихся в фарватере общемировых тенденций. Определенный интерес к указанной проблематике заметен на страницах научной литературы [2].

Прямое заимствование и непосредственная адаптация к национальным условиям в конкретных регионах апробированного в зарубежной практике маркетингового инструментария в рамках социально-ориентированного экологического маркетинга представляются невозможными в силу определенной специфики развития экономики и ментальности населения, отражающейся на практике ведения бизнеса в российских условиях.

По вышеуказанным обстоятельствам разворот маркетинговой активности в сторону социальной ориентации и внедрения экологического маркетинга в практику российского бизнеса и потребительского сектора экономики может быть успешно осуществлен при активной роли государственных органов управления в части создания институциональных условий и практических шагов по управлению бизнес-активностью на принципах маркетинга на всех уровнях (федеральном, региональном, локальном).

Таким образом, представляется, что только при посредстве государственного маркетинга возможна серьезная постановка вопросов:

- о социальной ответственности предпринимателей, занятых в производстве и реализации продуктов питания в регионах, предназначенных для разных слоев населения;

- о создании единых для всех правил создания и выведения на рынок продовольственных товаров, характери-

зующихся относительной экологической чистотой.

Эти обстоятельства актуализируют разработку проблемы применения маркетингового инструментария в области производства и продвижения экологически чистой продукции, степени участия государственного маркетинга в разработке конкретных условий его использования в регионах.

В этой связи исследовательская задача статьи состоит в определении возможностей государственного маркетинга в части активизации применения маркетингового инструментария для формирования рынка экологически чистого продовольствия в Ростовской области как со стороны предложения, так и со стороны спроса.

Характеризуя содержание государственного маркетинга, следует отметить, что его применение становится все более распространенным вследствие перехода Российской Федерации от административно-управленческой модели экономики к экономике, управляемой рыночными законами. Таким образом, на смену правительственным и министерским директивам приходят управленческие решения, регулирующие экономические отношения рыночным путем. Использование инструментария маркетинга в государственном управлении обосновано вышеуказанными причинами и интенсифицируется процессами экономической глобализации и укрупнения рынков [3].

Таким образом, понятие государственного или административного маркетинга включает в себя возможность своевременного выявления и оперативного удовлетворения, в первую очередь, основных потребностей населения.

На современном этапе понятием «государственный маркетинг» принято обозначать системные меры в сфере государственного управления, направленные на определение потребностей подавляющего большинства населения,

а также формирования условий для возможности их удовлетворения различными рыночными агентами [4].

Основными функциями государственного маркетинга, наиболее значимыми в формате проводимого исследования, являются: регулирование маркетинговой деятельности, установление и поддержание стандартов качества пищевой продукции и их контроля, рыночного управления ценообразованием.

Отмеченный тренд повышения «удельного веса» экологического маркетинга в мировой практике в российских условиях может проявиться только в сочетании с государственным маркетингом и под его патронажем, посколь-

ку применительно к российской практике не приходится рассчитывать на общественные инициативы в плане формирования спроса на экологически чистую продукцию и предпринимательскую активность в предложении органического продовольствия, более затратного в производстве, без соответствующего стимулирования «сверху» посредством норм, квот, ограничений, правил. Демонстрация возможностей по формированию рынка экологически чистой продукции с участием всех возможных сторон под патронажем государственного маркетинга отображена на рисунке 1.



Рисунок 1 — Схематическое отображение условий формирования рынка экологически чистой продукции

Учитывая особенности развития маркетинга в Российской Федерации и определяющее значение в этом вопросе государственного маркетинга, надо сосредоточиться на мероприятиях из арсенала государственного маркетинга как в части организационных усилий

(административный маркетинг), так и в части институционального обеспечения (законодательный маркетинг).

В части формирования рынка представляется самым главным обеспечение спроса на предлагаемую экологически чистую продукцию. Согласно

данным ряда исследований, отсутствует сколько-нибудь внятное представление среди большинства населения, что употребляемые ими и приобретаемые повсеместно продукты питания не являются экологически чистыми и могут представлять определенную опасность для здоровья как тотчас после употребления, так и в отдаленной перспективе (влияние на иммунитет, аллергенность, процессы акселерации) [5].

Потребители не имеют полного представления о том, что приобретаемые ими продукты питания могут содержать остатки средств защиты растений, ядохимикатов, средств стимулирования роста скота. Тогда как согласно проведенному исследованию имеется достаточный резерв для формирования слоя потребителей экологически чистых продуктов питания. Указанные потен-

циальные потребители не имеют информации о вреде употребляемой ими пищи, возможности приобретения более полезных продуктов питания для себя, возможном месте их приобретения на регулярной основе и условиях непосредственной покупки.

Задача поднятия уровня информированности (осведомленности) потенциальных потребителей может быть условно разделена на этапы, каждый из которых предполагает использование определенного набора элементов комплекса маркетинговых коммуникаций (PR, пропаганда, социальная реклама (на различных носителях), реклама (информационная, коммерческая), мероприятия по стимулированию сбыта), визуализированные на рис. 2.

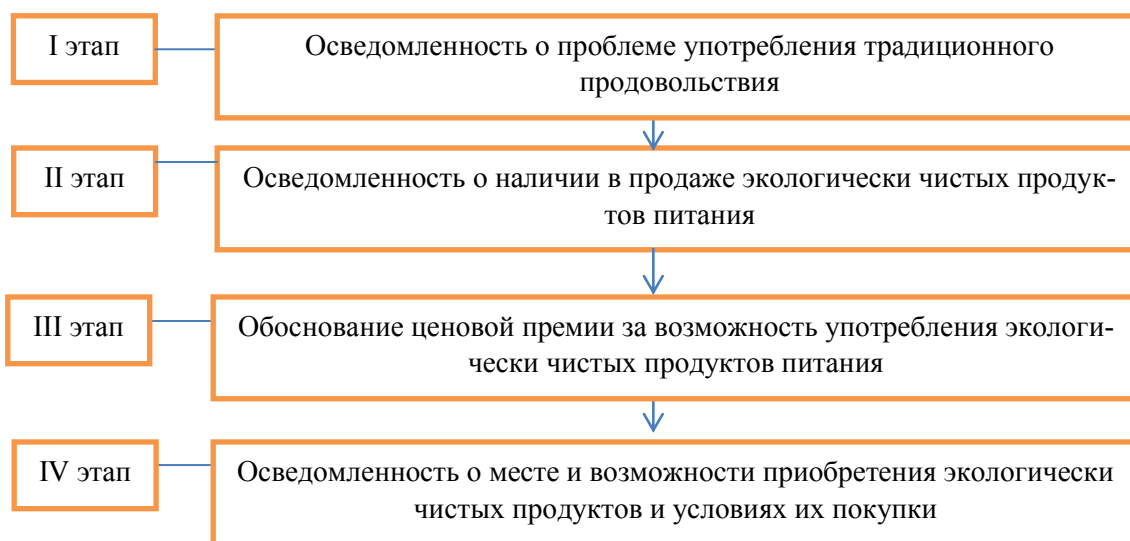


Рисунок 2 — Этапы процесса повышения информированности потенциальных потребителей о возможности приобретения экологически чистых продуктов питания

Мероприятия по осуществлению первого этапа предполагают некоторую «демонизацию» традиционных продуктов питания во мнении потенциальных потребителей.

Это предполагает поток объективной негативной информации о продук-

тах питания, находящихся в рознице в настоящее время на постоянной основе. Данная информация может доводиться до потенциального потребителя такими каналами, которые обеспечивают наибольший охват аудитории. С другой стороны, представляется необходимой

подача информации о пользе ведения здорового образа жизни, составной частью которого является здоровое питание, предполагающее повседневное употребление продуктов питания, не содержащих вредных примесей. Представление информации того и другого рода предполагает использование в комплексе различных каналов ее доведения до целевых аудиторий. В этом отношении считается необходимой организация на одном из местных телеканалов постоянно действующей передачи, посвященной указанной тематике, постоянных рубрик в местных газетных изданиях и специализированного сайта в Интернете.

Переходя к условному второму этапу повышения осведомленности потенциальных потребителей, необходимо предоставить им возможность получения объективной информации о существовании продуктов питания, не содержащих вредных примесей в виде остатков ядохимикатов и средств стимулирования роста либо продуктов, содержащих данные примеси в минимальной концентрации. Существенной частью данной информационной составляющей должно быть предоставление целостной картины, то есть определенной продовольственной корзины из экологически чистых продуктов, включающей в себя: мясо-молочные, хлебобулочные, овоще-фруктовые и иные продуктовые позиции. Так как в случае представления информации в неполном объеме у потребителей может сложиться впечатление, что нет смысла употреблять экологически чистые продукты выборочно, так как другие не отличаются чистотой, и вред организму все равно будет причинен. Представление информации на втором этапе предполагает вовлечение всех отмеченных ранее информационных каналов.

На третьем этапе следует обосновать необходимость для потенциальных потребителей более высоких платежей

за продукцию, отличающуюся более высокими качественными параметрами, а именно по экологическим показателям. Дело в том, что экологическая чистота продукта питания может никак не определяться на органолептическом уровне восприятия: ни вкус, ни запах, ни тактильные ощущения не будут отличаться от таковых при сравнении с традиционным продуктом. Вследствие этого могут возникать сомнения в необходимости повышенной оплаты. Кроме этого, следует иметь в виду, что в массовом сознании все еще присутствует оставшиеся от эпохи социализма представления о всеобщем равенстве и, следовательно, о необходимости доступа ко всем товарным позициям для всех членов общества, особенно применительно к продуктам питания. Поэтому обоснованность уплаты больших денежных средств может вызывать отрицательную реакцию. Поэтому процесс обоснования выплаты ценовой премии, особенно если ее размеры расходятся с ценой традиционной продукции более чем на 30-50%, представляется сложным и длительным и требует усилий в области позиционирования и информационного обеспечения обоснованности подобной практики в ценообразовании.

На четвертом этапе информирование потенциальных потребителей доводится до логического завершения. Потенциальные клиенты должны располагать четкой и надежной информацией о наличии каких-либо товарных позиций экологически чистого продовольствия, местах их реализации и цены продажи. Данная информация должна быть представлена достаточно широко на различных информационных носителях, побуждая к приобретению. Формирование рынка экологически чистых продуктов питания, помимо информированности потенциальных потребителей, предусматривает множество организационных мероприятий, обеспечиваемых в

рамках инструментария государственного маркетинга.

Здесь имеется в виду, что на продовольственном региональном (Ростовском) рынке присутствует множество нарушений правил торговли, которые могут стать причиной расстройства здоровья потребителей. При этом вопрос об экологической чистоте реализуемых продуктов питания не ставится. Речь идет о нарушениях технологии производства продукции, несоответствии заявленных в сертификатах и на упаковках продуктов сведений о составе продукта и его пищевой ценности и полезности, с реально существующими.

Данный тезис обосновывается результатами экспертизы пищевых товаров, проведенной в г. Ростове-на-Дону в 2012 г. экспертами Государственного регионального центра стандартизации, метрологии и испытаний в Ростовской области (ФБУ «Ростовский ЦСМ»), реализованной под патронажем администрации г. Ростова-на-Дону и представленной в информационном бюллетене по результатам независимых экспертиз качества товаров. Согласно материалам информационного бюллетеня проводилась комплексная проверка сосисок, сыров, йогуртов, кур гриль, фарша, майонеза и свежеежатых фруктовых соков различных товаропроизводителей. Продукция для экспертизы приобреталась в супермаркетах города, таких, как: супермаркет «Тихий дон», ООО «Реал-Гипермаркет», ЗАО «ГД Перекресток», ТРЦ «РИО» гипермаркет «НАШ», ООО «Ашан», ООО «Солнечный круг». Результаты проведенной экспертизы позволяют заключить, что анонсированный состав йогуртов, сосисок, сыров, фарша, соков не соответствует реальному, отличаясь в худшую сторону. В ряде случаев отмечены микробиологические загрязнения продуктов, а также содержание различного рода не заявленных на упаковке гелей, увеличивающих объем

продукта (Е407) и усилителей вкуса (глутамат натрия).

Таким образом, согласно результатам указанной экспертизы выявлено множество нарушений в организации правил торговли, которые должны быть устранены, что должно повысить качество реализуемых продуктов питания. С другой стороны, потребители, имея доступ к такой информации, имеют возможность наказывать недобросовестных производителей «рублем», не приобретая продукцию, не соответствующую заявленным параметрам.

Существует значительный потенциал для проведения подобного рода экспертиз, не задействованный в настоящее время. В качестве ресурса для активизации проведения независимых экспертиз следует активно вовлекать научно-исследовательские организации г. Ростова-на-Дону, располагающие необходимой научно-исследовательской базой. Указанные экспертизы должны дополняться исследованиями на содержание в продуктах питания остаточных средств стимуляции роста животных и растений и ядохимикатов. Технические и организационные возможности для такого рода экспертизы в научных организациях г. Ростова-на-Дону присутствуют.

Следовательно, может быть создан своего рода центр экспертизы качества пищевой продукции, проводимой на возмездной основе, по заранее оговоренным параметрам на базе научных учреждений, доступный юридическим и физическим лицам в г. Ростове-на-Дону. Жители Ростовской области, не имеющие возможности воспользоваться услугами экспертного учреждения г. Ростова-на-Дону, должны иметь возможность на возмездной основе получать аналогичную информацию. Для этой цели могут быть организованы при центрах санэпиднадзора лаборатории, дающие возможность узнать содержание в продукте ядохимикатов, антибио-

тиков, нитратов, гормонов, сои в городах Ростовской области размером более 100 тыс. жителей. Сложные и спорные экспертизы по согласованию могут проводиться в центре экспертизы г. Ростова-на-Дону с участием специалистов из научных учреждений.

Такая практика позволит привлечь дополнительные средства научным организациям г. Ростова-на-Дону, а потенциальным потребителям пищевой продукции получить доступ к достоверной информации о качественных параметрах и экологической чистоте приобретаемой пищевой продукции.

Помимо непосредственных потребителей пищевой продукции в услугах подобных центров, безусловно, будут заинтересованы торговые организации, задействованные в реализации продуктов питания, так как для них возможность представить потребителям информацию, что представленная на полочном пространстве продукция соответствует заявленным параметрам и обладает качествами экологической чистоты, будет способствовать формированию доверительных отношений с клиентами и росту приверженности их к конкретной торговой точке. Несмотря на представленную выше негативную информацию о несоответствующем качестве товарных позиций пищевой продукции, считается, что большинство производителей будут, на самом деле, заинтересованы в своевременной экспертизе собственной продукции и достижении соответствия между заявленными качественными параметрами ее реальным соответствием. Так как, в противном случае, у потребителя может сложиться негативный образ продукции, связанный с конкретным товаропроизводителем, после чего последний будет испытывать сложности с реализацией собственных товаров.

Конкретным мероприятием из арсенала государственного маркетинга должен быть действенный контроль за

соблюдением соответствия взятых на себя производителями норм добровольной сертификации продукции ее реальному качеству на региональном уровне. Соответственно товаропроизводитель не должен произвольно менять качественный состав анонсированной продукции без предварительного уведомления потенциальных потребителей и торгового посредника (розничного звена). Также производитель не должен иметь право присваивать своей продукции название органической без соответствующего подтверждения центром региональной экспертизы, причем проводимого на систематической основе. Услуги центра добровольной сертификации экспертизы качества и экологической чистоты пищевой продукции могут быть и будут востребованы рядом мелких и средних товаропроизводителей. Ввиду того, что представление данных объективной экспертизы облегчит им реализацию своей продукции в розничной сети, а также будет выступать гарантией для потребителей в случае реализации на продуктовых рынках. Безусловно, процесс сертификации качества пищевой продукции в области не должен превратиться в своего рода мероприятие по продвижению «угодных» торговых марок и по отсечению от потребителя «неугодных», когда у таковых будут регулярно обнаруживаться при экспертизах вредные примеси, а у «угодных», напротив, качественные параметры будут искусственно завышаться. Избежать подобных коллизий возможно при вовлечении в наблюдательные советы представителей общественности и волонтеров для придания транспарентности процессам сертификации качества пищевой продукции и ее периодических проверок, предотвращению замалчивания при выявлении отрицательных показателей (3).

Следуя логике представленной схемы, получается, что любая из сторон: производитель пищевой продук-

ции, индивидуальный потребитель или группа потребителей, предприятие общественного питания, а также торговая организация могут формировать запрос о качестве пищевой продукции и содержании в ней вредных примесей, то есть попытаться определить, насколько с экологически чистой продукцией они имеют дело. Свой запрос они имеют возможность направить в лабораторию при центре санэпиднадзора, которая на возмездной основе проводит анализы по оговоренному кругу вопросов, но при этом не имеет права сертифицировать тот или иной продукт.

При необходимости лаборатории центров санэпиднадзора направляют данные своих исследований и, возможно, образцы продукта для контроля и сертификации в региональный центр экспертизы экологической чистоты продовольствия, который представляет из себя ассоциацию учреждений из НИИ по отдельным направлениям пищевой промышленности, лабораторий экспертизы при различных вузах и ФБУ «Ростовский ЦСМ». Возможности регионального центра весьма велики ввиду возможности воспользоваться всеми ресурсами ассоциации: информационными, техническими и кадровыми. На региональный центр экспертизы возложено право сертификации продукции с точки зрения ее экологической чистоты.

Для исключения искажений процесса сертификации и его метаморфозы в орудие конкурентной борьбы посредством недобросовестного PR предусматривается общественный контроль. Данный контроль предполагает возможность приобретения уже сертифицированного образца пищевой продукции и без уведомления производителя и

продавца его повторной экспертизы «вслепую» на возмездной основе. При необходимости, при получении расхождения в результате экспертизы, такие случаи должны предаваться широкой огласке, в том числе и средствами региональных Масс-медиа, что будет реально влиять на покупательскую активность в отношении той или иной товарной позиции.

Продемонстрированные выше мероприятия по повышению информированности потенциальных потребителей и организационные мероприятия по экспертизе и контролю качества потребляемой пищевой продукции, безусловно, оказывают влияние на формирование регионального рынка экологически чистой продукции. Однако существенным представляется выявление резервов увеличения производства таковой продукции. В этой связи можно указать, что перспективным представляется привлечение возможностей региональных научных центров к консультированию товаропроизводителей сельскохозяйственной продукции по вопросам увеличения ее экологической чистоты. В этом аспекте подразумеваются следующие действия. После завершения экспертизы продукции фермеры, осуществляющие свою деятельность в регионе, или представители личных подсобных хозяйств должны иметь возможность получить компетентную консультацию по необходимому им набору мероприятий, оптимальных по параметрам «цена/качество» для повышения экологической чистоты производимой продукции, а также впоследствии выведения ее на рынок.

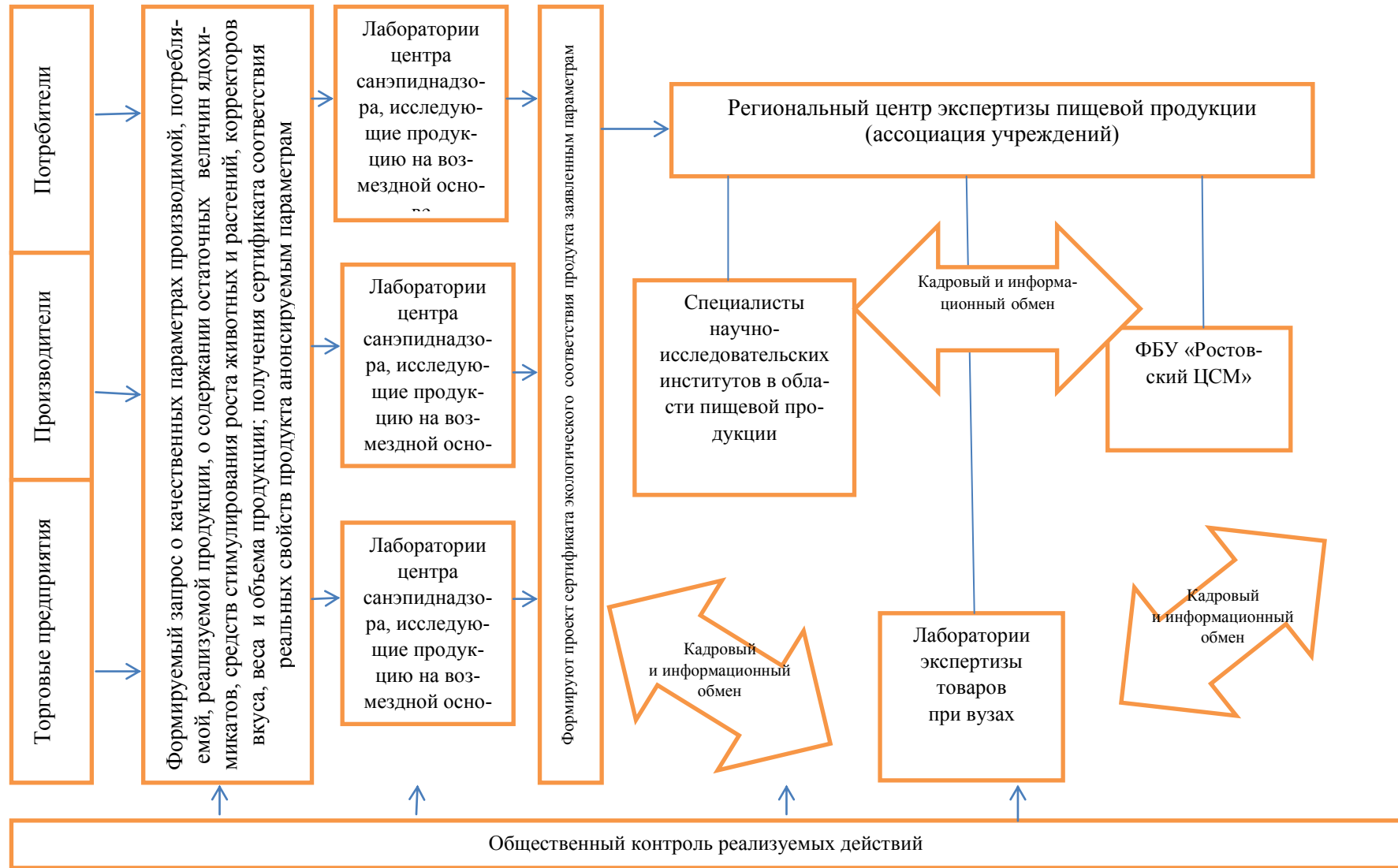


Рисунок 3 — Схема регионального центра экспертизы экологической чистоты пищевой продукции

Следует предусмотреть возможность формирования своеобразных консультационных бюро на базе университетских центров, которые дают компетентные советы фермерам, представителям личных подсобных хозяйств на возмездной основе о том, как организовать производство безопасно, либо, чтобы в продукции было минимальное содержание вредных компонентов. Данные мероприятия представляются полезными как для производителей продукции, так и для университетских центров, и будут способствовать расширению регионального рынка экологически чистой продукции.

Библиографический список

1. Симченков В.М. Конкурентоспособность отечественной экономической системы в контексте ключевых детерминант в условиях глобализирующейся мировой экономики // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2010. № 2 (31).

2. Филонич В., Ревунов Р. Экологически устойчивое развитие экономики: предметно-сущностное содержание, эволюционные критерии, классические и неоклассические направления исследований // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2010. № 1 (30).

3. Окландер М. О государственном маркетинговом регулировании // Экономика Украины. 2003, №4.

4. Другов А.А., Сафин А.Р., Сендецкая С.В. Государственный маркетинг как важный фактор совершенствования механизма управления социальн-

экономическими процессами в обществе // Маркетинг в России и за рубежом, 2005, №4.

5. Гуськов А.И. Проблемы определения и возможности удовлетворения платежеспособного спроса на экологически чистые продукты питания в России (на примере г. Ростова-на-Дону) // Экономические науки. 2012. №6. С. 124-128.

Bibliographic list

1. Simchenkov V. Competitiveness of the domestic economic system in the context of the key determinants in the conditions of the globalizing world economy // Herald RGEU (RINH). 2010. № 2 (31).

2. Filonych V, Revunov R. Environmental sustainable economic development: object-the essential content, evolutionary criteria, classical and neoclassical research directions // Herald RGEU (RINH). 2010. № 1 (30).

3. Oklander M. On state marketing regulation // The Economy of Ukraine. 2003, №4.

4. Drugov A., Safin, A., Sendetskaya S. State marketing as an important factor of improvement of mechanism of management of social-economic processes in the society // Marketing in Russia and abroad, 2005, №4.

5. Guskov A.I. The problem of determination and ability to satiate the effective demand for organic food in Russia (for example, Rostov-on-don) // Economic Sciences. 2012. №6. P. 124-128.

К.О. Казаренко, К.Н. Мищенко

ВОВЛЕЧЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Аннотация

В статье исследована технология и концептуальные вопросы подготовки проектов государственно-частного партнёрства (ГЧП), реализуемые на региональном уровне. Рас-

смаатриваются классические формы ГЧП, предполагающие установление долгосрочных договорных отношений по предмету передачи частному партнёру обязательств по строительству или реконструкции объекта с возможностью его эксплуатации или управления, обеспеченные гарантированными источниками возвратности инвестиций.

Ключевые слова

Государственно-частное партнёрство, проектный анализ, проектное финансирование, организация конкурса, финансовое закрытие

K.O. Kazarenko, K.N. Mishchenko

THE POTENTIAL OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN IMPLEMENTATION OF PROJECTS OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE REGION

Annotation

The article examines the technology and conceptual issues in preparation of projects of public-private partnership (PPP), implemented on a regional level. The classic forms of PPP are considered involving the establishment of long-term contractual relations on the subject of the transfer to the private partner commitments for the construction or reconstruction of the object with the possibility of its operation or management, secured by guaranteed sources of investment return.

Keywords

Public-private partnerships, project analysis, project financing, organization of the contest, financial closing

В современных условиях низкого темпа роста отечественной экономики одним из перспективных и реальных инструментов качественных институциональных изменений является государственно-частное партнёрство (ГЧП). В соответствии с положением Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года «достижение целей развития, успешная модернизация экономики и социальной сферы предполагают выстраивание эффективных механизмов взаимодействия общества, бизнеса и государства, направленных на координацию усилий всех сторон, обеспечение учета интересов различных социальных групп общества и бизнеса» [1, п.5]. Потенциал государственно-частного партнёрства особенно велик применительно к достижению стратегических целей регионов.

Практика ГЧП в России ещё крайне малочисленна, только формируется первый опыт реализации проектов ГЧП, поэтому важной задачей является повышение эффективности взаимодействия государства и бизнеса. В результате оценки развития ГЧП в России, проведённой Торгово-промышленной палатой РФ и Центром развития ГЧП [2] методом опроса крупнейших инфраструктурных компаний, были получены печальные выводы: по мнению представителей бизнеса, в настоящее время не отлажен механизм взаимодействия государственного и частного партнёров, а также отсутствует единая методологическая база по подготовке и реализации проектов ГЧП, что препятствует вовлечению потенциала ГЧП в решение социально-экономических задач регионов.

Поэтому одним из важнейших направлений совершенствования института ГЧП на региональном уровне явля-

ется формирование концепции и технологии подготовки и реализации проекта ГЧП.

В данной статье рассматриваются, в первую очередь, классические формы ГЧП, предполагающие установление долгосрочных договорных отношений по предмету передачи частному партнёру обязательств по строительству или реконструкции объекта с возможностью его эксплуатации или управления, обес-

печенные гарантированными источниками возвратности инвестиций.

Организация проекта ГЧП — деятельность по подготовке и заключению контракта между публичным и частным партнёром посредством проведения публичной конкурсной процедуры на право участия в проекте. Этот процесс, как правило, инициируется федеральными или местными государственными органами власти и включает в себя 5 этапов (рисунок 1).

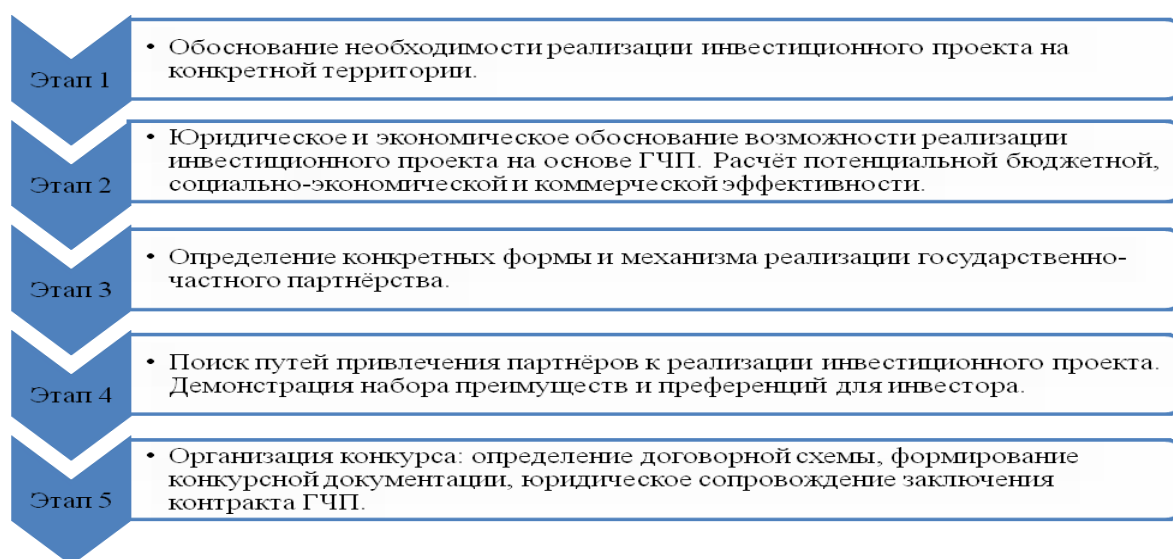


Рисунок 1 — **Принятие решения о реализации инвестиционного проекта на основе принципов ГЧП**

1. Обоснование необходимости реализации инвестиционного проекта на конкретной территории (идентификация положительных результатов от реализации проекта).

2. Юридическое и экономическое обоснование возможности реализации инвестиционного проекта на основе ГЧП (оценивается его реализуемость в условиях действующего федерального и регионального законодательства). Расчёт потенциальной бюджетной, социально-экономической и коммерческой эффективности (рассчитываются потенциальные поступления в бюджет, а также определяются, насколько проект будет выгоден потенциальному инвестору).

3. Разработка механизма реализации проекта ГЧП, предполагающего, прежде всего, определение прав собственности на объект и переход этих прав в течение реализации проекта в рамках таких форм, как: ВОТ (строительство — управление — передача), ВОЛТ (строительство — управление — передача — аренда), ВООТ (строительство — управление — владение — передача), ВТО (строительство — передача — управление).

4. Поиск путей привлечения партнёров к реализации инвестиционного проекта. Демонстрация набора преимуществ и преференций для инвестора (особенно это актуально для нетрадиционных для бизнеса отраслей: таких, как: социальное обслуживание населения,

строительство детских дошкольных учреждений, домов-интернатов, спортивно-юношеских школ).

5. Организация конкурса: определение договорной схемы, формирование конкурсной документации, юридическое сопровождение заключения контракта ГЧП.

Инвестиционный проект должен обладать факторами социально-экономической эффективности, которые могут заинтересовать муниципалитет и быть в основе обоснования его господдержки. Это, прежде всего, проект, который обеспечивает:

1. Повышение качества жизни населения — обеспечение комфортных условий жизни, сохранение социальной стабильности, предоставление высокооплачиваемых рабочих мест, удобное расположение с точки зрения транспортной доступности работающих.

2. Повышение экономической капитализации территории. Распространённой практикой является организация специальных индустриальных парков, особых экономических зон, подготовка удобных инвестиционных площадок в расчёте на привлечение якорных инвесторов, повышающих инвестиционный рейтинг региона.

3. Решение социальных задач (развития систем здравоохранения, образования, культуры, спорта, повышение жилищной обеспеченности населения). Эти задачи могут быть решены напрямую, посредством установления обязательств строительства соответствующих объектов, например, при комплексном освоении территории под жилищное строительство. А могут быть опосредованы за счёт, во-первых, повышения налоговых поступлений, а, во-вторых, за счёт бюджетной экономии, которые можно перераспределить на цели развития социальной сферы.

4. Обеспечение занятости населения, что предполагает создание, в первую очередь, высококвалифициро-

ванных рабочих мест, учитывая обязательность обеспечения достаточной мотивации и высокой производительности труда работников.

5. Развитие инженерно-транспортной инфраструктуры. Размещение объекта строительства предполагает расширение инженерных сетей и реконструкцию транспортных сообщений, что является дополнительным катализатором роста территории вблизи капитального объекта.

6. Повышение налогооблагаемой базы (как на стадии строительства, так и на стадии эксплуатации: имущественный налог, транспортный налог, налог на землю, налог на прибыль).

Главнейший вопрос любого инвестиционного проекта, в том числе реализуемого на принципах ГЧП — это источники инвестирования средств. Фактически можно выделить 3 вида источников:

1. Бюджетное финансирование: осуществляется в рамках целевых бюджетных направлений расходов, например, при выполнении государственных долгосрочных целевых программ (эти средства могут быть направлены на разработку конкурсной документации, подготовку ТЭО, подключение к инженерным сетям, софинансирование части процентов по выданным кредитам).

2. Частное финансирование, к чему относятся не только собственные капиталы и резервы, но и заёмные средства.

3. Привлечение средств институтов развития, таких, как: Внешэкономбанк, Инвестиционный фонд, федеральные и региональные венчурные фонды и банки развития. У каждого института развития своя специфика целей, свои особенности финансирования и требования к инвестиционным проектам.

Другой не менее важный вопрос как для частного, так и для публичного партнёра — источники возвратности инвестиций. Источниками возвратности инвестиций для частного партнёра могут послужить:

- прямые эксплуатационные доходы, то есть когда функционирование объекта позволяет генерировать доходы. Примеры: платная дорога, платный грузовой мост, платная парковка, дополнительные платные услуги в образовательном учреждении;

- арендные платежи, то есть когда построенный объект сдаётся частным партнёром в аренду оператору или в субаренду публичному партнёру.

- получение прямых бюджетных субсидий;

- продажа объекта после строительства публичному партнёру.

Источниками возвратности инвестиций для публичного партнёра могут послужить:

- прямые эксплуатационные доходы и арендные платежи (суть та же, что и для частного партнёра, только с привлечением государственной управляющей компании);
- продажа участка под строительство;
- налоги, сборы и иные обязательные платежи от функционирования объекта.

Для формирования эффективного проекта ГЧП требуется в достаточной степени скрупулёзное изучение всех его аспектов. Фактически, эта работа включает в себя экономическое обоснование и юридическую подготовку проекта. Специфика этой работы для публичного и частного партнёра различна и зависит от целей, масштаба и уровня полномочий (табл. 1).

Таблица 1 — Экономическое обоснование и юридическая подготовка проекта ГЧП

Действия публичного партнёра	Действия частного партнёра
Финансово-экономическое обоснование проекта	
1. Разработка принципиальной схемы реализации и финансирования проекта. 2. Построение денежного потока проекта с учётом софинансирования расходных обязательств, выкупа объекта, получения налоговых и иных обязательных платежей, а также эксплуатационных доходов. 3. Расчёт показателей экономической и бюджетной эффективности проекта. 4. Оценка рисков, анализ чувствительности основных факторов реализации финансовой модели. 5. Определение пороговых значений экономической и бюджетной эффективности реализации проекта, обосновывающих критерии оценки участников конкурса. 6. Обоснование условий оплаты заключаемым (по итогам конкурса) соглашениям и контрактам.	1. Предварительная оценка предложенной схемы реализации проекта (оценка доходной части проекта и формирование интереса к сделке). 2. Формирование оптимальной структуры финансирования проекта, определение источников финансирования. 3. Построение денежного потока проекта с учётом софинансирования расходных обязательств, получения бюджетных выплат, а также аккумулирования эксплуатационных доходов. 4. Расчёт коммерческой эффективности проекта. 5. Оценка рисков. 6. Выбор партнёров для реализации проекта. 7. Обоснование предоставления кредитной линии в рамках проектного финансирования, определение вариантов кредитного обеспечения и подготовка меморандума для банка.
Юридическая подготовка проекта	
1. Создание нормативной базы реализации проекта (совершенствование регионального инвестиционного законодательства, определение порядка участия сторон государственно-частного партнерства в реализации инвестиционных проектов, а также порядка проведения конкурсов на право заключения соглашений о ГЧП). 2. Формирование документов для организации и проведения конкурса ГЧП решения о проведении торгов и заключении соглашения о ГЧП (регламент работы конкурсной комиссии; подготовка конкурсной документации; формирование критериев оценки заявок). 3. Оформление отношений участников проекта ГЧП (подписание соглашения о ГЧП и оформление договоров с третьими организациями).	1. Оценка правовых рисков, связанных с реализацией проекта (например, вопросы о гарантировании возвратности инвестиций). 2. Обращения за разъяснениями конкурсной документации. 3. Подготовка и структурирование сделок в целях участия в проекте, в том числе для привлечения финансирования. 4. Подготовка заявки на участие в конкурсе по заключению соглашения о ГЧП (сбор всех необходимых документов, должное оформление, финансовое обеспечение участия в конкурсе). 5. Заключение государственного контракта о ГЧП. 6. Разработка юридической схемы взаимодействия SPV (проектной организации) со всеми участниками проекта.

После того как выявлен победитель конкурса, происходит финансовое закрытие проекта. Финансовое закрытие — завершение всех мероприятий и контрактов, связанных с внешним финансированием проекта. Проще говоря, это одобрение банком кредита. Это момент, когда вся документация по проекту оформлена, предварительные условия выполнены или их выполнения не требуется. С этого момента разрешена выдача средств финансовыми институтами, которые предоставляют кредит.

На начальном этапе проекта в качестве инструментов финансового за-

крытия целесообразно применять синдикацию займов, то есть целесообразно, чтобы банки входили в процесс подготовки проекта еще до этапа подачи конкурсных предложений, для составления предварительного перечня условий финансирования, и заранее подтвердили своё участие в случае выигрыша конкурсной заявки.

После заключения контракта наступает этап реализации инвестиционного проекта, схема взаимодействия основных участников которого представлена на рисунке 2.

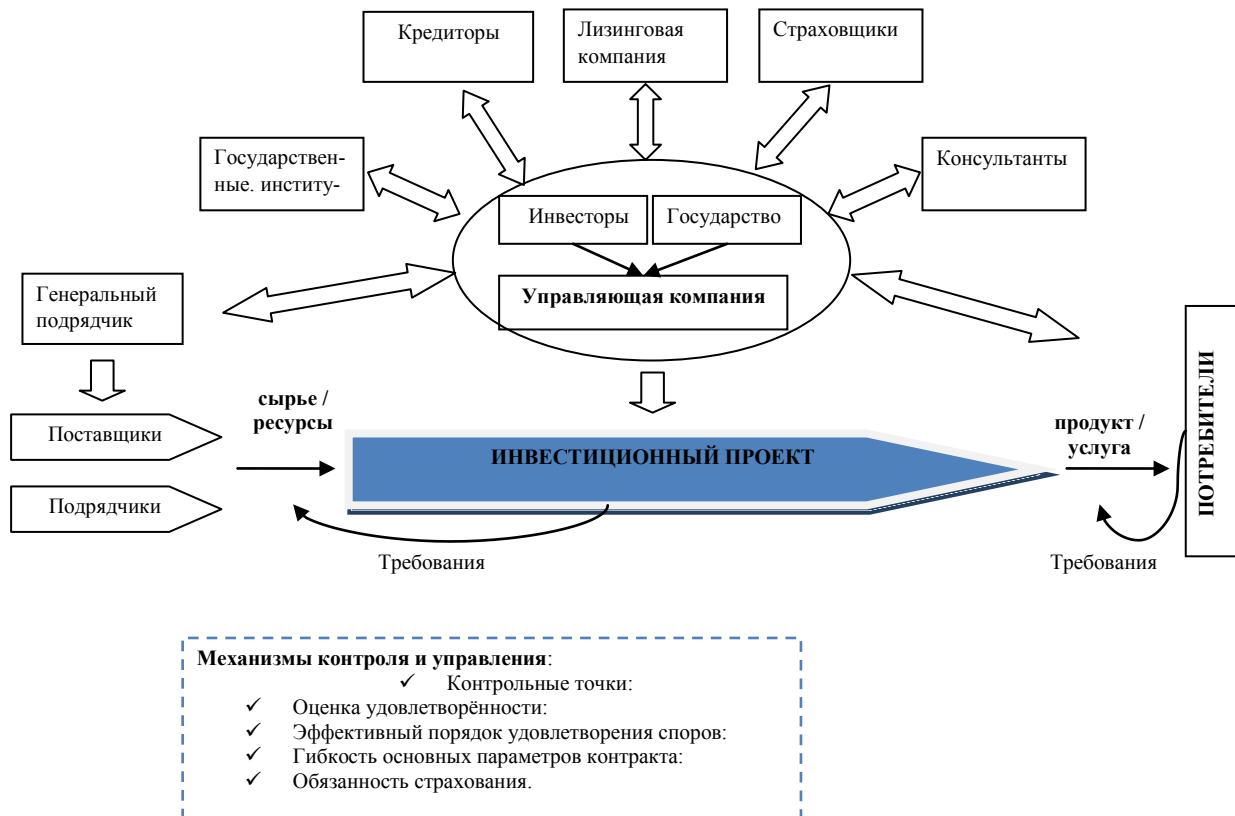


Рисунок 2 — Схема взаимодействия сторон в реализации инвестиционного проекта ГЧП

Как правило, специально для проекта в большинстве случаев частным партнёром создаётся проектная компания, которая в значительной степени контролируется публичным партнёром. Именно проектная или управляющая компания выступает главным распоря-

дителем получаемых средств, вступает во взаимоотношения с контрагентами (кредиторы, подрядчики, поставщики) и управляет ходом реализации инвестиционного проекта.

Для мониторинга хода реализации инвестиционного проекта существуют различные механизмы и инструменты:

- использование точек контроля (выполнение плановых показателей во временном аспекте);

- оценка удовлетворённости клиентов (или потребителей) построенного объекта.

Это позволяет публичному партнёру, в случае низкого качества результатов, сохранить возможности прекращения финансирования проекта и экономии бюджетных средств. С другой стороны, это интересно и для частного партнёра, поскольку понятна схема денежного потока, всё зависит от собственной эффективности; а также есть уверенность в надёжности публичного партнёра и его обязательств.

Для обоих партнёров сохраняются возможности по страхованию рисков, эффективному порядку удовлетворения споров, а также, в случае необходимости, согласованию изменений основных параметров контракта.

Таким образом, благодаря проектам на принципах ГЧП формируется реальная возможность превратить бюджетные ресурсы в инвестиционные ресурсы, перейти от программного бюджетного финансирования к проектному финансированию. ГЧП позволяет отказаться от административного контроля расходования бюджетных средств в пользу банковского контроля эффективности использования инвестиций.

Библиографический список

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года — утверждена распоряжением Прави-

тельства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. №1662-р

2. «Оценка развития ГЧП в России. Мнение бизнеса». Отчёт по результатам исследования. Москва, 2013г. Материалы размещены на сайте Центра развития государственно-частного партнёрства: <http://pppcenter.ru/>

3. Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд."

4. Семинар «Формирование и развитие ГЧП в регионах РФ» — по материалам курсов повышения квалификации в Финансовом университете при Правительстве РФ — 09 ноября 2011.

Bibliographic list

1. The concept of socio-economic development of the Russian Federation for the period until 2020, approved by decree of the Government of the Russian Federation from November 17, 2008 №1662-p

2. «Evaluation of PPP development in Russia. The opinion of business». Report by research results. Moscow, 2013. Materials placed on the website of the Center for public-private partnership: <http://pppcenter.ru/>

3. Federal law of the Russian Federation from April 5, 2013 N 44 "On the contract system in the sphere of procurement of goods, works, services for state and municipal needs"

4. Seminar «Formation and development of PPP in the regions» — according to the materials of courses of improvement of qualification at the Finance Academy of the RF — 09 November 2011.

О.В. Конькова, А.Н. Тарасов

ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ЦИКЛОВ

Аннотация

Предложен онтологический подход к объяснению и прогнозированию экономической цикличности, предполагающей, наряду с изучением макроэкономических и природных факторов исследования динамики нравственной ценностной системы. Центральным объектом анализа является нравственная мотивация экономической деятельности людей. Приводится пример количественной оценки влияния онтологического фактора на результаты экономического развития.

Ключевые слова

Экономические циклы, онтология, динамика, теория, антропология, мировоззрение, кризисы.

O.V. Konkova, A.N. Tarasov

THE ONTOLOGICAL PARADIGM OF THE DEVELOPMENT ECONOMIC THEORY OF CYCLES

Annotation

An ontological approach to explaining and predicting economic cycles, which, together with a study of macroeconomic and environmental factors research of dynamics of moral value system. The focus of the analysis is the moral motivation of the economic activity of people. Provides an example of how to quantify the influence of ontological factor on the outcome of economic development.

Keywords

Economic cycles, ontology, dynamics, theory, anthropology, philosophy, crises.

Экономическая история человеческого общества свидетельствует о циклической природе экономического развития. Однако в практике народнохозяйственного планирования и прогнозирования базовыми сценариями развития экономики в среднесрочной и долгосрочной перспективе являются тренды, описывающие устойчивую положительную динамику экономического развития. С одной стороны, это связано с прогностическими возможностями используемых инструментов прогнозирования и планирования, а с другой — существующие экономические теории уже не отражают реальной картины

экономического бытия современного общества. Это снижает качество экономической политики, что ведет к значительным экономическим потерям и дополнительным расходам государства на смягчение негативных последствий экономической динамики. Достаточно указать на то, что в кризисный 2009 год валовой внутренний продукт России, по данным Росстата, сократился на 7,8%, а дополнительные расходы государственного бюджета на антикризисные мероприятия только в 2008 году по данным расчетам превысили 9,8 трлн. рублей.

Экономическая теория утверждает, что результаты экономической деятель-

ности являются прямым следствием мотивационного механизма ее участников. В этом случае характер, темпы и направления социально-экономического развития страны определяются соотношением экономических интересов и уровнем политического влияния различных социальных групп общества. Совпадение экономических интересов доминирующих групп политической элиты и предпринимательского сообщества с общим трендом экономического развития страны придает дополнительный импульс экономическому росту, а несовпадение экономических интересов или оппортунизм элит — замедляет развитие экономики. Как правило, вышеотмеченные поведенческие колебания социальных групп и элит усиливаются неравномерностью проявления других факторов, обеспечивающих развитие общественного производства: природно-климатическими, технико-технологическими, социально-технологическим. В результате взаимного наложения повышательных и понижающих трендов различных видов общественно-политических процессов и групповых экономических интересов экономика страны развивается неравномерно, циклично.

Принимая за основу классификации цикличности экономического развития доминирующие факторы, определяющие неравномерность экономического развития, можно выделить следующие типы циклов:

- природно-экономические циклы;
- социально-экономические циклы;
- политико-экономические циклы.

При исследовании политико-экономических циклов рассматривается влияние содержания и характера политических процессов на темпы и условия ведения экономической деятельности, экономического развития.

При этом политико-экономическая цикличность проявляется не только в факте прихода к политической власти тех или иных социальных общественных

групп — носителей определенных идеологических ценностей и экономических интересов, но и в форме доминирования в тот или иной период развития в обществе, государстве духовно-нравственной общественной ценностной системы.

Социально-экономические циклы проявляют себя при изменении трендов социальных процессов в обществе и экономических условий ведения хозяйственной деятельности. К этому типу экономических циклов экономическая теория относит технологические циклы, демографические циклы, конъюнктурные циклы, инвестиционные циклы.

Природно-экономические циклы по потенциалу угроз устойчивому общественному и экономическому развитию стоят в одном ряду с социально-экономическими циклами. Природно-экономическим циклам свойственны те же типы неравномерностей, что и социально-экономическим: годовые, многолетние, долгосрочные.

Результаты данного исследования показали и то, что внутри конкретного этапа общественного развития существуют и развиваются циклы, микроциклы, формирующие мегацикл. Выявление факториальных признаков будет способствовать разработке механизмов преодоления цикличности общественного развития и формированию институтов, способствующих сглаживанию цикличности.

Экономическая наука разработала значительное число теорий и концепций, объясняющих неравномерность экономической динамики, цикличность колебаний воспроизводства, чередование равновесных и неравновесных состояний экономики, которые и формируют циклы в ее развитии. Еще основоположники классической политэкономии А. Смит и Д. Риккардо пытались найти теоретические объяснения циклических колебаний в экономике. После них К. Маркс сделал новую попытку объяснить сущность экономических циклов, дать характеристику фазам циклических колебаний в эконо-

мике и установить причины неравномерности экономического развития.

Теоретический фундамент концепции экономических циклов и вообще экономического развития рыночного хозяйства был сформулирован в работах М.И. Туган-Барановского, Н.Д. Кондратьева и Й.А. Шумпетера. Их теоретические концепции были развиты в многочисленных научных трудах ученых, в том числе и отмеченных Нобелевской премией по экономике.

М.И. Туган-Барановский, рассматривая вопросы экономических циклов и периодичности возникновения экономических кризисов пришел к выводу о том, что причины неравномерности, цикличности развития капиталистического хозяйства заключаются в колебании спроса и предложения на средства производства [1].

Другой русский экономист, профессор Н.Д. Кондратьев, исследуя экономическую динамику, открыл систему экономических циклов, включающую: малые циклы, продолжительностью 3-4 года; средние циклы, продолжительностью 7-11 лет; большие волны экономической динамики, продолжительностью в 48-60 лет и структурные, состоящие из повышательных и понижательных волн [2].

Результаты исследований, выполненных Н.Д. Кондратьевым, показали, что условиями возобновления и поддержки экономического роста, преодоления понижательных тенденций в экономике, является привлечение свободного капитала в производство, в развитие его новой технологической базы, реорганизация производственных отношений, расширение мировых экономических связей, формирование мощных финансово-промышленных групп, изменение денежного обращения и низкий уровень товарных цен.

Рассматривая теоретические проблемы неравномерности экономического развития, И.А. Шумпетер считал, что цикл является результатом использования в производстве важнейших техни-

ческих достижений. Он считал, что «подъем кончается, а депрессия наступает по истечении того времени, которое должно пройти до появления на рынке новых предприятий» [3].

Из числа теорий, объясняющих колебания экономической конъюнктуры, целесообразно выделить институциональную и социально-психологическую теории, как теории, нечасто применяемые при обсуждении периодичности в динамике общественного развития и как теории, раскрывающей роль человека и общественных институтов в экономике.

Институциональная теория связывает неравномерность экономического развития с особенностями зарождения, формирования и функционирования институтов, влияние отдельных социальных групп на экономическую деятельность через политические и властные структуры государства. Цикл подъемов и спадов в хозяйственной деятельности, таким образом, обусловлен периодами относительно долговременных колебаний в общей направленности экономической политики государства, проводимой теми и иными политико-экономическими кругами общества. Такая периодичность связана, в том числе для условий России, с «циклами руководящих команд» (— демократы — республиканцы (США), государственники — либералы (Россия).

Социально-психологическая теория цикличности экономической деятельности объясняет подъемы и спады в экономике с позиций ментальных контуров, архетипов хозяйственной и корпоративной культуры и других антропологических факторов.

Результаты данного исследования свидетельствуют о том, что интеграция знаний об экономической цикличности в единую теорию требует более глубокого теоретического проникновения в закономерности социальной духовно-нравственной эволюции человеческого общества. При этом следует учитывать,

что формирование единой научной парадигмы неравномерности экономического развития позволит повысить прогностический уровень науки и будет способствовать созданию процедур и методов выявления и оценки факторов макроэкономического риска на каждом этапе экономического цикла. Как представляется, обеспечить такую интеграцию экономического знания позволяет онтология, то есть учение или теория, раскрывающая фундаментальные принципы бытия человека и человеческого общества, в основе которых лежит нравственный закон как свод правил, постановлений, ограничений и запретов, установленных Самим Богом. Христианская антропология учит, что человек в силу своей греховной природы, сформировавшейся в результате его личной и общественной жизни, всегда стоит перед выбором добра и зла. И от того, какой человек делает выбор в каждый конкретный момент своей жизни, зависит его личное счастье и благополучие общества, других людей. От

выбора всех людей в конечном итоге зависит и судьба мира, так как в известной степени судьба человечества находится в руках самого человечества. В жизни человека и общества есть события и явления, которые с точки зрения религиозного мировоззрения проявляются как промысел Божий. Однако очень многое в жизни и судьбе мира зависит от человека в зависимости от того, по какой системе нравственных ценностей он строит свою жизнь. От этого зависит судьба человека, жизнь окружающих его людей и, в конечном итоге жизнь человеческого общества как в планетарном масштабе, так и конкретного народа и национального государства.

Влияние мировоззрения на характер и содержание экономической деятельности, ее результаты прослеживается на различных этапах развития человечества и отдельных стран, в том числе и России, и все более отчетливо эту зависимость можно наблюдать в настоящее время (табл. 1).

Таблица 1 — Этапы трансформации российских духовно-культурных ценностей эволюции экономической политики и фаз экономического цикла [4]

Фазы экономического цикла и экономические результаты	Периоды сопряжения общественных процессов	Этапы	
		Трансформации традиционных ценностей	Эволюция экономической политики
Экономический спад 1990-1998 гг. (падение ВВП на 44%)	С 1990 г. до 1996 г. (доля верующих в численности населения — 40 46%)	1. Сохранение значимости традиционных ценностей при встрече с западным гуманизмом 2. Бифуркация	1. Либерально-этатистский тип (поддержка цен, прямые выплаты, платность финансовых и материальных ресурсов)
	1996-1998 гг. (доля верующих в численности населения - 50%)	3. Активная модернизация духовно-культурных ценностей на основе заимствования норм западного гуманизма	2. Либеральный тип (отказ от промышленной политики, монетарные меры: контроль денежной массы, изменения ставки рефинансирования)
Экономический рост 1999-2008 гг. (прирост ВВП на 69%)	1999-2004 гг. (доля верующих в численности населения — 81%)	4. Конфликт императива и максиме, духовного и материального 5. Попытка возврата к традиционным духовно-культурным ценностям	3. Преодоление институциональных ловушек, структурные реформы 4. Усиление экономической роли государства
	2004-2008 гг. (доля верующих в численности населения страны — 71%)	6. Поддержка развития русской православной ценностной системы с включением адаптированных к русской культуре норм западного гуманизма	5. Этатистско-либеральный тип (промышленная политика, «стерилизация» дополнительных доходов бюджета, монетаризация льгот, и индикативное планирование)

Данные таблицы свидетельствуют о том, что слом духовно-нравственных ценностей российского общества, произошедший в середине 1990-х годов, завершился экономическим коллапсом 1998 года. Попытка возврата к национальной культурной и нравственной традиции в начале 2000-х годов сопровождалась как ростом религиозности населения России, так и значительными успехами в экономике.

Финансово-экономический кризис, берущий свой отсчет с 2008 г., также является результатом доминирующего действия онтологического фактора. Уже с 2006 г. социологи стали отмечать, что в общественном сознании складывается восприятие растущего благосостояния как непрерывного процесса, возрастает число людей готовых ради жизненного успеха переступить через моральные принципы и нормы и вплоть до 2010 г. снижается и численность верующих. Кризисный 2009 г. с 7% экономическим спадом опять напомнил людям о необходимости выбора между духовными и материальными ценностями.

Результаты данного сравнительного анализа динамики российской экономики и ценностной системы российского общества свидетельствуют о существовании зависимости между экономикой и нравственным состоянием общества. Онтология, таким образом, является возможной научной парадигмой, позволяющей создать теорию экономического развития. Все это дает основание по результатам анализа эмпирических данных говорить о том, что христианская система духовно-нравственных ценностей по-прежнему остается важным измерением человеческого бытия и поиск новой теоретической парадигмы экономического развития человеческого общества возможен

только на основе взаимопроникновения религиозного мировоззрения и науки.

Библиографический список:

1. Туган-Барановский М.И. Периодические промышленные кризисы. — М.: Наука. РОССПЭН, 1997.
2. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. — М.: Экономика, 2002. — 767с.
3. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития (исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): М.: Прогресс, 1982. — 455с.
4. Тарасов А.Н. Экономическая и религиозная динамика современной России: сравнительный анализ и выводы // В кн.: Повышение эффективности науки и усиления ее роли в социально-экономическом развитии региона (методы, стимулы, инструменты). — Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2013. — С.28-32.

Bibliographic list:

1. Tugan-Baranovsky M.I. Periodic industrial crises. — M.: Nauka. ROSSPEN, 1997.
2. Kondratyev N.D. The large loops, and the theory of vision. — M: Economics, 2002. — 767p.
3. Schumpeter J.A. Theory of economic development (research business profits, capital, credit, interest and the loop conditions): M.: Progress, 1982. — 455p.
4. Tarasov A.N. Economic and religious dynamics of modern Russia: a comparative analysis and conclusions // In: Improving the effectiveness of science and its role in socio-economic development of the region (methods, incentives, tools). — Rostov-na-Donu: IZD-vo SKNC VSH YUFU, 2013. — P.28-32.

РЫНОК ОБЛИГАЦИЙ РОССИЙСКИХ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ**Аннотация**

В работе рассмотрены основные участники российского рынка облигаций нефтегазового сектора, проанализирована динамика внешнего и внутреннего сегментов рынка и дана оценка тенденциям развития рынка в условиях усиления геополитической неопределенности. Сделан вывод об увеличении роли облигационного финансирования в развитии российских нефтегазовых компаний.

Ключевые слова

Рынок облигаций, нефть, газ, корпорация, доходность облигаций

*U.V. Lakhno***BONDS MARKET OF RUSSIAN OIL AND GAS COMPANIES****Annotation**

The paper discusses the main participants of the Russian oil and gas sector's bond market, the dynamics of external and internal market segments and the trends of the market development in the conditions of strengthening of geopolitical uncertainty are evaluated. The conclusion is made about the increasing role of bond financing in the development of Russian oil and gas companies.

Keywords

Bonds market, oil, gas, corporation, the yield of bonds.

Российский рынок ценных бумаг в последнее время характеризуется увеличением темпов роста долгового сегмента по сравнению с долевым, что обусловлено трансформацией как национального финансового рынка, так и глобального финансового рынка. По данным НАУФОР, в первом полугодии 2013г. число эмитентов облигаций составило 322, было размещено 886 выпусков, по сравнению с аналогичным периодом 2012г. число эмитентов увеличилось на 12, а выпусков на 154. Для сравнения: за это время число эмитентов акций, размещенных на бирже, сократилось на 44 до 270 и выпусков на 6 до 108. [10]

В данной статье анализируется динамика отдельного сегмента рынка корпоративного долга России — облигаций нефтегазовых компаний, при этом

будет рассмотрена не только внутренняя, но и внешняя его часть.

Исследуя рынок облигаций российских нефтегазовых компаний, в первую очередь надо охарактеризовать основных участников рынка, а затем рассмотреть структуру выпусков и доходность облигаций компаний нефтегазовой отрасли и факторы её определяющие.

Данное исследование основано на сведениях, содержащихся в ежеквартальных отчетах эмитентов, проспектах эмиссий и сайтах организаторов торгов, представленных в свободном доступе.

Являясь одними из крупнейших поставщиков на мировом рынке энергоресурсов, российские нефтегазовые компании имеют ограниченные возможности контролировать цены на свою продукцию, поскольку последние зави-

сят от конъюнктуры мирового рынка энергоресурсов, баланса спроса и предложения на рынках сбыта, социально-экономической и политической ситуации в мире и отдельных регионах, погодных условий, природных и техногенных катаклизмов. Отмеченный фактор во многом определяет динамику доходности ценных бумаг нефтегазовых компаний России.

В последние годы в нефтегазовой отрасли активизировались процессы консолидации активов под руководством крупнейших компаний отрасли: ОАО «Роснефть», ОАО «Лукойл», ОАО «Газпром». Например, к ОАО «Акционерная нефтяная компания «Башнефть» в 2012 году были присоединены ОАО «Башкирнефтепродукт», ОАО «Уфанефтехим», ОАО «Оренбургнефтепродукт», ОАО «Уфимский нефтеперерабатывающий завод» и ОАО «Ново-Уфимский нефтеперерабатывающий завод», что позволяет контролировать всю цепочку создания стоимости продукции нефтепереработки, повышая тем самым независимость компании по отношению к внешним факторам. Важную роль для развития рынка и отрасли играют сервисные компании, например, Eurasia Drilling Company, а также трейдеры, обеспечивающие интеграцию российских производителей в глобальные цепочки поставок, в частности, Gunvor Group.

В отечественной нефтегазовой отрасли существует острая конкуренция между ведущими российскими нефтегазовыми компаниями по основным направлениям производственно-хозяйственной деятельности, включая:

- приобретение лицензий на право пользования недрами с целью добычи углеводородов на аукционах, организуемых российскими государственными органами;

- приобретение других компаний, владеющих лицензиями на право пользования недрами с целью добычи углеводородов или существующими активами, связанными с добычей углеводородного сырья;

- реализацию зарубежных проектов;

- привлечение ведущих независимых сервисных компаний;

- приобретение высокотехнологичного оборудования;

- приобретение существующих предприятий розничной сбытовой сети и земельных участков для строительства новых;

- расширение рынков сбыта и объемов реализации. [5]

Для реализации программ развития компании вынуждены привлекать значительные финансовые ресурсы. Длительное время для этих целей использовались либо кредиты банков, либо займы у различных компаний. Одним из первых на рынок корпоративного долга вышел Газпром. Активность нефтегазовых компаний на рынке облигаций возросла после кризиса 2008г., когда начала стабилизироваться цена нефти и возникла необходимость рефинансировать банковские кредиты. При этом компании стали размещать облигации как на российской бирже, так и на зарубежных площадках.

В кредитном портфеле некоторых компаний доля облигаций превышает 50 процентов. Показательным в этой связи является опыт компании ОАО «Газпром нефть». Данные рисунка 1 свидетельствуют о том, что за последние 4 года доля облигаций в структуре кредитного портфеля компании возросла в 3 раза до 60%. При этом удельный вес облигаций, размещенных на внутреннем рынке, достиг 40% в общей структуре долга.

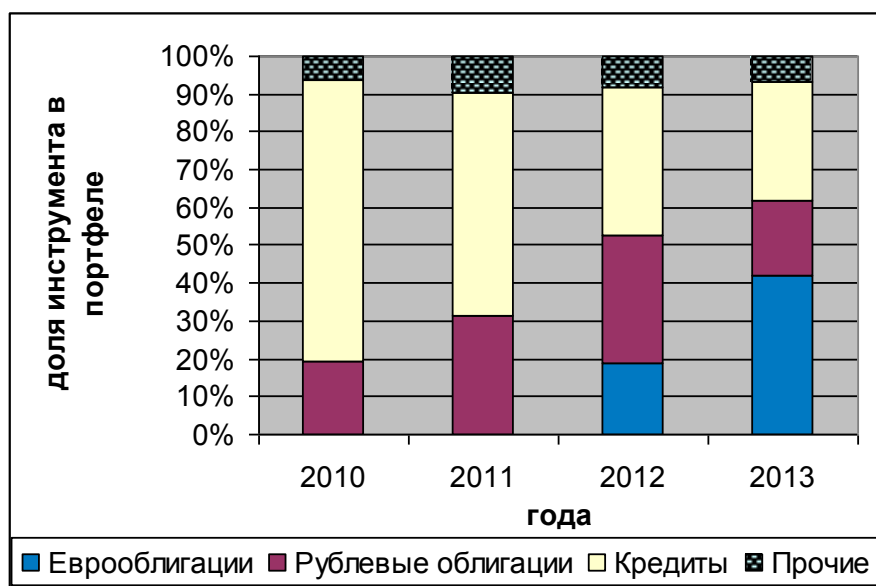


Рисунок 1 — Структура долгового портфеля ОАО «Газпром нефть» [8]

На современном этапе, по данным Банка России, на внутреннем рынке ценных бумаг операции с облигациями нефтегазовых компаний не имеют значительного удельного веса в общей структуре вторичных торгов, наибольший объем сделок осуществляется с бумагами компаний финансового сектора, отдельными энергетическими компаниями. [1] Характеризуя внешний сегмент рынка облигаций российских нефтегазовых компаний, надо отметить что, по данным ЗАО «ПрайсвотерхаусКуперс Аудит», в 2012г. 6% сделок и 18% об-

щего объема эмиссии еврооблигаций пришлось на нефтегазовый сектор, что среди отраслей это второе место после компаний финансового сектора. По итогам аналогичного периода 2013г. место в рейтинге нефтегазовый сектор сохранил, при этом возросли доли — 16% от общего объема сделок и 31% от общего объема эмиссии. [4]

Более детально оценить масштабы внутреннего и внешнего сегментов рынка облигаций нефтегазовых компаний России позволяют данные таблицы 1.

Таблица 1 — Структура выпусков облигаций российских крупнейших нефтегазовых компаний по состоянию на 1.03.2014г.

Эмитент	Выпуски в обращении (число выпусков/сумма долга, млрд.)		
	Рубли	Доллары	Евро
ОАО «Газпром»	3/35	15/16,3	12/10,08
ОАО «Башнефть»	9/100	-	-
ОАО «Роснефть»	11/165	2/3	-
ОАО «Газпром нефть»	6/60	2/3	1/0,75
ОАО «Лукойл»	-	8/8	-
ОАО «НОВАТЭК»	4/34	3/2,25	-
ОАО «Транснефть»	5/169	2/2,35	-
ОАО «ЯТЭК»	2/3,4	-	-

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что и по количеству выпусков, и по объемам эмиссии внешний сегмент рынка облигаций нефтегазовых компаний России доминирует. В основном это объясняется многочисленными займами ОАО «Газпром». ОАО «Роснефть», ОАО «Башнефть» и ОАО «Транснефть» размещают выпуски на внутреннем рынке. Так, в 2013 и 2014г. ОАО «Роснефть» разместило десятилетние выпуски облигаций, объемы эмиссий составили 10, 15, 20 млрд. рублей.

В настоящее время в основном российские нефтегазовые компании выпускают облигации с целью финансирования общекорпоративных нужд компании, финансирования процессов реализации стратегических сделок по слиянию и поглощениям, рефинансирования кредитов. Размещение облигаций

не осуществляется с целью финансирования определенной сделки (взаимосвязанных сделок) или иной операции. В последнее время в связи с простотой размещения нефтегазовые компании, как и большинство российских эмитентов, стали активно выпускать биржевые облигации.

Помощь в размещении выпусков на внутреннем рынке оказывают банки и финансовые компании: ОАО «Сбербанк России», «Ренессанс Брокер», Sberbank CIB, ОАО «РОСБАНК», ОАО «Газпромбанк», ЗАО «ВТБ Капитал», ОАО «Российский Сельскохозяйственный банк», ГК «РЕГИОН».

О динамике доходности облигаций и сроках займа внутренних облигаций мы можем судить по данным таблицы 2.

Таблица 2 — Сведения о выпусках облигаций нефтегазовых компаний, находящихся в обращении [2, 3, 8]

№ серии	Номинальный объем выпуска	Дата размещения	Дата погашения	Дата следующей оферты	Текущая купонная ставка, %
ОАО «Башнефть»					
1	15 млрд руб.	22.12.2009	13.12.2016	-	8,35
02	15 млрд руб.	22.12.2009	13.12.2016	-	8,35
03	20 млрд руб.	22.12.2009	13.12.2016	-	8,35
04	10 млрд руб.	17.02.2012	04.02.2022	19.02.2015	9,00
06	10 млрд руб.	12.02.2013	31.01.2023	12.02.2018	8,65
07	10 млрд руб.	12.02.2013	31.01.2023	10.02.2020	8,85
08	5 млрд руб.	12.02.2013	31.01.2023	12.02.2018	8,65
09	5 млрд руб.	12.02.2013	31.01.2023	10.02.2020	8,85
ОАО «Газпром нефть»					
04	10 млрд руб.	21.04.2009	09.04.2019	16.04.2018	8,2
08	10 млрд руб.	08.02.2011	02.02.2016	-	8,5
09	10 млрд руб.	08.02.2011	26.01.2021	08.02.2016	8,5
10	10 млрд руб.	08.02.2011	26.01.2021	05.02.2018	8,9
11	10 млрд руб.	07.02.2012	25.01.2022	09.02.2015	8,25
12	10 млрд руб.	05.12.2012	23.11.2022	29.11.2017	8,5
ОАО Транснефть»					
01	35 млрд. руб.	25.05.2009	13.05.2019	-	9,5
02	35 млрд. руб.	13.10.2009	01.10.2019	-	9,25
03	65 млрд. руб.	30.09.2009	18.09.2019	-	9,65

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что в течение последних 5 лет компании нефтегазового сектора размещают 5-летние и 10-летние облигации. Займ ОАО «Транснефть», размещенный в 2009г., является одним из крупнейших на рынке. Ставка купона по облигациям нефтегазового сектора

варьируется в зависимости от срока займа, его объема и возможности оферты, но, как правило, не превышает 0,5 п.п.

Охарактеризовать более подробно динамику развития внешнего сегмента позволяют данные таблицы 3.

Таблица 3 — Характеристика выпусков еврооблигаций российских нефтегазовых компаний 2012-2013г. [4]

Эмитент	Дата размещения	Срок (лет)	Валюта	Объем эмиссии (млн.)	Ставка купона	Фондовая биржа
ОАО «Газпром нефть»	20.11.2013	10	USD	1500	6	ISE
1	2	3	4	5	6	7
ОАО «Газпром»	16.10.2013	6	CHF	500	2,85	SIX
ОАО «Газпром»	18.09.13	7	GBP	500	5,34	ISE
ОАО «Газпром»	17.07.2013	5	EUR	900	3,7	ISE, BSE
Gunvor Group	14.05.2013	5	USD	500	5,88	SGX
ОАО «Газпром нефть»	18.04.2013	5	EUR	750	2,93	ISE
ОАО «Лукойл»	17.04.2013	10	USD	1500	4,56	LSE
ОАО «Лукойл»	17.04.2013	5	USD	1500	3,42	LSE
Eurasia Drilling Company	11.04.2013	7	USD	600	4,88	ISE
ОАО «Газпром»	13.03.2013	12	EUR	500	4,36	ISE, BSE
ОАО «Газпром»	13.03.2013	7	EUR	100	3,39	ISE, BSE
ОАО «НОВАТЭК»	12.02.13	4	RUB	1400	7,75	ISE
ОАО «Газпром»	30.01.13	7	USD	800	3,85	FWB (OTC)
ОАО «Газпром»	30.01.13	15	USD	900	4,95	FWB (OTC)
ОАО «НОВАТЭК»	06.12.12	10	USD	1000	4,42	ISE

Где CHF — швейцарский франк; GBP — британский фунт; EUR — евро; RUB — российский рубль; USD — доллар США

BSE — Берлинская фондовая биржа; FWB — Франкфуртская фондовая биржа; ISE — Ирландская фондовая биржа; LSE — Лондонская фондовая биржа; SGX — Сингапурская биржа; SIX — Швейцарская биржа; OTC — Внебиржевой рынок

Анализ данных таблицы 3 позволяет сделать вывод, что 8 из 15 займов номинированы в дол. США, 4 в евро. В зависимости от биржи, срока и размера

займа у одного эмитента ставка купона может варьироваться более чем на 1%.

Российские компании размещают облигации в основном на Ирландской и Берлинской биржах. Организаторами выпусков, как правило, выступают: Bank of America Merrill Lynch, Barclays Capital, Deutsche Bank, Citigroup, Morgan Stanley, JP Morgan, ВТБ Капитал, Газпромбанк.

Важно отметить, что в программах выпуска еврооблигаций российских нефтегазовых компаний участвуют 100% - ные дочерние структуры, выступая, таким образом, в качестве инвестора по отношению к материнской ор-

ганизации. Например, при размещении облигаций ОАО «ЛУКОЙЛ» участвует LUKOIL International Finance B.V. — 100%-ное дочернее предприятие, зарегистрированное в Нидерландах. [11] В 2004г. ОАО «Газпром» получил от Газпром Интернешнл в счет структурированных облигаций 1 250 млн. дол. США со сроком погашения в 2020г. и процентной ставкой 7,2% и от Газ Капитал СА 1200 млн. дол. США со сроком погашения в 2034г. под 8,6%. [6] По данным ИТАР-ТАСС, в феврале 2014г. ОАО «Газпром» разместило семилетние еврооблигации на 750 млн. евро с доходностью 3,6% для финансирования кредита от Gaz Capital S.A. В рамках программы евро нот, которая была запущена в 2003 году, Gaz Capital выпустил облигации, номинированные в долларах, евро, иенах, фунтах стерлингов и швейцарских франках [9]

Представленная информация позволяет сделать вывод о правомочности употребления в отношении нефтегазовых компаний понятия «облигационное финансирование», введенного в оборот Семериной Ю.В., под которым понимается систематическая, целенаправленная деятельность хозяйствующего субъекта, обладающего высоким уровнем информационной прозрачности, с целью привлечения на длительный срок финансовых ресурсов в значительных объемах [12, с.8]

Каковы перспективы инвестиционной привлекательности облигаций российских нефтегазовых компаний? В первую очередь хотелось бы отметить, что на фоне стабильного уровня потребления нефти и отсутствия в среднесрочной перспективе альтернативных источников топлива, способных в существенной мере заместить нефть и нефтепродукты, существенного ухудшения ситуации в отрасли не ожидается. Кроме этого, поскольку в США сохраняется запрет на экспорт нефти и

газа, то значительной трансформации энергорынка не произойдет.

Далее по состоянию на 30 сентября 2013г. доля валютных займов у некоторых компаний составляла примерно 43% валюты баланса.

В условиях снижения курса национальной валюты необходимо учитывать увеличение затрат на обслуживание внешних заимствований. Сглаживающим фактором в этом случае выступает экспортная выручка нефтегазовых компаний, позволяющая нивелировать отрицательную динамику курса рубля. Кроме этого положительным моментом для российских компаний заемщиков зарубежного капитала является относительная стабильность ставки LIBOR, к которой привязано большинство иностранных кредитов.

Политическая неопределенность и высокая вероятность военного конфликта в Украине напоминают ситуацию 2008г., когда начало войны в Грузии в условиях мирового финансового кризиса стало катализатором оттока капитала с российского фондового рынка и ведущие фондовые индексы достигли минимальных значений. Следствие рекордное повышение ставок по облигациям.

Пока российский фондовый рынок характеризуется повышенной волатильностью, то есть после падения фондовых индексов начинается их восстановление, но усугубление ситуации вероятностью введения экономических санкций по отношению к России со стороны стран-импортеров дает основание сделать прогноз об увеличении стоимости облигационного финансирования для российских нефтегазовых компаний, при этом возможны ограничения заимствования на внешнем рынке.

Проведенное исследование позволило установить, что в последние годы наблюдается тенденция сокращения доходности и увеличения сроков заимствования нефтегазовых компаний на

рынке облигаций, что сделало облигации востребованным дополнением, а иногда и альтернативой банковского кредитования.

Библиографический список

1. Аналитические материалы ЦБ РФ. Состояние внутреннего финансового рынка в ноябре 2013 г. http://www.cbr.ru/analytics/?Prtid=finmarket&ch=itm_58970#CheckedItem.

2. Долговой портфель ОАО «Башнефть» http://www.bashneft.ru/shareholders_and_investors/capital/debt_portfolio/.

3. Долговой портфель ОАО «Транснефть» <http://www.transneft.ru/investors/245/>.

4. Еврооблигации российских эмитентов за 12 месяцев, окончившихся 30 ноября 2013 г. и 2012 г. ЗАО «ПрайсвотерхаусКуперс Аудит» 04.12.2013 www.pwc.ru/capital-markets.

5. Ежеквартальный отчет ОАО «Газпромнефть» <http://ir.gazpromneft.ru/disclosure-information-according-to-russian-legislation/quarterly-reports/>.

6. Годовой отчет ОАО «Газпром» за 2004 г.

7. Ежеквартальный отчет ОАО «Акционерная компания по транспорту нефти «Транснефть» за 3 квартал 2013 г. <http://www.transneft.ru/>.

8. Информация для инвесторов ОАО «Газпромнефть» <http://ir.gazpromneft.ru/debt-relations/debt-profile/>.

9. Информационный ресурс <http://ru.cbonds.info/news/item/702913>

10. Российский фондовый рынок: первое полугодие 2013 года. События и факты http://www.naufor.ru/download/pdf/factbook/ru/RFR2013_1.pdf

11. Сведения о ценных бумагах ОАО «ЛУКОЙЛ» http://www.lukoil.ru/static_6_5id_246_.html.

12. Семерина Ю.В. Теория и методология облигационного финансирования хозяйствующих субъектов на

российском рынке ценных бумаг. Автореферат диссертации на соиск. ст. д.э.н., Саратов, 2012 г., 36 с.

Bibliographic list

1. Analytical material of CB. Conditions of domestic financial market in November 2013 г. http://www.cbr.ru/ng/analytics/?Prtid=finmarket&ch=itm_.

2. The debt portfolio of the JSC «Bashneft» http://www.bashneft.ru/shareholders_and_investors/capital/debt_portfolio/.

3. The debt portfolio of the JSC «Transneft» <http://www.transneft.ru/investors/245/>.

4. Eurobonds for the 12 months ended November 30, 2013 and 2012, ZAO «PricewaterhouseCoopers Audit» 04.12.2013 www.pwc.ru/capital-markets.

5. The quarterly report of OJSC «Gazprom Neft» <http://ir.gazpromneft.ru/disclosure-information-according-to-russian-legislation/quarterly-reports/>.

6. Annual report of ОАО «Газпром» for 2004.

7. Quarterly report of OJSC «Joint-stock company for oil transportation «Transneft» for the 3rd quarter of 2013 <http://www.transneft.ru/>.

8. Information for the investors of OJSC «Gazpromneft» <http://ir.gazpromneft.ru/debt-relations/debt-profile/>.

9. Information resource <http://ru.cbonds.info/news/item/702913>.

10. Russian stock market: the first half of 2013. Events and facts http://www.naufor.ru/download/pdf/factbook/ru/RFR2013_1.pdf.

11. Information on securities JSC «LUKIOIL» http://www.lukoil.ru/static_6_5id_246_.html.

12. Semerina Y.V. Theory and methodology of bond financing of economic entities on the Russian securities market. The dissertation on SOIC. Art. doctor of Economics, Saratov, 2012, SS.

В.О. Омельченко

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРИФИРМЕННОГО ИНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Аннотация

Финансовая устойчивость экономического субъекта характеризуется большим количеством индикаторов, динамика которых может быть разнонаправленной, что затрудняет принятие решения о векторе происходящих изменений. В таких условиях наиболее эффективным является применение обобщающих показателей. В статье представлен авторский подход к формированию внутрифирменного интегрального показателя финансовой устойчивости.

Ключевые слова

Финансовая устойчивость, внутрифирменный интегральный показатель финансовой устойчивости, метод линейного преобразования.

V.O. Omelchenko

METHODS OF FORMING OF INTERNAL INTEGRAL INDICATOR OF FINANCIAL STABILITY

Annotation

Financial sustainability of economic entities is characterized by a large number of indicators, whose dynamics can be multidirectional, which complicates the decision on the vector of changes. In such conditions the most effective is the application of the generalised indicators. The article presents the author's approach to the formation of the internal integral indicator of financial stability.

Keywords

Financial stability, corporate integral indicator of financial stability, the method of linear transformations.

Оценка уровня финансовой устойчивости занимает одно из центральных мест в анализе и планировании финансового состояния коммерческой организации, мониторинге её инвестиционной привлекательности. Проведенные исследования [5, с.47-49] показали, что для оценки финансовой устойчивости применяется значительное количество абсолютных и относительных показате-

лей. Зачастую расчеты свидетельствуют о разнонаправленной динамике индикаторов финансовой устойчивости, что затрудняет принятие решения о векторе происходящих изменений. Так, была проведена оценка финансовой устойчивости ряда авиастроительных предприятий, её результаты представлены в табл.1.

Таблица 1 — Динамика показателей финансовой устойчивости
ОАО «Вертолеты России» и отдельных обществ за 2010-2012 гг.

Показатель	Нормативные ограничения	ОАО «Вертолеты России»			ОАО «Роствертол»			ОАО «Казанский вертолетный завод»			ОАО «Московский вертолетный завод им. М.И.Миля»		
		2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
1. Коэф. абсол. ликвидности	0,2-0,3	0.274	0.168	0.134	0,155	0,097	0,118	0.185	0.104	0.195	0.135	0.033	0.0196
2. Коэф. срочной ликвидности	0,6-0,7	0.748	0.855	0.839	0,0799	2,029	2,288	0.483	0.869	0.883	0.446	0.443	0.357
3. Коэф. текущей ликвидности	1-2	1.306	1.119	1.209	1,94	3,391	3,722	1.428	1.855	1.867	0.888	0.886	0.844
4. Коэф. автономии	0,5-0,55	0.248	0.281	0.30	0,319	0,190	0,175	0.240	0.281	0.30	0.174	0.146	0.137
5. Коэф. фин. зависимости	>1	3.880	1.993	2.369	2,13	4,25	4,94	3.13	1.993	2.369	4.738	5.856	6.30
6. Коэф. маневренности	0,3-0,5	-0.406	0.633	0.592	0,388	0,283	0,258	0.476	0.633	0.592	-1.391	-0.411	-0.752

Данные свидетельствуют, что в целом все организации имеют достаточно низкий уровень финансовой устойчивости. При этом расчеты подтверждают сделанный выше тезис о

разнонаправленной динамике. В качестве наглядного примера на рис.1 изображена динамика коэффициента автономии исследуемых компаний за 2010-2012 гг.

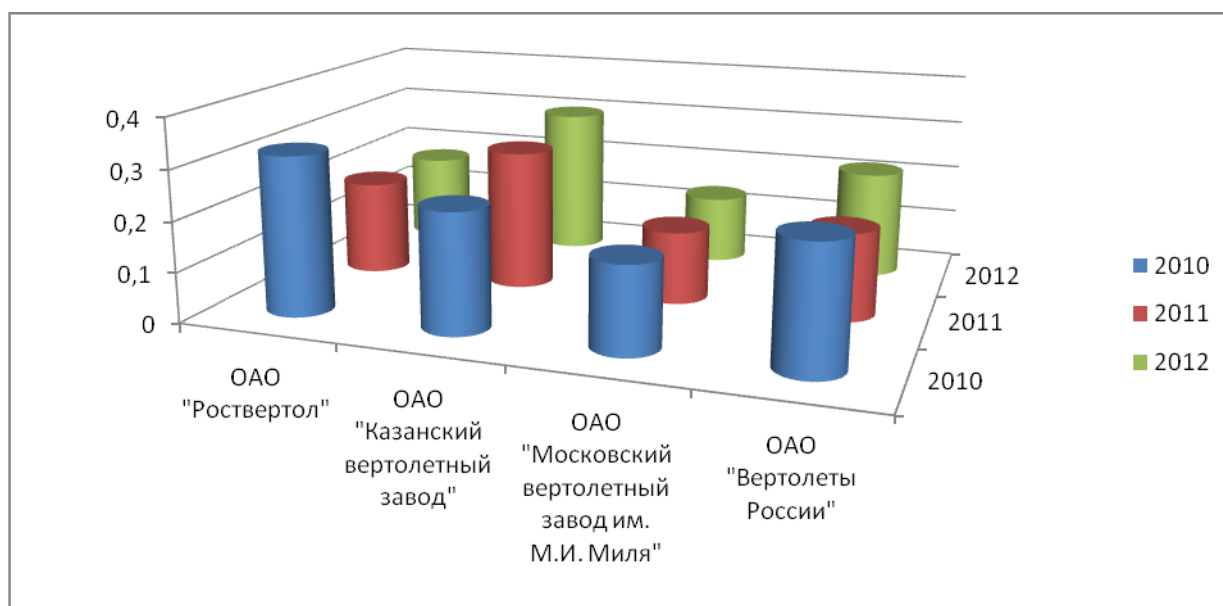


Рисунок 1 — Динамика коэффициента автономии ОАО «Вертолеты России» и отдельных обществ за 2010-2012 гг.

Аналогичная ситуация прослеживается и по всем остальным рассчитанным показателям (коэффициент финансовой независимости, коэффициент маневренности, коэффициенты ликвидности). Их разнонаправленная динамика затрудняет возможность сделать однозначный вывод о векторе изменения финансовой устойчивости. В таких условиях наиболее эффективным является применение обобщающих показателей.

Мониторинг экономической литературы свидетельствует о наличии интереса к разработке интегральных оценок финансовой устойчивости. В числе наиболее распространенных следует отметить методы расчетно-индикативный и экспертных оценок, описанные многочисленными авторами [2, 3, 4, 6]. Не умаляя значения проведенных исследований, надо отметить, что практически все они имеют общеметодический характер и не отражают специфики функционирования конкретного экономического субъекта. Нормативные ограничения входящих в состав интегральной оценки показателей задаются, в лучшем случае, в пределах отрасли хозяйствования и не учитывают ни масштабов деятельности коммерческой организации, ни стадии её жизненного цикла, ни, тем более, стратегии фирмы. Так, например, на стадии роста менеджмент компании может (и должен) намеренно идти на риск снижения финансовой устойчивости в целях повышения конкурентоспособности. В таких условиях заниженные значения показателей финансовой устойчивости не будут иметь отрицательный характер, а станут результатом реализации стратегических целей. Поэтому необходимо применение интегрального показателя финансовой устойчивости максимально адекватного внутрифирменной финансовой политике.

Разработана авторская методика расчета внутрифирменного интегрального показателя финансовой устойчивости, базирующаяся на методе линейных преобразований. Её алгоритм включает в себя ряд последовательных шагов.

Шаг 1. Определяется состав показателей, характеризующих финансовую устойчивость экономического субъекта. Выбор осуществляется исходя из отраслевых особенностей деятельности. Количество показателей не лимитируется, но их состав нужно применять последовательно в целях достижения сопоставимости полученных результатов.

Шаг 2. Каждому показателю задается нормативное значение, адекватное масштабу экономической деятельности конкретного экономического субъекта, а также отраслевым, региональным, внешним и внутренним условиям и специфике функционирования. Данное значение определяется менеджментом компании **самостоятельно исходя** из специфики деятельности и стратегии функционирования. Например, для коэффициента текущей ликвидности ($K_{тл}$) традиционно в экономической литературе рекомендуемым значением является диапазон от единицы до двух (1-2). Менеджмент торговой организации может посчитать оптимальным $K_{тл} = 2$, а для организации промышленного сектора его нормативное значение может быть установлено на уровне $K_{тл} = 1$. Таким образом, в рамках предложенной методики нормативное значение определяется индивидуально и отражает **идеальную** величину показателя исключительно для конкретного экономического субъекта, соответствующую стратегическим целям развития компании.

Шаг 3. Применяется метод линейного преобразования. Поскольку все показатели финансовой устойчиво-

сти имеют различные нормативные ограничения, то их абсолютные значения являются несопоставимыми. Поэтому для устранения данного недостатка в экономике чаще всего применяются ранжирование, в процессе которого дается субъективная оценка уровня показателя и его динамике, и метод рейтинговых оценок. Общим и наиболее существенным для обоих методов является необходимость в большинстве случаев применения субъективных суждений. Предлагается применять метод линейного преобразования, суть которого сводится к тому, что переменные x_1, x_2, \dots, x_n заменяются на новые переменные x'_1, x'_2, \dots, x'_n , через которые первоначальные переменные выражаются линейно, то есть в результате линейного преобразования одно множество объектов отображается на другое множество объектов. Как отмечал Р. Аллен, «для линейного преобразования наиболее общим является следующее определение: отображение одного множества векторов на другое множество, при котором линейная комбинация векторов первого множества отображается подобной же линейной комбинацией векторов второго множества» [1, с. 58].

Предлагается преобразовать исходное значение каждого показателя финансовой устойчивости, включенного в интегральную оценку, к такому виду, нормативным ограничением для которого всегда бы была единица. Такое преобразование позволит перевести отдельные показатели в единую плоскость координат, что сделает их сопоставимыми.

Шаг 4. По каждому показателю рассчитывается коэффициент линейного преобразования путем деления единицы на установленное нормативное значение показателя. Данный коэффициент позволит в дальнейшем путем линейного преобразования рассчитать производное значение исходного показателя

как нормативного, так и фактического. При этом, как уже было отмечено, надо руководствоваться следующим: все показатели рассчитываются по различным формулам и имеют индивидуальные уровни нормативных ограничений. В результате абсолютные величины отдельных показателей несопоставимы. Применение линейного преобразования позволит получить такое производное значение исходного показателя, для которого норматив всегда бы равнялся единице, что математически будет выглядеть следующим образом:

$$ПП_{\text{норм}} = P_{\text{норм}} \times K_{\text{лп}} = 1 \quad (1)$$

где: $ПП_{\text{норм}}$ — нормативный производный показатель,

$P_{\text{норм}}$ — нормативное значение показателя,

$K_{\text{лп}}$ — коэффициент линейного преобразования.

Шаг 5. Определяется нормативное производное значение интегрального показателя финансовой устойчивости по формуле:

$$ФУИ_{\text{норм}} = \sum_{i=1}^n P_{\text{норм } i} \times K_{\text{лп } i} \quad (2)$$

где: $ФУИ_{\text{норм}}$ — нормативный интегральный показатель финансовой устойчивости,

$P_{\text{норм } i}$ — нормативное значение i -го показателя, характеризующего финансовую устойчивость,

$K_{\text{лп } i}$ — коэффициент линейного преобразования i -го показателя;

Поскольку

$P_{\text{норм } i} \times K_{\text{лп } i} = 1$, то в результате суммирования всегда можно получить целое число, значение которого показывает количество отдельных показателей финансовой устойчивости, использованных для интегральной оценки.

Шаг 6. Определяется фактическое производное значение показателя путем умножения его фактического

значения на коэффициент линейного преобразования. Расчет осуществляется по формуле:

$$\text{ПП}_{\text{факт } i} = \text{П}_{\text{факт } i} \times \text{К}_{\text{лп } i} \quad (3)$$

где: $\text{ПП}_{\text{факт } i}$ — фактический производный i -й показатель,

$\text{П}_{\text{факт } i}$ — фактическое значение i -го показателя,

$\text{К}_{\text{лп } i}$ — коэффициент линейного преобразования i -го показателя.

Полученное в результате линейного преобразования фактическое производное значение показывает **степень соответствия** исходного показателя его нормативному значению.

Шаг 7. Определяется фактическое значение интегрального показателя финансовой устойчивости по формуле:

$$\text{ФУИ}_{\text{факт}} = \sum_{i=1}^n \text{П}_{\text{факт } i} \times \text{К}_{\text{лп } i} \quad (4)$$

где: $\text{ФУИ}_{\text{факт}}$ — фактический интегральный показатель финансовой устойчивости,

$\text{П}_{\text{факт } i}$ — фактическое значение i -го показателя, характеризующего финансовую устойчивость,

$\text{К}_{\text{лп } i}$ — коэффициент линейного преобразования i -го показателя.

Проиллюстрировать методику расчета внутрифирменного интегрального показателя финансовой устойчивости можно на примере данных ОАО «Роствертол», результаты расчета представлены в таблице. Рассмотрим пошагово приведенный пример.

Таблица 2 — Расчет интегрального показателя финансовой устойчивости на примере данных ОАО «Роствертол» за 2010-2012 гг.

Показатель	Нормативное ограничение показателя	Нормативное производное значение показателя	Коэффициент линейного преобразования (1 / гр.1)	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
				Фактическое значение показателя	Фактическое производное значение показателя (гр.4 x гр.3)	Фактическое значение показателя	Фактическое производное значение показателя (гр.6 x гр.3)	Фактическое значение показателя	Фактическое производное значение показателя (гр.8 x гр.3)
1. Коэф. абсолют. ликвидности	0,2	1	5	0,155	0,775	0,097	0,485	0,118	0,59
2. Коэф. срочной ликвидности	0,7	1	1,43	0,0799	0,114	2,029	2,901	2,288	3,272
3. Коэф. текущей ликвидности	2	1	0,5	1,94	0,97	3,391	1,696	3,722	1,861
4. Коэффициент автономии	0,5	1	2	0,319	0,638	0,190	0,38	0,175	0,35
5. Коэф. фин. зависимости	2	1	0,5	2,13	0,533	4,25	1,063	4,94	1,235
6. Коэффициент маневренности	0,3	1	3,33	0,388	1,292	0,283	0,942	0,258	0,859
7. Интегральный показатель финансовой устойчивости	x	6	x	x	4,322	x	7,467	x	8,167

Шаг 1. Первоначально определяется состав показателей, характеризующих финансовую устойчивость экономического субъекта (графа А таблицы 2). В целях упрощения примера использовано всего шесть коэффициентов, но количество показателей может быть любым, поскольку в условиях автоматизации осуществление расчетов не составляет затруднений. В то же время следует выбирать показатели, максимально соответствующие отраслевой специфике организации, и их состав следует применять последовательно в целях достижения сопоставимости полученных результатов.

Шаг 2. По каждому показателю задано нормативное значение, которое адекватно специфике функционирования ОАО «Роствертол» (графа 1 таблицы 2). Так, например, поскольку Общество является крупным промышленным предприятием с высоким удельным весом внеоборотных активов в составе имущества, то целесообразным будет установить для коэффициента маневренности нижнее значение (0,3) из рекомендуемого нормативного диапазона (0,3-0,5). Таким образом, в рамках предложенной методики нормативное значение должно определяться индивидуально и отражать *идеальную* величину показателя с точки зрения менеджмента компании.

Шаг 3. По каждому показателю рассчитан коэффициент линейного преобразования путем деления единицы на установленное нормативное значение показателя (графа 3 таблицы 2). Так, по коэффициенту маневренности коэффициент линейного преобразования равен: $1 / 0,3 = 3,33$.

Шаг 4. Определяется нормативное производное значение интегрального показателя финансовой устойчивости по формуле (2). Поскольку в соответствии с предложенной методикой в результате линейного преобразования

нормативное производное значение отдельного показателя всегда равно единице, то в результате суммирования всегда получается целое число, значение которого показывает количество отдельных показателей финансовой устойчивости, использованных для интегральной оценки. В данном примере это значение равно шести (итог графы 2), поскольку в качестве примера использовано шесть коэффициентов.

Шаг 5. Определяется фактическое производное значение показателя путем умножения его фактического значения на коэффициент линейного преобразования. Расчет осуществляется по формуле (3). Полученное в результате линейного преобразования фактическое производное значение показывает **степень соответствия** исходного показателя его нормативному значению. Так, по коэффициенту маневренности за 2012 г. фактическое производное значение равно 0,859 что означает выполнение заданного норматива (графа 1 таблицы 2) на 85,9%.

Шаг 6. Определяется фактическое значение интегрального показателя финансовой устойчивости по формуле (4). В предложенном примере его динамика имеет следующий вид (строка 7 таблицы 2): норматив — 6, факт за 2010 г. — 4,322, факт за 2011 г. — 7,467, факт за 2012 г. — 8,167. Полученные результаты позволяют сделать вывод, что в 2010 году ОАО «Роствертол» имело низкую финансовую устойчивость, не соответствующую заданному нормативу ($4,322 < 6$). В 2011 г. Общество стало финансово устойчивым ($7,467 > 6$), в 2012 году его положение ещё более укрепилось ($8,167 > 6$), то есть налицо положительная динамика. Данный вывод полностью подтверждается результатами анализа трёхкомпонентного показателя финансовой устойчивости ОАО «Роствертол» (таблица 3).

Таблица 3 — Анализ финансовой устойчивости ОАО "Роствертол" за 2010-2012 гг.

Показатели	2010	2011	2012
Собственный капитал, млн. руб.	5 959 329	6 747 969	9 529 296
Внеоборотные активы, млн. руб.	3 644 929	4 836 842	7 067 447
Собственный оборотный капитал (СОК), млн. руб.	2 314 400	1 911 127	2 461 849
Долгосрочные кредиты и займы, млн. руб.	4 970 111	19 646 533	32 536 779
Собственный оборотный капитал и долгосрочные кредиты и займы, млн. руб.	7 284 511	21 557 660	34 998 628
Краткосрочные кредиты и займы, млн. руб.	273 720	20 000	4 159 990
Собственный оборотный капитал и краткосрочные кредиты и займы, млн. руб.	7 558 231	21 557 660	39 158 618
Запасы, млн. руб.	8 564 270	12 274 267	10 664 011
Излишек +, недостаток — СОК, млн. руб.	-6 249 870	-10 363 140	-8 202 162
Излишек +, недостаток -, СОК + Дк, млн. руб.	-1 279 759	928 339	24 334 617
Излишек +, недостаток -, СОК + Дк + Кк, млн. руб.	-1 006 039	9 306 393	28 496 607
Трехкомпонентный показатель	(0.0.0.)	(0.1.1.)	(0.1.1.)
Тип финансовой устойчивости	кризис	норм.	норм.

Наверняка, предложенная методика обладает определенными недостатками, но думается, что её применение дает возможность реализовать следующие преимущества:

1. Разнонаправленная динамика отдельных показателей не позволяет сделать однозначный вывод о направленности изменения финансовой устойчивости. Применение интегральной оценки лишено данного недостатка.

2. Методика позволяет разработать индивидуальный вариант интегрального показателя финансовой устойчивости, наиболее адекватного специфике деятельности экономического субъекта. При этом увеличение количества показателей не вызывает никаких затруднений с расчетами, поскольку они легко автоматизируются посредством простейшего программного обеспечения, например Excel 2010.

3. Единый подход к планированию и оценке финансовой устойчивости позволяет осуществлять сопоставительный анализ не только в динамике по отдельному экономическому субъекту, но и между несколькими объектами в рамках корпорации, отрасли, региона.

4. В отличие от методик, использующих ранжирование изменения от-

дельных показателей финансовой устойчивости, в данном подходе отсутствует необходимость применения субъективных оценок произошедших колебаний.

5. Предложенный метод позволяет осуществлять текущий мониторинг финансовой устойчивости экономического субъекта, что дает возможность вовремя обнаруживать негативные явления и оперативно принимать корректирующие меры.

6. Наиболее важным достоинством методики считается возможность интегрирования не только финансовых, но и нефинансовых показателей в разрезе блоков оценки (финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие), что может использоваться в качестве инструмента практической реализации системы сбалансированных показателей.

Библиографический список

1. Аллен Р. Математическая экономика / Пер. с англ. — М., 1963.
2. Гилязова Л. Р. Методика расчета интегрального показателя финансовой устойчивости на основе данных бухгалтерского баланса // Молодой ученый. — 2012. — №8. — С. 91-93.

3. Кован С.Е., Кочетков Е.П. Финансовая устойчивость и её оценка для предупреждения банкротства предприятия // Экономический анализ: теория и практика. — 2009. — № 15 (144). — С. 52-60.

4. Любушин Н.П., Бабичева Н.Э., Галушкина А.И., Козлова Л.В. Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций // Экономический анализ: теория и практика. — 2010. — №1 (166). — С. 3-11.

5. Омельченко В.О. Финансовая устойчивость коммерческих организаций: сущность, понятия, способы оценки // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2013. — № 3. — С. 43-50.

6. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В.. Методика финансового анализа. — М.: ИНФРА-М, 2001.

Bibliographic list

1. Allen R. Mathematical Economics / Trans. from English. — М., 1963.

2. Gilyazova L.R. Methodology of calculation of index of financial stability on the basis of the data of the balance sheet // Young scientist. — 2012. — №8. — P. 91-93.

3. Cowan S.E, Kochetkov H.E. Financial stability and its evaluation for the prevention of bankruptcy of enterprises // the Economic analysis: theory and practice. — 2009. — № 15 (144). — P. 52-60.

4. Lyubushin a N, Babicheva BC, Galushkina A.I., Kozlova L.V. The analysis of methods and models for estimation of financial stability of organizations // the Economic analysis: theory and practice. — 2010. — №1 (166). — P. 3-11.

5. Omelchenko V.O. Financial stability of the commercial organizations: the nature, definitions, assessment methods, // Vestnik RGAU (rinkh). — 2013. — № 3. — P. 43-50.

6. Sheremet ROAD, Saifulin R.S., Negashev E.V.. Methods of financial analysis. — М: INFRA-M, 2001.

S.S. Panasenko

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В статье проведен анализ современного состояния инновационной деятельности в аграрной сфере экономики; выявлены основные проблемы, перечислены основные направления в рамках ее активизации.

Ключевые слова

Инновационная деятельность, агропромышленный комплекс, государственное регулирование, Госпрограмма, модернизация, инвестиции.

S.S. Panasenko

THE GUIDELINES AND PROBLEMS OF INNOVATION ACTIVITY IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF ECONOMY

Annotation

This paper analyzes the current state of innovation activity in the agricultural sector of the economy, the main problems are outlined, the main guidelines are enumerated.

Keywords

Innovation activity, agribusiness, government regulation, state program, modernization, investments

Переход на инновационный курс развития в сфере агропромышленного комплекса — это залог обеспечения продовольственной безопасности страны.

В настоящее время развитие инновационной деятельности испытывает существенные затруднения. Россия продолжает далеко отставать от развитых стран, более того этот разрыв увеличивается. Так, например, затраты на НИОКР сегодня не превышают 1,2% ВВП, при этом в развитых странах до 85% ВВП формируются за счет новых знаний, реализуемых в наукоемких технологиях.

Направление развития инновационных процессов в сельском хозяйстве весьма противоречиво. С одной стороны, в последние годы аграрная наука успешно функционирует, а передовые хозяйства, организуют освоение инноваций. С другой стороны, в целом по агропромышленному комплексу этого не происходит.

По своему инновационному развитию регионы Российской Федерации делятся на четыре группы:

1. Регионы, обладающие большим инновационным потенциалом, являющиеся генераторами инноваций, в них сосредоточена большая часть инновационного потенциала страны (Москва, Санкт-Петербург, Московская и Свердловская области).

2. Регионы, обладающие достаточно высоким инновационным потенциалом (Ростовская, Новосибирская, Тюменская, Челябинская, Омская, Воронежская, Волгоградская Ленинградская и Саратовская области, Краснодарский и Приморский края);

3. Регионы с невысоким инновационным потенциалом (Оренбургская, Белгородская, Курская Мурманская и Калининградская области, Хабаровский

и Алтайский края и Республика Дагестан).

4. Регионы с низким инновационным потенциалом (Астраханская, Смоленская, Брянская, Амурская, Курганская и Псковская области, Забайкальский край, Республики: Бурятия, Карелия, Чеченская Республика, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия, Ала-ния, Тыва, Алтай и Ингушетия).

Третья и четвертая группы регионов характеризуются незначительным количеством малых научных и инновационных предприятий; отсутствием или формальным существованием инновационной инфраструктуры; ограниченными финансовыми возможностями региональных властей и крупного бизнеса; отсутствием новых идей и молодых ученых.

Основными причинами замедленного развития инновационной деятельности в аграрном секторе являются:

- в советский период научно-технические достижения контролировались и финансировались преимущественно государством, в связи с этим инновационной деятельностью занимались в основном крупные государственные учреждения. В настоящее же время, самостоятельно распределяя ресурсы, предприятия не всегда отдают приоритет инновациям. Отсюда отсутствие серьезного опыта ведения инновационной деятельности в рыночных условиях;

- большинство предприятий АПК не готовы к инновационной деятельности, им намного проще применять уже имеющееся оборудование и технологии;

- отсутствие взаимосвязанной инновационной инфраструктуры. Эффективная инновационная деятельность — это единый непрерывный процесс между разработкой нововведений и его внедрением в производство;

- нехватка инновационных площадок и производственной базы в целом;

- отсутствуют благоприятных финансов-кредитных условий, а также мер государственной поддержки инновационной деятельности (экономическое стимулирование, налоговые льготы), что приводит к незаинтересованности потребителей и инвесторов в ней;

- дефицит квалифицированных кадров, отсутствие и нехватка опыта ведения инновационных проектов. Речь идет о специалистах, которые способны продвигать инновации на рынок;

- отсутствие системной, четко структурированной нормативно-правовой базы для осуществления всех стадий инновационной деятельности.

Эти барьеры и проблемы инновационного развития в совокупности определяют главную системную проблему: темп развития, структура и научно-технический уровень исследований и разработок научной сферы как региона, так и государства в целом не отвечает потребностям развития национальной экономики, ее структурной перестройки и повышения конкурентоспособности.

Сельское хозяйство сегодня начинает возрождаться, но нуждается в обширной модернизации. Основной целью инноваций в агропромышленном секторе является, в первую очередь развитие инновационного малого предпринимательства, а также обширное использование результатов фундаментальных и прикладных научных исследований, изобретений в сфере сельского хозяйства.

Активизация инновационной деятельности в экономике государства и в ее ведущем звене — аграрно-промышленном комплексе — предполагает осуществление мероприятий по следующим направлениям:

1. Развитие инфраструктуры научно-технической и инновационной деятельности (комплекс заинтересованных научных, образовательных, производ-

ственных и наукоемких структур с участием государства на различных уровнях, задействованных в разработке и производстве научной и научно-технической продукции; инновационно-технологические центры, технопарков).

2. Создание мотивационного механизма инновационной деятельности (финансирование приоритетных научных исследований, государственная поддержка наукоградов; стимулирование малого научно-технического и инновационного предпринимательства; обеспечение доступности финансовых средств и ресурсов для предприятий АПК и его отраслей; налоговые льготы, субсидии и дотации).

3. Совершенствование и подготовка научных кадров (повышение престижа и привлекательности научно-технической деятельности; совершенствование системы оплаты труда работников бюджетных научных организаций; стимулирующие выплаты за различные достижения в области науки и техники, создание условий для закрепления молодежи в сфере науки, технологий; подготовка инновационно ориентированных специалистов).

4. Переход к неценовой конкуренции, основой которой является «всеобщее качество и новизна»; разработка и продвижение на рынок принципиально новых товаров и услуг.

5. Совершенствование нормативно-правового регулирования инновационной деятельности.

6. Формирование системы освоения инновационных технологий в аграрной сфере, основанных на ресурсосбережении, это, прежде всего рациональное использование природных ресурсов, оптимальная эксплуатация сельскохозяйственной техники, оборудования.

7. Создание благоприятных условий для увеличения объема инвестиций, стимулирование инвестиционной при-

влекательности и инновационной активности в АПК.

Основой инновационного развития отрасли на различных уровнях управления должен стать программно-целевой подход.

Наиболее эффективные методы программно-целевого планирования и управления в ходе освоения приоритетного национального проекта «Развитие АПК», а также при реализации федеральной целевой программы «Социальное развитие села» не оправдали себя.

Также разработана Госпрограмма развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции сырья и продовольствия на 2013-2020 годы, главной задачей, которой является создание целостного механизма, стимулирующего хозяйствующие субъекты к технико-технологической модернизации сельского хозяйства.

Госпрограмма — 2020 предусматривает: субсидирование кредитов сельхозпроизводителей по инвестиционным проектам; государственный лизинг технических средств и сельскохозяйственных животных; финансирование приоритетных инновационных проектов на условиях частно-государственного партнерства.

Следует отметить, что государственное регулирование инновационной деятельности будет эффективным лишь в случае сочетания макроуровня управленческой иерархии с уровнем агропредприятий и их объединений. Основной задачей руководства предприятий является сочетание текущей и инновационной деятельности таким образом, чтобы производство было не только самокупаемым, но и рентабельным, с высокой инвестиционной привлекательностью.

Таким образом, комплексная модернизация, инвестиции и инновационная направленность могут служить основой повышения уровня инновационного развития аграрного сектора экономики страны.

Библиографический список

1. Организация инновационной деятельности в АПК / В.И. Нечаев, В.Ф. Бирман, И.С. Санду, Ю.И. Бершницкий, А.В. Боговиз; Под ред. В.И. Нечаева. — М.: КолосС, 2012. — С. 296.

2. Проблемы инновационного развития в АПК / Н.И. Лукашев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. — 2011. — N 10. — С. 36-38.

3. Проблемы освоения инноваций в АПК / В. Нечаев // ПАК; экономика, управление. — 2010. — N 6.-С. 74-79.

4. Проблемы развития инновационной деятельности предприятий агропромышленного комплекса / А.В. Анцибор // Экономические науки. — 2011. — N12. — С. 221-224.

5. Совершенствование направлений и механизма стимулирования инновационной активности агробизнеса в регионах России / Н.П. Карпусь // Региональная экономика: теория и практика — 2010. — N 7(190). — С.19-24.

Bibliographic list

1. Organization of innovation activity in agribusiness / V.I. Nechayev, V.F. Birman, I.S. Sandu, Y.I. Bershnitsky, A.V. Bogoviz, By V.I. Nechayev . — M.: ColossC, 2012 . — 296 p.

2. Problems of innovative development in agriculture/ N.I. Lukashev // Economics of agricultural and processing enterprises. — 2011. — N 10. — P. 36-38.

3. Problems of Innovation in Agribusiness/ V. Nechaev // PAC, economics, management. — 2010. — N 6. — P. 74-79.

4. Problems of innovation activity development of agricultural enterprises / A.V. Antsibor / / Economic Sciences. — 2011. — N 12. — P. 221-224.

5. Improvement of guidelines and the mechanism of innovation activity stimulation in the regions of Russia Agribusiness / N.P. Karpus / / Regional Economy : Theory and Practice — 2010 . — N 7 (190). — P.19 -24.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ DATAMINING С ЦЕЛЬЮ СОЗДАНИЯ АНАЛИТИЧЕСКИХ CRM-СИСТЕМ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация

Datamining предоставляет широкий набор инструментов для выявления важной информации о клиентах в аналитических CRM-системах. Однако эта технология практически не используется для предприятий малого и среднего бизнеса. Развитие информационных технологий, в частности, WWW, дает возможность построить более эффективную систему отношений с клиентами, которую ранее было трудно реализовать в режиме offline.

В статье описывается структура CRM-систем, использующих методы Datamining, рассматриваются основные проблемы, связанные с использованием этих технологий в системах для малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова

Управление взаимоотношениями с клиентами, CRM, Datamining, малый бизнес, WebCRM, WebMining.

I.Yu. Shpolianskaya

THE APPLICATION OF DATA MINING TECHNOLOGY IN ANALYTICAL CRM SYSTEMS FOR MEDIUM-SMALL ENTERPRISES

Annotation

Data mining offers a sophisticated set of tools to extract customer data in an analytical CRM framework. However, it is a relatively new practice for small and medium sized enterprises (SMEs). The essence of the information technology revolution and, in particular, the World Wide Web is the opportunity to build better relationships with customers than has been previously impossible in the offline world.

This paper mainly introduces structures of CRM based on Data mining technologies, and discusses some key problems related to this application of Data mining in SMEs.

Keywords

Customer Relationship Management, CRM, Data Mining, Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), Web CRM, Web Mining.

Одной из главных функций управления предприятием в сфере малого и среднего бизнеса являются функции управления взаимоотношениями с клиентами [1]. Эти задачи реализуются в CRM-системах (Customer Relationship Management Systems). CRM — это концепция эффективного управления взаимоотношениями с покупателем, ориен-

тированная на потребности клиента, на проактивную работу с клиентом [4].

Основной целью создания и внедрения таких систем является увеличение доходов предприятия за счет привлечения и удержания клиента, увеличения объема продаж и уменьшения стоимости обслуживания.

Использование современных информационных технологий при реализации CRM — концепции позволяет в оперативном режиме формировать базу данных о клиентах, проводить анализ и прогнозы об их возможном поведении, что, в конечном итоге, способствует более эффективной организации продаж и упрощению контактов с потребителями.

В настоящее время на рынке ПО существует множество готовых решений в области CRM: от сложных корпоративных информационных систем известных вендоров для крупных пред-

приятий до отдельных программ для автоматизации управления заказами клиентов для небольших предприятий. Но в большинстве случаев внедрение CRM-систем в малом бизнесе по-прежнему ограничено использованием программного обеспечения лишь в качестве автоматизированной системы управления контактами. Это только структурирует информацию о клиентах, но упускается из виду более широкая перспектива возможностей.

Таблица 1 — Функциональная структура CRM-системы

Подсистемы	Функции
Управление продажами	Управление контактами : история контактов; работа с клиентами, включая все активности, связанные с клиентом; прием и оформление заказов от клиентов; создание коммерческих предложений; прогнозирование, анализ цикла продаж, региональный анализ, запланированная и произвольная отчетность.
Поддержка и сервис	Регистрация обращений, переадресация обращений, движение заявок от клиента внутри компании, отчетность, управление решением проблем, информация по заказам, управление гарантийным/контрактным обслуживанием.
Маркетинг	Управление маркетинговыми кампаниями, управление потенциальными сделками, маркетинговая энциклопедия (полная информация о продуктах и услугах компании) интегрированная с Интернетом, конфигуратор продукции, сегментация клиентской базы, создание и управление списком потенциальных клиентов

CRM-системы группируется по уровням обработки информации.

Операционный CRM обеспечивает оперативную обработку текущей информации о клиентах. Аналитический уровень использует инструментальные средства анализа информации о клиентах в различных представлениях, включая анализ эффективности продаж в разрезе групп товаров (услуг), отдельных сегментов клиентов, временных периодов.

Операционный уровень CRM решает задачу повышения лояльности клиента в процессе непосредственного кон-

такта с ним. Аналитические CRM на основе анализа накопленной информации помогают выработать стратегию дальнейшего взаимодействия с клиентом.

В настоящее время сложные аналитические системы разрабатываются исключительно в рамках создания корпоративных информационных систем для крупных предприятий [2]. Это связано, в первую очередь, с большими затратами на их создание и эксплуатацию. Основу таких аналитических систем составляет интеллектуальный анализ данных (ИАД) или Datamining.

Таблица 2 — Отраслевые CRM-решения

CRM-система	Корпорации, отрасль	МСБ, отрасль
Siebel CRM	Банки. Фармацевтические компании. Медиа компании и СМИ	
SalesLogix	Банки. Страховые компании. Торговля. Телекоммуникации	Страховые компании. Торговля
Oracle CRM	Банки, торговля. Маркетинг. Сервис. Медицина. Фармацевтические компании. Страховые компании	
WinPeak CRM	Банки. Страховые компании. Торговля. Медиа компании и СМИ	Справочная служба. Недвижимость. Такси. Лизинг. Служба доставки
Microsoft Dynamics CRM	Банки. Страховые компании. Рекрутинговые агентства. Торговля. Медиа компании и СМИ	Рекрутинговые агентства. Торговля. Медиа компании и СМИ. Справочная служба. Недвижимость. Туризм. Сервисные компании. Консалтинг
Terrasoft CRM	Банки. Фармацевтические компании. Рекрутинговые агентства	Поставщики оборудования. Туризм. Сервисные компании
Naumen CRM	Банки. Страховые компании. Телекоммуникации. Медиа компании и СМИ	Лизинг. Поставщики оборудования
SAP CRM	Фармацевтические компании. Маркетинг. Продажи. Сервис. Медиа. Энергетика и ЖКХ	Электронный бизнес. Продажи, Сервис
ACT!	Рекрутинговые агентства	Контакты. Рекрутинговые агентства. Маркетинг. Продажи
Clarify CRM	Телекоммуникации. Маркетинг. Продажи. Call-центры	
1С:CRM	Контакты. Маркетинг. Продажи	Контакты. Маркетинг. Продажи
1С:Битрикс		Электронный бизнес
РосБизнесСофт CRM		Контакты. Маркетинг. Продажи

DataMining — это технология выявления скрытых взаимосвязей, значимых корреляций, закономерностей — шаблонов и тенденций внутри больших баз данных, необходимых для принятия решений в управленческой деятельности.

В большинство аналитических CRM-систем включен ряд типовых процедур DataMining.

1. Прогнозирование и выявление значимых тенденций в развитии взаимоотношений с клиентами (например, прогнозирование объемов реализации товаров и услуг с учетом действия многочисленных взаимосвязанных факторов поведения потребителей — сезонных колебаний и рыночных тенденций

спроса на, политики конкурентов, стоимости и качества услуг, лояльности клиента).

2. Выявление корреляций и закономерностей между отдельными показателями или связанными событиями, например, увеличение заказов клиентов, взаимодействие которых ранее с компанией было успешным.

3. Маркетинговый анализ, например: определение характеристик типичных заказчиков предприятия для оценки поведения новых или потенциальных клиентов (профилирование, сегментирование клиентов); выявление основных сегментов рынка услуг, исследование зависимостей между основными показателями

телями и характеристиками сегментов, выявление типичного профиля поведения клиентов.

4. Анализ влияния показателей поведения клиента (или группы) на показатели эффективности деятельности предприятия; оценка значимости факторов по степени их влияния на целевой показатель, ранжирование факторов.

5. Оценка эффективности принимаемых руководством стратегий, анализ альтернативных решений «что, если» на основе моделей поведения клиента.

Процедуры DataMining в составе аналитических CRM-систем основаны на использовании математических и статистических методов классификации, кластеризации, прогнозирования, поиска зависимостей и ассоциативных правил.

Процедуры классификации позволяют решить следующие задачи в области CRM: оценку перспективности клиентов; анализ кредитных рисков; оценка эффективности политики скидок (какой категории клиентов предоставлять скидки); оценка эффективности рекламной кампании.

Регрессионные модели решают задачи: прогнозирование спроса; оценку ценовой эластичности; оценку вероятности повторных продаж; расчет загруженности склада; анализ влияния различных факторов на спрос.

Поиск ассоциативных правил позволяет реализовать такие функции, как: предложение аналогичных товаров на основе анализа предпочтений клиента, оптимальное размещение товаров на полках, в каталогах; кросс-продажи — стимулирование продаж одних товаров за счет продажи других; оптимизация складских запасов.

Поиск последовательностей основан на анализе событий, связанных между собой во времени. Например, анализ потребности клиентов в расходных материалах к купленному товару, в сопутствующих товарах, ремонте; вероятность повторных продаж, оценка

наиболее вероятного времени потребности в повторных покупках; предсказание наиболее вероятного поведения потребителя.

Преимущества интеллектуального подхода к анализу данных о клиентах предприятия вызывают необходимость его использования не только в корпоративных CRM-информационных системах, но и для малых и средних предприятий. Однако универсальные средства ИАД довольно сложны и дороги, поэтому они не могут широко применяться в рамках информационных систем, ориентированных на малый бизнес.

Основные задачи управления взаимоотношениями с клиентами, которые целесообразно решать в CRM-системах для малого и среднего бизнеса с помощью инструментов DataMining [2]:

–Идентификация клиента (составление портрета заказчика) — отслеживание поведения и предпочтений, а также определение ценности клиента для предприятия (задача кластеризации).

–Дифференциация клиентов на основе принятой системы оценок. Выделение клиентов, сотрудничество с которыми приносит наиболее заметные результаты, и ограничение затрат по ненадежным клиентам или клиентам, не приносящим стабильного дохода (задача классификации).

–Взаимодействие с клиентом — выработка индивидуальной стратегии обслуживания заказчика на основе оценки его поведения, предпочтений и потребностей.

Развитие сетевых и коммуникационных технологий привело к возникновению нового класса CRM-систем: e-CRM (WebCRM, OnlineCRM). Очевидно, что только Интернет позволяет организовать непрерывную связь с клиентом, который является непосредственным пользователем CRM-системы. Поэтому WebCRM в настоящее время рассматривается как главное направление развития систем управления взаимоотношениями

с клиентом. Именно благодаря WebCRM появилась возможность организовать такие сервисы, как: формирование и доступ к onlineбазе данных, регистрация интересов и предпочтений клиентов на основе FAQ — часто задаваемых вопросов, e-mail, chat, IP — телефонии в реальном времени. В управлении продажами появилась возможность формирования, изменения и отслеживания заказов через Интернет. Электронная коммерция — наиболее яркий пример в этом секторе CRM-решений.

Целью WebCRM является организация и сбор данных из различных внутренних и внешних источников для того чтобы извлечь информацию о ценных клиентах, и формирование оптимальной стратегии взаимодействия с ними. Создаваемая WebCRM может разворачиваться на основе готовых программных приложений (например, сайт предприятия) или на базе использования «облачных» Web-сервисов (SaaS-решения). Для малого бизнеса существует множество готовых решений на рынке ПО, в том числе такие системы, как: InfusionSoft, Wrike, SalesNexus, InTouchCRM, ProphetCRM на базе MSOutlook, CenterBase, BaseCRM, EssentialCRM и др.[4].

WebCRM строится на основе интерактивных форм взаимодействия между компанией и клиентом. Это online регистрация клиентов на сайте, onlinesервис, online каталог товаров (услуг), Web-демоверсии предлагаемых товаров (услуг), e-mail, ICQ, MSN, видеоконференции — как интерактивные средства общения с клиентом. Это позволяет создавать WEB CRM системы, в которых клиент может быть вовлечен в процесс взаимодействия и вносить информацию напрямую в CRM.

Исполнение CRM на основе WEB технологий даёт множество преимуществ по сравнению с локальными CRM системами:

- возможность удалённого доступа с любых WEB-ресурсов как сотрудникам предприятия, так и самому клиенту;
- возможность интеграции с сайтом или другими WEB сервисами компании. невысокая стоимость ввода в эксплуатацию и совокупная стоимость владения, хотя это может варьироваться, в зависимости от поставщика и наличия дополнительных сервисов;
- более быстрое внедрение системы;
- быструю передачу информации через Интернет;
- хостинг сgm-системам не требуется развертывание «бэкэнд»-систем;
- не требуется дорогостоящего обслуживания серверной инфраструктуры.

В настоящее время Интернет с помощью интеграции «Больших Данных»(BigData) и технологий WebMining в CRM может предоставить более широкие возможности для оптимизации взаимодействия с клиентами. WebMining является новым перспективным направлением анализа Интернет-ресурсов для оптимизации структуры веб-сайтов, получения знаний о посетителях сайта, описания социальных сетей и сообществ, а также для автоматического поиска и структуризации информации из Интернета.

Модель управления в системе Web CRM представляется в следующем виде:

1. Поиск в сети (на сайте) и формирование данных, касающихся клиентов и их предпочтений относительно различных групп товаров (услуг). Структурирование этих данных, чтобы определить конкретные группы клиентов с однотипным поведением. Используются методы WebMining, чтобы извлечь из имеющихся больших массивов данных полезную информацию и в соответствии с ней классифицировать клиентов по группам.
2. На основе сформированных групп определяются ценные потребительские сегменты в соответствии со

значимостью клиентов для предприятия.

3. Формирование эффективной стратегии взаимодействия с клиентом на основе информации, полученной на двух предыдущих стадиях.

WebMining — это "добыча данных в Web", использование методов интеллектуального анализа данных для автоматического обнаружения веб-документов и услуг, извлечения информации из веб-ресурсов и выявления общих закономерностей в Интернет-ресурсах. Технология WebMining применяет методы Data Mining для анализа неструктурированной, неоднородной, распределенной и значительной по объему информации, содержащейся на Web-узлах.

WebMining развивается на базе таких дисциплин, как: обнаружение знаний в массивах данных, полученных из интернет, эффективный поиск информации в Интернете, искусственный интеллект, машинное обучение и обработка естественных языков. Системы WebMining могут ответить на многие вопросы, традиционно включаемые в CRM. Например, кто из посетителей является потенциальным клиентом предприятия (Web-сайта), какая группа посетителей Web-сайта приносит наибольший доход, каковы интересы определенного посетителя или группы посетителей.

В отличие от DataMining, где извлечение данных работает в режиме offline, в WebMining работа происходит online. В DataMining данные хранятся в базах данных, а в WebMining — в базе данных сервера и веб-журнале.

В бизнес-аналитике WebMining позволяет решить задачи, которые имеют важное значение для e-CRM, в особенности для предприятий малого и среднего бизнеса: определение сегментов рынка и групп посетителей (кластеризация); описание посетителей сайта (классификация); определение онлайн поведения клиентов: типичных сессий и

навигационных путей пользователей сайта (поиск популярных наборов, ассоциативных правил); анализ покупательского поведения клиентов; нахождение зависимостей при пользовании услугами сайта (поиск ассоциативных правил); анализ потребительской корзины; сбор веб-статистики; анализ потенциала клиента; тенденции продаж; оптимизация Интернет-портала; оптимизация размещения рекламы; определение целевых групп конкретных маркетинговых компаний; индивидуальное взаимодействие с Интернет-клиентом; персонализация контента страницы; персонализация предоставления продуктов, услуг; планирование маркетинговых кампаний.

Каждый пользователь сети имеет свои индивидуальные предпочтения, в зависимости от которых он просматривает те или иные страницы сайта. Выявив, какие страницы и в какой последовательности открывал пользователь, можно сделать вывод о его предпочтениях. Анализ общих тенденции среди всех посетителей может показать, насколько эффективно работает электронный портал, какие его страницы посещаются больше всего, какие меньше, сколько времени тратит пользователь на просмотр интересующей его информации о продукции предприятия.

На основе этого анализа можно оптимизировать сайт: найти проблемы в функционировании, дизайне, пересмотреть структуру сайта в соответствии с предпочтениями пользователя. После сбора информации о клиентах и определения предпочтительного способа просмотра страниц сайта можно оптимальным образом разместить информацию о продукте или рекламу на соответствующих важных страницах. Кроме того, содержание веб-страницы может отображаться динамически для каждого клиента в зависимости от группы, к которой он принадлежит.

Следующий шаг развития CRM — использование беспроводных и мобиль-

ных технологий — m-CRM, «облачных» CRM и CRM на базе социальных сетей. Многие технологии разработки корпоративного программного обеспечения, предлагаемые на рынке, уже поддерживают или в скором времени будут поддерживать расширение программных компонентов CRM для беспроводных и мобильных устройств, а также облачных сервисов (Microsoft Dynamics CRM OnLine, 1С: Битрикс24, Oracle CRM onDemand, IBM SugarCRM).

Технология, при которой компьютерные мощности и ресурсы предоставляются пользователю как Интернет-сервис, называется cloud computing services, или «облачные» вычисления. Пользователю предоставляется программное обеспечение как сервис (SaaS) через веб браузер, через приложения для мобильных устройств на основе операционных систем iOS, Android или WindowsPhone. Благодаря тому что от пользователя скрыта абсолютно вся инфраструктура «облака», ему не нужно обладать специальными навыками или знаниями для использования и управления данной технологией. Кроме того, облачные сервисы популярны среди небольших и средних компаний, потому что они "демократизируют" CRM-системы[3].

В России наибольшее применение «облачные» CRM находят в сегменте малого и среднего бизнеса, где, с одной стороны, нет средств на внедрение полноценной системы внутри компании, и, с другой стороны, не такие высокие требования в плане отказоустойчивости и секретности. «Облачные» CRM могут быть представлены в виде Desktop-клиента, или web-сервиса. Примеры SaaS-решения — «программное обеспечение как услуга» для малого бизнеса: FreshOfficeWEB- Облачное решение («Свежее решение»), amoCRM (QSOFT), SugarCRM 6, CRM Манго-Офис, BPMonline CRM (облачная вер-

сия от Terrasoft), облачная CRM-система SalesForce.com, FlyCRM.

Все же проблема создания и использования программных средств автоматизированного интеллектуального анализа данных в рамках CRM средними и малыми предприятиями остается до последнего времени в России и в мире нерешенной. Поэтому актуальной остается задача создания CRM-систем в виде независимых интеллектуальных Web-сервисов, которые при минимальной стоимости могли бы обеспечить реализацию основных целей стратегии управления взаимодействием с клиентами на основе современных технологий интеллектуального анализа WebMining.

Библиографический список

1. Шполянская И.Ю. Анализ и моделирование информационных систем для малого бизнеса/ РГЭУ "РИНХ", 2005. — 220 с.
2. Шполянская И. Ю., Ваганова Н.В. Интеллектуальный анализ данных в информационной системе поддержки принятия решений рекламной кампании// Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — Ростов-на-Дону, 2011. — № 4 (37). — с. 153 — 162.
3. <http://www.crmonline.ru>
4. <http://www.smallbizcrm.com/>

Bibliographic list

1. Shpolianskaya I.Y. Analysis and modeling of small business enterprise's information system. — Rostov n/D., RGEU "RINH", 2005. — 220 p.
2. Shpolianskaya I.Y., Vaganova N.V. Intelligent Data Analysis in the information decision support system for advertising company — Rostov n/D., RGEU "RINH", 2011. — № 4 (37). — p. 153 — 162.
3. <http://www.crmonline.ru>
4. <http://www.smallbizcrm.com/>

РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

В.А. Бондаренко

ЭТНОПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ОТНОШЕНИЯ КОНТРАГЕНТОВ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

Аннотация

В статье поднимается проблема существования иных причин неравноценного обмена в ходе внешнеторговых операций, кроме извлечения прибыли. В качестве одной из ведущих причин анонсируется этнопсихологический механизм в массовом сознании человеческой популяции, влияющий на качество принятия решений на подсознательном уровне, позволяющий воспринимать одни человеческие коллективы более антипатичными, чем другие. Степень проявления указанной антипатии может реализоваться в величине извлекаемой прибыли из внешнеторговых операций.

Ключевые слова

Этнопсихологический механизм, внешняя торговля, неэквивалентный обмен, страны постиндустриального пула, страны - экспортеры ресурсов

V.A. Bondarenko

ETHNOPSYCHOLOGICAL IMPACT FACTORS ON THE COUNTERPARTIES' RELATIONS IN FOREIGN TRADE

Annotation

The author in article raises the problem of the causes of unequal exchange in foreign trade operations, in addition to the extraction of profit. Ethno-psychological mechanism is announced as one of the leading causes in the mass consciousness of the human population, influencing the quality of decision-making on a subconscious level. This mechanism changes the quality the trade balance decision in connection with psychological qualities of the counterparty. The degree of the specified dislikes manifestation can be realized in the largest profits from foreign trade operations.

Key words

Ethno-psychological mechanism, foreign trade, unequal exchange, postindustrial pool countries, countries — exporters of resources

Вопросы проявления рыночных диспропорций во внешней торговле периодически обсуждаются на страницах экономических изданий, как правило, после антидемпинговых скандалов или окончания, так называемых демпинговых «войн». Следует отметить, что процессы глобализации экономики актуализируют проблемы неэквивалентности внешней торговли, существующей между государствами постиндустриального

пула и странами с переходной экономикой, ориентированной на торговлю сырьевыми ресурсами.

На современном этапе, характеризующемся глобализацией экономической жизни, неэквивалентность внешней торговли, проявляющейся в торговых диспропорциях и закрепляющейся в дисбалансе уровня жизни, именуют асимметричной взаимозависимостью, в которой в сухом осадке, остается неравенство в

торговле, что в современных условиях находит отражение в реализации системы торговых квот и ограничений.

Применительно к ситуации с поставками на внешние рынки сырьевых ресурсов в обмен на наукоемкие и капиталоемкие товары объективно сложились и существуют различия в вопросах ценообразования. В отношении установления цен на наукоемкие и капиталоемкие товары большое значение оказывают нематериальные активы, такие как: патенты, ноу-хау. При ценообразовании на первичные сырьевые ресурсы с низкой степенью добавленной стоимости первичной точкой в определении их стоимости выступает подсчет затрат на добычу и транспортировку к месту реализации исходя из среднемировых цен, то есть, присутствует превалирование так называемого затратного подхода, причем, как правило, не учитываются и, следовательно, не входят в цену ресурса затраты на поддержание экологической чистоты территории добычи.

Расхождение в вопросах ценообразования на представленные группы товаров, по существу, восходит к определенным историческим традициям, когда ресурсы, извлекаемые из природы, непосредственно, оценивались как цена их добычи. Данное обстоятельство может усугубляться невозможностью отказаться от экспорта ресурсов каким-либо государством для обеспечения жизненных потребностей своего населения при любом уровне мировых цен на экспортируемое сырье. Именно эта ситуация способствует углублению ценовых диспропорций между торгуемыми группами товаров: наукоемкая продукция и сырьевые ресурсы.

Соответственно основным фактором, влияющим на стоимость ресурсов на современном этапе, является понятие так называемой «справедливой цены», поддержание которой позволяет формировать рост экономики в развитых странах не менее 4-5% в год. При этом не

всегда основообразующим элементом конкретных трансакций является извлечение прибыли непосредственно, а периодически желание оказать экономическую помощь и создать предпосылки для включения контрагента в какую-либо международную организацию (по типу ВТО).

Понятие торговой выгоды как основного движущего механизма торговой деятельности, в широком смысле, а также основного атрибута «невидимой руки» рынка принадлежит А. Смиту, в свою очередь, определяющему выгоду торговли целями повышения эффективности национального производства [1]. Тогда как широко известны различные факты, когда торговля организовывалась и проводилась метрополиями без особой прибыльности, а, например, для поддержания уровня жизни населения колоний. Также из классических работ по монополистической конкуренции широко известны случаи не просто бесприбыльной торговли, а убыточной хозяйственной деятельности в целях недобросовестной конкурентной борьбы, в расчете на будущие прибыли при установлении монопольного ценообразования [2]. Акцент на использование вне рыночных факторов в международной торговле имеет место быть и в настоящий период, именуется демпингом и значительно искажает мировые экономические конъюнктуры.

Если абстрагироваться от осознания необходимости неременной прибыльности торговых операций на основании взаимочета спроса и предложения, то можно легко обнаружить как в исторической перспективе, так и в настоящее время множество попыток воздействовать неэкономическими методами на контрагентов в международной торговле. Это справедливо в отношении так называемой политики канонерок, и при заключении различного рода крупных международных сделок с ис-

пользованием дипломатического давления, применяемого одной из сторон, равно как и контрдавления, с другой стороны. Повседневной практикой стало установление торговых отношений и определение объемов международной торговли правительствами без учета интересов конкретных сторон. Для поддержания торговых балансов до сих пор применима практика назначения экономических санкций либо торговых ограничений в виде эмбарго, а также военной угрозы для закрытия или ограничения торговой экспансии какой-либо национальной экономики. Зачастую подобные угрозы, не реализуясь на практике, являются средством психологического воздействия на торгового контрагента.

Таким образом, основной характеристикой внешней торговли в бытовом понимании этого термина будет понятие «неэквивалентная торговля», то есть неравноценный обмен. Создатели теории стоимости (Д. Рикардо, К. Маркс) полагали обмен эквивалентным при обмене равных стоимостей, чему без успеха искали теоретическое обоснование [3].

В современной рыночной экономике соотношение спроса и предложения на конкретные товарные единицы на конкретных торговых площадках, конкретными торговыми агентами определяет стоимость указанных товарных единиц. Сознывая, что данный процесс определения стоимости может не гарантировать справедливости и не являться оптимальным, следует отметить, что другого пути относительно демократического определения стоимости не существует.

Приближение к максимально эквивалентному обмену представляется возможным в условиях внутренней торговли какого-либо государственного образования, где ее правила табуированы и регламентированы различными ограничениями, запрещающими наносить прямой вред соплеменнику, со-

гражданину либо устанавливающими максимальный предел прибыльности.

В отношении внешней торговли, напротив, существуют общепринятые правила, религиозные установления и обычаи, позволяющие извлекать всю возможную прибыль из внешнеторговой сделки, ставя своего контрагента в стесненные обстоятельства вплоть до угрозы разорения и угрозы военного давления. В основе такого отношения к внешнеторговым партнерам лежит универсальный психологический феномен «Мы» и «Не мы», обусловленный физиологически [4]. Смысл феномена в том, что отношения между «Мы» и «Мы» и «Не мы» всегда разнятся более чем на порядок, а значит, в отношении своего внешнеторгового контрагента позволительно утаивание правдивых сведений, предоставление заведомо недостоверных данных о рыночных конъюнктурах и состоянии хозяйствующих объектов.

Именно проявление воздействия данного феномена, являющегося внешнеэкономическим фактором, лежит в основе проявления диспропорций в осуществлении процедур внешней торговли, правила которой будут отличны от торговых операций внутри племени, этноса, народа («Мы»). Именно этим обусловлены коренные отличия принципов ведения внешней торговли от таковых для внутренней. Этот этический императив позволяет стремиться к получению максимальной прибыли в отношении своего внешнеторгового контрагента. Понятно, что в силу того же этического императива контрагент будет стремиться поступать так же, то есть основным содержанием внешней торговли в примитивном понимании этого термина будет понятие «неэквивалентная торговля» [5]. Естественно, что торговые операции с неэквивалентным обменом возможны и существуют и во внутренних торговых операциях, но они осуждаются совестью, народными обы-

чаями и ограничиваются различными религиозными и нормативными актами в отличие от внешнеэкономических неэквивалентных операций. Так, религиозными установлениями древних евреев запрещается взимание высокого ростовщического процента в отношении соплеменников, обман при осуществлении торгово-обменных процедур и напротив, рекомендуются эти действия в отношении иноплеменников [6]. Не следует недооценивать экономического значения указанных этнопсихологических императивов. Так, К. Маркс отмечал, что идеи, овладевая сознанием масс, становятся материальной силой. В качестве примера можно привести возможность выбора клиентом того или иного банка для осуществления разного рода операций, при этом клиент свой выбор может ставить в зависимость от формы здания банка, от личных симпатий по отношению к персоналу банка, но выбор клиента, совершенный по указанным мотивам, становится экономическим действием, приводящим к определенным материальным последствиям.

То, что справедливо в отношении одного человека — выбор предпочтения по причинам симпатии и антипатии — справедливо и в отношении людских масс, состоящих из отдельных лиц. И, таким образом, одни народы более «симпатичны» другим, чем иные. Естественно, что в зависимости от данных народных симпатий, проявляющихся на подсознательном уровне, величина извлекаемых прибылей может быть больше или меньше, то есть в случае полного отсутствия «симпатии», когда мы не видим в своих контрагентах людей, мы вполне безжалостны и извлекаем всю возможную прибыль, не обращая внимания на невыносимые условия их существования. Когда же они нам «симпатичны», то мы можем ограничиться прибылью, достаточной для продолжения дела и собственного удовлетворения. Следует иметь в виду, что предпо-

чтения на условной шкале с полюсами «симпатия» — «антипатия» тоже ранжированы в зависимости от их силы. Имеются убедительные исторические примеры подобного отношения между торговыми контрагентами: североамериканские индейцы - западные эмигранты протестанты из Англии. Внешнеторговая политика последних, не видевших в своих контрагентах людей, привела к полному обнищанию коренного населения, резкому сокращению его территории и численности. Самая знаменитая сделка в данной внешней торговле — покупка эмигрантами острова Манхеттен в обмен на товары (бусы, зеркала) стоимостью в 24 доллара [7]. Другой столь же известный пример — торговая политика Великобритании в отношении Китая в XIX в., когда империя продавала Китаю опиум в обмен на шелк и чай, что приводило к обнищанию китайцев и широкому распространению в их среде наркомании [8]. Несмотря на всемирное осуждение подобных торговых операций, Великобритания длительное время их осуществляла, опираясь на военную составляющую своей экономической мощи.

Технический прогресс, формирование постиндустриального общества и тенденции к глобализации внешней торговли не изменили состояния неэквивалентности в обменных процедурах. Так, стоимость исчерпаемых энергетических ресурсов (нефть, газ, уголь) растет незначительно по сравнению со скоростью их убывания (менее, чем в 2 раза), тогда как цены на капиталоемкие товары выросли более, чем в десять раз за последние 30 лет (стоимость автомобилей, в среднем, выросла в десять раз по сравнению с 70-ми гг. XX в.) [9]. Но и при ведении внешнеэкономических операций отношения внешнеэкономических партнеров друг к другу тоже могут быть различными от равнодушия до полной антипатии.

Это явление может быть визуализировано на условной оси предпочтений «симпатия — антипатия», по типу шкалы Осгуда [10] для анализа покупательских предпочтений товаров. На данной оси отношение к внутренним контрагентам будет колебаться в интервале от 0 — безразличие до максимальной симпатии ($s \max$). Тогда как отношение к внешнеторговым партнерам будет колебаться от безразличного до максимальной антипатии ($a \max$). Крайней точкой антипатии будет такое отношение к своему торговому партнеру, когда в нем вообще не видят человека, то есть возможна продажа в рабство и другие са-

мые аморальные действия (в случае уверенности в безнаказанности). Противоположной точкой на данной шкале будет отношение к своему партнеру как к себе самому или к брату. При рассмотрении распределения предпочтений к торговым партнерам на данной оси, очевидно, что при нулевом значении этого условного показателя (что соответствует точке равнодушия в обществе к вопросам торговых отношений) отношение к внутренней и внешней торговле будет одинаковым, безэмоциональным, а сама она (внешняя торговля) оптимально эквивалентной (рис. 1.).

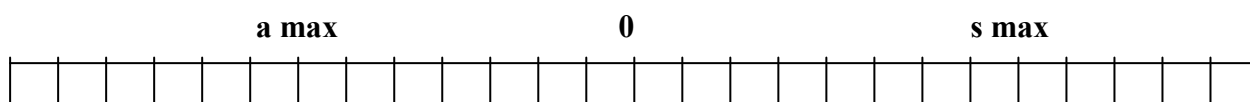


Рисунок 1 — Шкала оси предпочтений

Следовательно, идеалом во внешнеторговых операциях будет являться чисто деловой подход, свободный от эмоциональных наслоений, а идеальным практическим воплощением данного тезиса будет использование представителей этнических меньшинств, не связанных со стержневой нацией в вопросах принятия решений во внешнеторговой сфере.

Надо осознать невозможность однозначного решения принципиальной эквивалентности внешней торговли вообще, а воздействие на процессы торговли процесса глобализации в значительной степени искажает восприятие ее эквивалентности. Задача, тем более, сложная, что к настоящему времени отсутствует однозначное определение экономической эквивалентности в торговых отношениях, равно как и феномена глобализации и его толкования.

Объективно существующие диспропорции в международном обмене между условными группами стран — продавцов ресурсов и стран — их реци-

пиентов с высоким уровнем развития промышленности и информационных технологий постоянно инициируют различные политические и экономические международные кризисы. Так, мероприятия, предпринимаемые группой стран ОПЕК (организация стран экспортеров нефти — Organisation of the Petroleum Exporting Countries), постоянно парируются объединенными усилиями государств-импортеров ресурсов. При этом обе группы государств уверены в своей правоте и проводимой ими политике в отношении ценообразования в международном обмене.

В мировой экономической науке существуют две полярные точки зрения на вопросы возможности реализации эквивалентного обмена между данными группами стран.

Экономисты, претендовавшие на объяснение подобных диспропорций в фарватере идей К.Маркса, Ф.Энгельса, В. Ульянова-Ленина, трактовали их как заговор мировой финансовой олигархии, делившей крохами своих дохо-

дов с верхушкой рабочего класса своих государств. Очевидно, что несостоятельность подобных построений на текущий момент подтверждается существованием значительной прослойки населения в благополучных странах, так называемого среднего класса, лиц с достаточными и стабильными доходами, профессионально востребованных, с относительно высоким уровнем жизни.

Экономисты, придерживающиеся противоположной точки зрения, считают аксиоматичным, что в рыночных условиях внешняя торговля всегда эквивалентна, так как государства торгуют товарами и услугами исходя из конкурентных преимуществ своих территорий, а глобальность мирового хозяйства позволяет закрепить данные конкурентные преимущества. Сторонники этого направления последовательно развивают данную аксиому в теоретическом плане от рикарданской модели через теорию Хекшера-Олина к теории Столпера-Самуэльсона. Если рассматривать их построения, находясь в парадигме их ценностей, не удастся найти убедительных аргументов их неправоты. Однако сопоставление основных макроэкономических показателей по группам анализируемых стран с демонстрацией ВВП на душу населения в течение длительного периода (30-50 лет) позволяет отметить существование стойких длительных диспропорций в их внешне-торговом обмене [11]. Зримым проявлением существования отмеченных диспропорций можно считать сохраняющийся и углубляющийся разрыв в уровне жизни населения развитых стран и стран третьего мира. Кроме того, отмечается пропорциональное развитие инфраструктуры народного хозяйства высокоразвитых стран — импортеров ресурсов, без значительных билатеральных деформаций, тогда как в экономике стран-экспортеров преобладает непропорционально развитая инфраструктура внешнеэкономической деятельности,

ориентированная на экспорт ресурсов часто в ущерб инфраструктуре внутреннего рынка [12] (Саудовская Аравия, Нигерия, Россия).

При этом существующие элементы неэквивалентности торгового обмена консервируются и пролонгируются, находя теоретическое обоснование в различных теориях конкурентных преимуществ во внешней торговле. Подобные отношения во внешней торговле были характерны в течение длительного времени. Теоретические разработки последних лет утверждают, что противоречия такого рода сглаживаются на цивилизованных рынках современности под влиянием процессов либерализации торговых отношений и доминирования наднациональных финансово-экономических институтов, а также внедрения общемировых правил ведения международных транзакций, обязательных для всех или хотя бы для многих (например, устав ВТО). Но поскольку психология человека и человеческих коллективов в своей основе не изменились, а только наиболее крайние формы поведения подавляются достижениями цивилизации, то можно предположить пролонгирование воздействия вышеуказанного феномена в практике международной торговли в настоящее время.

Библиографический список

1. Ленин В. Империализм как высшая стадия капитализма. Полное собрание сочинений В.И. Ленина, изд. 5, т. 27, с. 299-427.
2. Irwin D.A. A Brief History of International Trade Policy. Princeton: PUP, 2001.
3. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера земли. М., 1993. С.71.
4. Бондаренко В.А. О неэквивалентности внешней торговли и трансформациях ее инфраструктуры // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2010. № 2 (31).

5. Библия. Книги Ветхого Завета. Вторая книга Моисеева. Гл.22. Стих 25. Чикаго, 1990. С.82.

6. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. London. 1790.

7. Колхас Рем. Нью-Йорк вне себя. М., Strelka Press, 2013 г. 336 с.

8. Маркс К. Англо-китайский конфликт.— Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Изд. 2-е. Т. 12. с. 564—571.

9. Бондаренко В.А. Биржи как инструмент квазирынка в условиях глобализации экономики // Проблемы теории и практики управления. 2011. № 3.

10. Конюхов Н.И. Прикладные аспекты современной психологии: термины, законы, концепции, методы/ Справочное издание, М., 1992 г.

11. Бондаренко В.А. Биржевой элемент инфраструктуры внешнеэкономической деятельности как инструмент квазирынка в условиях глобальной экономики, М.: Изд-во Вузовская книга, 2011. 208 с.

12. Бондаренко, В.А. Теоретические аспекты совмещения маркетинга и инфраструктуры как подсистемы экономики // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2010. № 1 (30).

Bibliographic list

1. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. London. 1790.

2. Lenin V. Imperialism as the highest stage of capitalism. The complete works of V.I. Lenin, ed. 5 27, P. 299-427.

3. Irwin D.A. A Brief History of International Trade Policy. Princeton: PUP, 2001.

4. Gumilev L.N. Ethnogenesis and biosphere of the earth. М., 1993. P.71.

5. Bondarenko V.A. Non-equivalency of foreign trade and transformations of its infrastructure, / / Herald RGEU (RINH). 2010. № 2 (31).

6. The Bible. Books Of The Old Testament. The second book of Moses. The Chapter 22. Verse 25. Chicago, 1990. P.82.

7. Koolhaas Rem. New York outside of ourselves. М., Strelka Press, 2013. 336 p.

8. Marx K. Anglo-Chinese conflict.- Marx K., Engels F. CIT. Ed. 2-is, 12. P. 564-571.

9. Bondarenko V.A. Exchange as a tool of quasi-market in the conditions of economy globalization // Problems of theory and practice of management. 2011. № 3.

10. Konyukhov N.I. Applied aspects of modern psychology: the terms, laws, concepts, methods/ reference ed., М., 1992.

11. Bondarenko V.A. Exchange element of foreign trade infrastructure as an instrument of quasi-market in the global economy, М: Publishing house of the University book, 2011. 208 P.

12. Bondarenko, V.A. Theoretical aspects of combining marketing and infrastructure as a subsystem of the economy // Herald RGEU (RINH). 2010. № 1 (30).

Т.С. Елизарова

ОФФШОРНЫЕ КОМПАНИИ В СИСТЕМЕ ТРАДИЦИОННЫХ ВИДОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

В 21 веке оффшорные компании становятся значимыми субъектами при осуществлении внешнеэкономической деятельности (ВЭД), что обусловлено их значительными преимуществами, предоставляемыми законодательством оффшорных юрисдикций. В

рамках данной статьи автором систематизированы оффшорные компании по традиционным видам и формам ВЭД, приведены схемы их использования в качестве экспортера, импортера, посредника и подрядчика, а также раскрыт механизм извлечения дополнительных выгод при использовании различных типов оффшорных компаний.

Ключевые слова

Внешнеэкономическая деятельность, внешняя торговля, импорт, международные подрядные организации, международные посреднические организации, международные товарообменные операции, оффшорная компания, экспорт.

T.S. Elizarova

OFFSHORE COMPANIES IN TRADITIONAL SYSTEM OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Annotation

In the 21 century offshore companies become significant subjects of the implementation of foreign economic activity, due to their significant advantages granted by the law of the offshore jurisdictions. The article is devoted on systematization of offshore companies on traditional kinds and forms of foreign economic activity, identified the schemes of their interaction with national companies, and also the mechanism of extraction of additional benefits for using various types of the offshore companies.

Keywords

Foreign economic activity, foreign trade, import, international contractors, international intermediary organizations, international barter operations, offshore company, export.

Важное место в формирующейся системе глобальных хозяйственных отношений занимают оффшорные юрисдикции и зарегистрированные на их территориях оффшорные компании, основной сферой деятельности которых является внешнеэкономическая деятельность.

С функциональной точки зрения под внешнеэкономической деятельностью традиционно понимается совокупность производственно-хозяйственных, организационно-экономических и коммерческих функций предприятий, связанных с проведением внешнеторговых сделок, участием в международном научно-техническом, производственном, инвестиционном сотрудничестве, валютно-финансовых и кредитных операциях.

Как правило, различают две основные группы видов внешнеэкономической деятельности, выделяемые учеными на основе такого качественного

критерия, как задействование фаз воспроизводственного процесса:

- традиционные виды внешнеэкономической деятельности, при которых установление взаимосвязи между компаниями из разных стран происходит только в фазе обмена, которая является исторически первой и на сегодняшний день наиболее развитой из всех фаз воспроизводственного процесса;

- прогрессивные виды внешнеэкономической деятельности, при которых установление взаимосвязи между компаниями происходит на фазах производства, распределения или потребления.

К традиционной группе видов внешнеэкономической деятельности ученые относят лишь *внешнюю торговлю* — предпринимательскую деятельность в области международного обмена товарами и услугами.

На сегодняшний день в мировой экономике успешно функционирует

множество самых различных схем осуществления внешнеэкономической деятельности с использованием офшорных компаний, которые, в свою очередь, создают двумя способами:

- внутри компаний за счет создания иностранных филиалов в офшорных юрисдикциях;

- путем открытия отдельных независимых компаний на территории офшорных юрисдикций.

Следует рассмотреть основные схемы использования офшорных компаний при осуществлении традиционных видов и форм внешнеэкономической деятельности, учитывая, что их

главными субъектами являются офшорная компания и две компании, которые могут быть расположены как на территории различных государств, так и на территории одной страны и использующие компанию из офшорной юрисдикции с целью извлечения дополнительных выгод.

Авторская классификация офшорных компаний по традиционным видам и формам внешнеэкономической деятельности в зависимости от выполняемых ими функций, представлена в таблице 1.

Таблица 1 — Авторская классификация офшорных компаний по традиционным видам и формам внешнеэкономической деятельности

Группы ВЭД	Виды ВЭД	Формы ВЭД	Функциональная роль офшорных компаний
Традиционные	внешняя торговля товарами и услугами	экспорт товаров	экспортер и/или импортер/ торговый посредник
		импорт товаров	импортер и/или экспортер/ торговый посредник
		встречная торговля товарами	экспортер и импортер/торговый посредник
		экспорт услуг	экспортер/импортер/подрядчик
		импорт услуг	импортер/экспортер/подрядчик

В мировой практике широко распространено использование офшорных компаний в процессе осуществления международной торговли посредством создания торгово-закупочных и торгово-посреднических фирм. Офшорные компании, созданные с целью осуществления торговых операций, чаще всего специализируются на двух основных формах внешней торговли: экспорте и импорте товаров и услуг.

Общая схема использования офшорной компании с целью осуществления экспортно-импортных сделок, без рассмотрения всех участвующих компаний (банковских, страховых, таможенных), способствующих своевременному исполнению необходимых внешнеэкономических сделок обеспечиваю-

щих операций, представлена на рис.1, где:

1) заключение международного договора купли-продажи между компанией-экспортером и офшорной компанией на поставку товара по цене «х» за единицу товара;

2) заключение международного договора купли-продажи между офшорной компанией и компанией-импортером на поставку товара по цене «Х» за единицу товара;

3) документарное подтверждение движения товара от компании-экспортера к офшорной, а затем к компании-импортеру — конечному покупателю;

4) фактическое движение товара от компании-экспортера к компании-

импортеру без присутствия товара на территории офшорной юрисдикции;

5) оплата компанией-импортером стоимости контракта офшорной компании по цене «X» за единицу товара;

6) оплата офшорной компанией стоимости сделки компании-экспортеру по цене «x» за единицу товара.

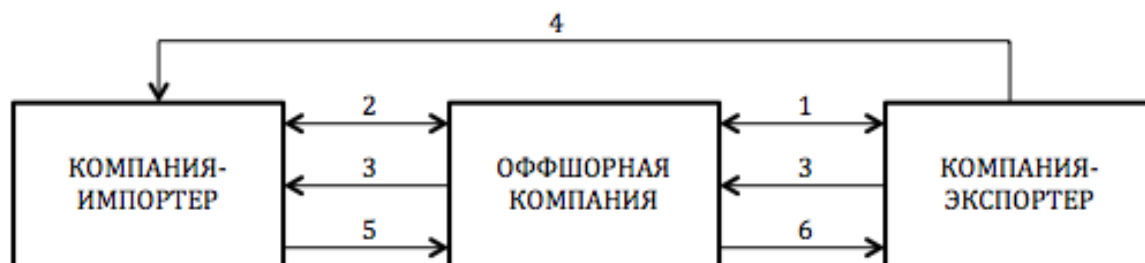


Рисунок 1 — Схема осуществления экспортно-импортных сделок с использованием офшорной компании

Источником дополнительной выгоды в данном случае является полученная прибыль в результате разницы между реальной (цена «X» за единицу товара) и заниженной ценой (цена «x» за единицу товара), которая в дальнейшем подлежит льготному либо нулевому налогообложению в зависимости от вида офшорной юрисдикции.

При осуществлении экспортно-импортных сделок с участием офшорной компании размер ввозной цены можно оптимизировать и с применением реинвойсинга — метода занижения или завышения стоимости товара с целью минимизации суммы обязательств по налогу на прибыль и налогам, взимаемым с таможенной стоимости ввозимого товара.

При осуществлении международных товарообменных операций офшорная компания чаще всего выступает в качестве посредника между двумя фирмами, осуществляющими бартерный обмен товарами.

Схема бартерной сделки с участием офшорной компании приведена на рисунке 2, где:

1) заключение бартерного договора между компанией А и офшорной

компанией на обмен количества «X» товара 1 на количество «y» товара 2;

2) заключение бартерного договора между компанией В и офшорной компанией на обмен количества «У» товара 2 на количество «x» товара 1;

3) поставка количества «X» товара 1 от компании А офшорной компании;

4) поставка количества «x» товара 1 от офшорной компании компании В;

5) поставка количества «У» товара 2 от компании В офшорной компании;

6) поставка количества «y» товара 2 от офшорной компании компании А;

7) заключение договора купли-продажи излишка товаров между компанией С и офшорной компанией, появляющегося из разницы количества поставленного товара компании А («У»-«y») и компании В («X»-«x») согласно бартерным условиям договора;

8) поставка количества («X»-«x») товара 1 и количества («У»-«y») товара 2 офшорной компанией компании С;

9) перевод денежных средств в соответствии с условиями договора купли-продажи товаров 1 и 2 от компании С к офшорной компании.

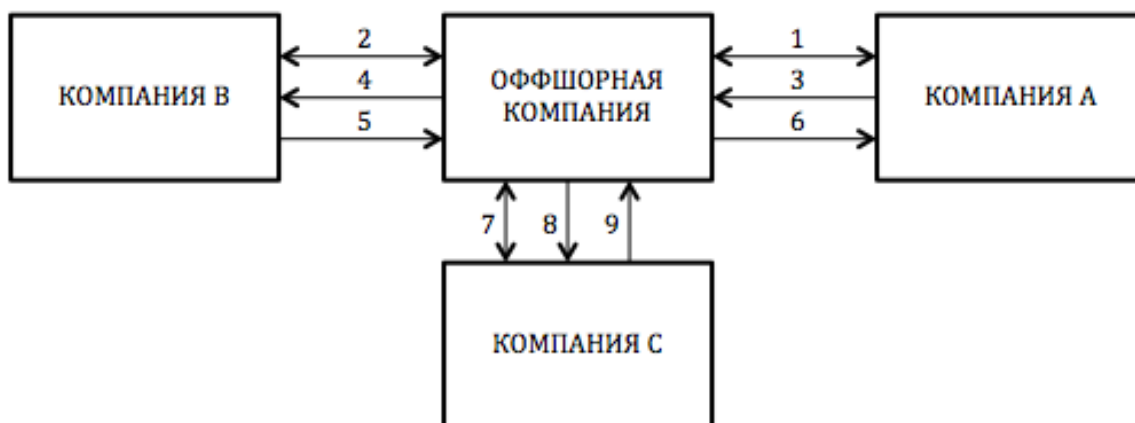


Рисунок 2 — Схема осуществления бартерной сделки с участием офшорной компании

Источником извлекаемой дополнительной выгоды в данном случае является разница меновой стоимости товаров 1 и 2 в заключенных бартерных договорах: так в первом договоре количество «Х» товара 1 обменивается на количество «у» товара 2, а во втором — количество «У» товара 2 на количество «х» товара 1. Реализация полученного излишка товаров позволяет переводить прибыль в офшорные юрисдикции с льготным налогообложением.

Во внешнеторговых операциях офшорные компании могут выступать в роли посредников - комиссионеров, осуществляющих сделки по продаже по поручению комитента (собственника товара), но от своего имени, являясь таким образом для покупателя стороной договора купли-продажи.

Схема использования офшорной компании в качестве комиссионера представлена на рисунке 3, где:

1) заключение договора комиссии на продажу определенного товара между компанией-комитентом и офшорной компанией-комиссионером с указанием минимальной цены «х», установленной комитентом;

2) поиск офшорной компанией-комиссионером зарубежного контрагента для поставки товара и заключение договора купли-продажи товара по цене «Х», установленной комиссионером;

3) отправка инвойсов компании — импортеру от имени офшорной компании-комиссионера;

4) поставка товара от компании-комитента компании-импортеру согласно заключенному договору купли-продажи;

5) перевод денежных средств на счет офшорной компании-комиссионера за поставленный товар согласно заключенному договору купли-продажи по цене «Х»;

6) перевод дохода, уставленного в договоре комиссии, от офшорной компании-комиссионера компании-комитенту за вычетом комиссионного вознаграждения.

В данном случае налогооблагаемой прибылью офшорной компании будут считаться только полученные комиссионные, в то время как основная прибыль, полученная за счет разницы цен, указанных в бартерном договоре и договоре купли-продажи («Х»-«х»), будет накапливаться в офшорном центре.



Рисунок 3 — Схема осуществления внешнеэкономических сделок с участием оффшорной посреднической компании — комиссионера

В международной практике эффективным способом снижения налога на прибыль является использование оффшорных компаний, выполняющих функции подрядчика. Перечни услуг, оказанных реально и «документарно», включая маркетинговые, юридические, информационные, консультационные, аудиторские услуги, а также научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, могут не совпадать. Схема таких внешнеэкономических операций достаточно проста и включает всего двух субъектов: компанию-заказчика и фиктивного исполнителя — оффшорную компанию. Однако в случае необходимости оказания реальных услуг и/или создания научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок схема должна включать в себя третьего субъекта — реального исполнителя (рис. 4):

1) заключение международного договора №1 между компанией-заказчиком и оффшорной компанией на оказание определенных услуг или раз-

работок по стоимости выше среднерыночной;

2) заключение международного договора №2 между оффшорной компанией и зарубежной компанией — реальным исполнителем на оказание определенных услуг или разработок по среднерыночной стоимости;

3) оказание определенных услуг или передача научно-технических или опытно-конструкторских разработок компанией-реальным исполнителем компании-заказчику согласно условиям международного договора №2;

4) оплата оказанных услуг или передачи научно-технических или опытно-конструкторских разработок компанией-заказчиком оффшорной компании согласно условиям международного договора №1;

5) оплата оказанных услуг или передачи научно-технических или опытно-конструкторских разработок оффшорной компанией компании — реальному исполнителю согласно условиям международного договора №2.

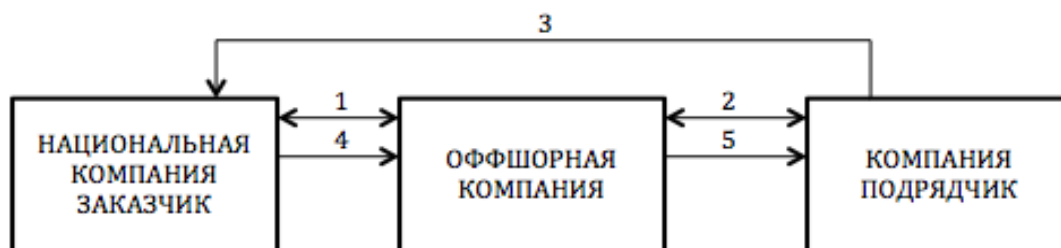


Рисунок 4 — Схема осуществления внешнеэкономической сделки с использованием оффшорной компании, выполняющей функции подрядчика

Источником дополнительной выгоды в данном случае является аккумуляция денежных средств, полученных за счет разницы между стоимостью товаров в контрактах №1 и №2, в офшорной юрисдикции, а также снижение налога на прибыль за счет отнесения затрат за оказанные услуги на себестоимость.

Разработанные автором схемы позволяют сделать вывод о том, что существует множество особенностей и возможностей использования офшорных компаний в процессе осуществления традиционных видов и форм внешнеэкономической деятельности, которые необходимо учитывать при работе с этим эффективным корпоративным инструментом.

Библиографический список

1. Воронкова О.Н., Пузакова Е.П. Внешнеэкономическая деятельность. Уч.пос./ Под ред. проф. Пузаковой Е.П. — М.:ЭкономистЪ, 2008. — 623с.

2. Макаров В.В., Макарова Ю.С. Организация офшорного предпринимательства в условиях глобализации экономики. —СПб., 2001.-136 с.

3. Хейфец Б.А. Офшорные юрисдикции в глобальной и мировой экономике. — М.:Экономика, 2008. — 336с.

4. www.taxjustice.net/ Официальный сайт Tax Justice Network.

Bibliographiclist

1. Voronkova O. N., Puzakova E.P. Foreign economic activity./Under the editorship of the prof. of Puzakova E.P. — М.:Economist, 2008. — 623p.

2. Makarov V.V., Makarova J.S. The organization of offshore business in global economy. — Spb., 2001. — 136p.

3. Kheifets B.A. Off-shore jurisdictions in the global and world economy. — М.: Economy, 2008.- 336p.

4. Electronic resource www.taxjustice.net // The official site of Tax Justice Network.

Л.И. Ниворожкина, Н.А. Колосова

ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ НА ТРУДОВУЮ МИГРАЦИЮ КАК ДВИЖУЩУЮ СИЛУ РАЗВИТИЯ МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

Аннотация

В статье представлен аналитический обзор теоретических воззрений на сущность и значение трудовой миграции. Эволюция взглядов на миграцию как фактор мирового развития рассматривается с позиции экономического подхода. Подчеркивается, что значение трудовой миграции определяется неоднозначно представителями различных научных концепций и школ. Выявлены основные аспекты миграции, привлекающие внимание ученых-экономистов и выступающие предметом дискуссий на протяжении всей истории развития экономической научной мысли.

Ключевые слова

Миграция населения, теории миграции, экономический подход, трудовая миграция.

THE EVOLUTION OF SCIENTIFIC VIEWS ON LABOUR MIGRATION AS A MOVING FORCE OF THE DEVELOPMENT OF WORLD ECONOMIC TIES

Annotation

The article provides an analytical overview of the theoretical views on the essence and significance of labour migration. Evolution of views on migration as a factor of world development is considered from a position of economic approach. It is emphasized that the role of labour migration is ambiguous for representatives of various scientific conceptions and schools. Authors identify the main aspects of migration, that attract attention of scientists and are the subject of discussions throughout the history of the development of economic science.

Keywords

Population migration, theory of migration, economic approach, labour migration

В глобализирующемся мире экономика развитых стран всё больше зависит от трудовой миграции, способствующей их обогащению за счет использования дополнительных трудовых ресурсов. Трудовая миграция населения стала важным фактором мирового развития, обеспечивающим гибкость международного рынка труда. Все это не может не привлекать к данной теме внимание специалистов различного профиля, рассматривающих этот сложный социально-экономический феномен с различных позиций, что в свою очередь, создает многообразие понятийного аппарата миграции как экономической категории: около 40 определений на сегодняшний день [1, с.14], наиболее популярное из которых утверждает, что миграция населения — это «любое территориальное перемещение населения, связанное с пересечением как внешних, так и внутренних границ административно-территориальных образований с целью смены постоянного места жительства или временного пребывания на территории для осуществления учёбы или трудовой деятельности независимо от того, под преобладающим воздействием каких факторов оно происходит — притягивающих или выталкивающих» [2, с.10]. С позиции экономиче-

ского подхода основной интерес представляет непосредственно связанная с рынком труда трудовая миграция, «направленная на реализацию экономических интересов человека» [3, с.328].

Как эволюционировали взгляды ученых на трудовую миграцию? Первым экономическим учением, возникшим в период заката феодализма и зарождения капитализма в XVI-XVIII веках, стал меркантилизм, на завершающем этапе развития которого, совпавшем с эпохой Великих географических открытий, торговые связи между странами стали развитыми и регулярными, возросла экономическая мощь торговой буржуазии, завершилось образование абсолютистских государств. «Меркантилизм — одно из первых научных направлений, представители которого в качестве важного фактора процветания и увеличения силы государства-нации рассматривали приоритет привлечения иностранных рабочих и запрет эмиграции своих граждан, что, в свою очередь, приводило к росту благосостояния и численности населения» [4, с.90].

В конце XVII-начале XVIII века появилось альтернативное меркантилизму учение, которое впоследствии назовут классической политической экономией. Основателями его стали ан-

глийские экономисты А.Смит и Д.Рикардо. По мнению А.Смита, движение трудовых ресурсов, как рыночного механизма максимально способствует экономическому развитию, а по утверждению Д.Рикардо, «заработная плата зависит от движения народонаселения, ...цена труда, как и цена других товаров, колеблется в зависимости от спроса и предложения на рабочие руки...» [5, с.40-52]. Современник Д.Рикардо Т. Мальтус [6] стал автором концепции, согласно которой население планеты растет слишком высокими темпами, а прирост средств существования не поспевает за ним, и именно этот увеличивающийся разрыв в темпах прироста является причиной бедности, а из-за перенаселения планеты бедность может стать уделом всей цивилизации. Путь решения данной проблемы он видел и в регулировании миграционных потоков.

Критике учения А.Смита посвятили свои труды представители школы экономического романтизма, утописты-социалисты и сторонники немецкой исторической школы. Представителей этих течений объединяла критическая направленность работ и стремление к созданию более справедливого общества, неприятие теории народонаселения Т.Мальтуса. Так, по мнению С.Сисмонди [7], многочисленность населения является преимуществом общества, если это общество может обеспечить его трудом, следовательно, необходимо реформировать социальное устройство государства (вплоть до возвращения к мелкому производству), чтобы обеспечивать рабочих доходом от их труда и избежать обнищания народных масс. Проблему взаимосвязи народонаселения и экономического роста разрабатывал и П.Прудон [8]. Его прогноз можно характеризовать как оптимистический: с ростом числа работников в перспективе ускоряется и рост производительных сил. Экономические идеи ранних социалистов по достиже-

нии социальной справедливости, хотя и имели незавершенный характер, несомненно, внесли большой вклад в развитие экономической науки.

Марксистская теория, как и предшествующие, не оставила без внимания воздействие миграции на формирование рынка труда. К.Маркс в статье «Вынужденная эмиграция» [9] указал на принципиальное отличие ранних миграций от миграций капиталистической эпохи. Если миграции докапиталистического периода «...составляли постоянное звено общественного строя...» из-за «недостаточного развития производительных сил», вызывались их низким уровнем, давлением «...избытка населения на производительные силы...», то в условиях капитализма, под влиянием экономической неустойчивости «...именно рост производительных сил требует уменьшения населения», «не народонаселение давит на производительные силы, а последние давят на народонаселение» [9, с.567-568]. В своей теории народонаселения К.Маркс исходил из того, что внешняя трудовая миграция, главным образом, определяется территориальными различиями в уровне заработной платы и производительных сил. Миграционные потоки устремляются туда, где оплата труда выше, то есть где выше уровень производительности, и поэтому мировое воспроизводство расширяется неравномерно в пользу стран с высокой производительностью труда. Отсюда и скачкообразный спрос на иностранную рабочую силу в капиталистическом мировом хозяйстве, обусловленный различиями в степени эксплуатации, условиях труда и заработной платы. Именно эти различия и являются основой внешней миграции при капитализме.

В своем основном труде «Капитал» [10] К.Маркс выделил три главные формы относительного перенаселения, соответственно которым выделяются три формы международной трудовой миграции:

1) миграция «текущего перенаселения» (в основном, молодые рабочие);

2) миграция «скрытого перенаселения» (в основном, сельскохозяйственные рабочие, высвободившиеся в результате расширения применения машинного труда);

3) миграция «застойного перенаселения».

Именно третья форма перенаселения, по словам Маркса, «...в связи с крайней нерегулярностью занятий...составляет для капитала неисчерпаемый резервуар свободной рабочей силы» [10, с.657].

Дальнейшее развитие экономическое учение Маркса получило в трудах В.И.Ленина. По его мнению, именно движение населения является той прогрессивной силой, которая «...разрушила патриархальную замкнутость...неподвижных докапиталистических отношений...и толкает вперед индустриальное развитие» [11, с.548]. В.Ленин отмечал, что миграция является необходимым условием развития не только капиталистического общества, но и последующих, более высокоразвитых формаций общественного устройства, хотя ее отдельные виды и формы могут видоизменяться или вообще утрачивать свое действие. Основным движущим фактором миграции он считал различия в уровнях заработной платы между промышленно развитыми и развивающимися странами.

Во второй половине XIX века, эпоху расцвета маржиналистской теории народонаселения, центральное место заняла идея демографического оптимума, одним из главных выводов которой является наличие обратной зависимости между уровнем заработной платы и занятостью, то есть чем больше приток трудовых ресурсов, тем ниже оплата труда, значит, численность населения может выступать в роли рыночного регулятора. Международная трудовая миграция, с точки зрения

неоклассиков, объясняется разницей в цене труда в разных странах, что определяет движение трудовых ресурсов в страны с высокой заработной платой и способствует обратной миграции капитала, и, как и вся рыночная экономика, тоже обладает механизмом устойчивого динамического равновесия, не нуждаясь в регулировании государства.

Мировой экономический кризис, разразившийся во многих странах в 1929-1933гг., привел к массовым банкротствам и всеобщей безработице. В этот период научным прорывом стала теория «регулируемого капитала» Д.Кейнса [5, с.160], отрицающая саморегулируемый характер рыночной системы экономических отношений, предполагающая активное вмешательство государства в экономику. Спрос на рабочую силу, по Кейнсу, регулируется не колебаниями рыночных цен на труд, а совокупным спросом, определяемым государственной политикой [12]. В своем исследовании Кейнс не оставляет без внимания и социальные реалии кризисной ситуации: массовую безработицу и социальные конфликты, повлекшие увеличение миграционных потоков. Именно представители кейнсианского направления, рассматривая мировую экономику как совокупность государственно-регулируемых хозяйств, «...недвусмысленно признавали, что мировой рынок, и, в первую очередь мировой рынок труда, формирующийся в результате международной миграции рабочей силы, является ареной столкновения противоречивых национальных интересов» [4, с.91]. Несмотря на разногласия последователей ученого неокейнсианство (Э.Хансен, Дж.Хикс, Е.Домар, Р.Харрод, П.Самуэльсон, С.Харрис) и (Дж.Робинсон, М.Калецки, Н.Кальдор, П.Срафф.), его идеи регулирования экономики в течение длительного периода выступали эффективным инструментом решения сложных социально-экономических проблем до тех пор, пока экономические

кризисы 1974 — 1981 гг. не пошатнули позиции кейнсианской модели государственного регулирования.

Изменения, происходящие в социуме, неизбежно приводят к новым научным теориям. В период кризиса философии предпринимательства почти одновременно с кейнсианством возникла еще одна самостоятельная система взглядов на проблему государственного регулирования экономики — неоллиберализ [13, с.314], в рамках которого миграция представляется важным феноменом, обеспечивающим экономическое развитие принимающих стран. Учитывая демографический кризис, имеющий место в большинстве европейских государств, роль миграции становится всё существеннее. Мигранты, во-первых, восполняют дефицит рабочей силы, а во-вторых, являются демографическим ресурсом, необходимым в условиях сокращения рождаемости. Представители неоллиберального течения считают опасения негативного влияния мигрантов на положение местного населения на рынке труда и, прежде всего, угрозы возрастающей безработицы коренного населения неоправданными. Ведь мигранты являются лишь дополнительной рабочей силой и, в первую очередь, занимают рабочие места на неквалифицированных, низкооплачиваемых работах, которые непривлекательны для коренного населения. В таких условиях политика антимиграционной направленности, по мнению представителей неоллиберальной концепции, скорее, является тормозом экономического роста.

В отличие от теории «обратной связи», построенной на исследованиях цикличности экономики, Г.Беккер [14] и Т.Шульц разработали теорию «человеческого капитала» о ведущей роли человека в производственном процессе, о значении человеческих знаний, умений, опыта и мотиваций в создании общественного богатства. Изучение различных видов социальных трансфертов

позволило исследовать все виды миграции сквозь призму поведения отдельных людей и домашних хозяйств.

Теоретические разработки по вопросу активизации трудовых миграционных процессов в современных условиях изложены в «новой экономической теории миграции» О.Старка и К.Тейлора [15], где авторы определяют миграцию работников на иностранные рынки труда как эффективную возможность для домохозяйств с минимальным риском преодолеть нехватку капитала. Международные трудовые миграции в развитые страны, по мнению ученых, это результат просчетов на других, менее привлекательных и эффективных рынках, где недостаточно развиты или несовершенны рынки капитала, страхования и инвестиций. Разница в оплате труда в таких условиях может являться стимулом в выборе рынка труда, но не может считаться единственным фактором, способствующим международным перемещениям работников.

Микроэкономический подход к трудовой миграции реализован и в рамках модели сельско-городской миграции, основоположник которой М. Тодаро [16] видит основным направлением миграционных потоков движение из сельской местности в урбанизированные районы. При этом решение о миграции во многом обусловлено индивидуальными представлениями самих мигрантов о развитии тех или иных территорий.

В условиях глобализации мировой экономики всё большую популярность приобретает теория сегментированного рынка труда, в рамках которой миграция определяется спросом и предложением рабочей силы на первичных и вторичных рынках труда. Первичный рынок труда характеризуется стабильностью и высоким уровнем оплаты труда, возможностями карьерного роста, в то время как вторичный сегмент не может обеспечить ни достойной заработной платы, ни по-

вышения квалификации работников. Столь явные различия в условиях занятости порождают дефицит предложения национальной рабочей силы во вторичном секторе и обуславливают спрос на трудовых мигрантов, готовых замещать пустующие трудовые ниши.

В негативном свете видят миграцию и представители неореалистической парадигмы [17]. Иммиграция в рамках концепции неореализма выступает угрозой стабильности национальной экономики: мигранты стремятся к монополизации отдельных сфер приложения труда и порождают безработицу в среде коренного населения. Как представители иной культуры мигранты привносят с собой чуждые элементы, что становится причиной раскола принимающей стороны и порождает конфликты на культурно-религиозной почве между местным населением и иммигрантами. А политика толерантности со стороны властей лишь усиливает агрессию коренного населения. Приток недостаточно образованных и неквалифицированных работников неминуемо приводит к росту преступности и возникновению этнических анклавов, активно действующих в теневом секторе экономики. Единственным способом обеспечения национальной безопасности неореалисты считают ограничительную иммиграционную политику и противодействие созданию анклавов иммигрантов.

Таким образом, основными аспектами миграции, нашедшими отражение в рамках различных экономических теорий и ставшими предметом дискуссий экономистов-теоретиков на протяжении всей истории становления экономической науки, выступают:

- воздействие иммиграции на экономическое развитие государства;
- необходимость государственного регулирования или ограничения миграции в соответствии с национальными интересами государств;

- взаимосвязь иммиграционных потоков с уровнем заработной платы и уровнем занятости населения принимающих стран;

- факторы спроса на рабочую силу и предложения рабочей силы на макро- и микроуровне.

Несомненно, история развития экономической мысли не ограничивается рассмотренными концепциями и доктринами. Перманентно изменяющийся мир ставит перед учеными все новые проблемы и вопросы. Разнообразие научных направлений и взглядов порождает новые течения и школы экономической науки, предлагающие иные теории и модели развития, в том числе и для стран с развивающейся экономикой.

В истории экономической науки значение трудовой миграции как фактора рынка труда и занятости определяется неоднозначно, а порой и противоречиво: то как благо для развития производительных сил, то как отрицательный фактор, являющийся помехой для роста благосостояния. С изменением объективных обстоятельств в недрах экономической мысли меняются взгляды на экономическую действительность, эволюционирует трактовка основных категорий, совершенствуются методы исследований, трансформируются направления и подходы. Но, несмотря на различия в аргументации, подходах и выводах, все экономические течения и школы изучали взаимодействие рынка труда и трудовой миграции как одну из актуальных проблем современности, которая отнюдь не потеряла своей остроты и значимости и в настоящее время.

Библиографический список

1. Юдина Т.Н. Социология миграции: к формированию нового научного направления. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004 г. — 398 с.
2. Воробьева О.Д. Миграционные процессы населения: вопросы теории и

государственной миграционной политики // Проблемы правового регулирования миграционных процессов на территории Российской Федерации / Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. сер.: Основные проблемы социального развития России-64. — М. — № 9 (202). 2003, с. 9-22.

3. Мазин А.Л. Экономика труда: учебное пособие, 2-е изд., М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008 г. — 575 с.

4. Безбородова Т.М. К вопросу об определении понятия и административно-правового статуса трудового мигранта // Проблемы современной экономики. — №4 (40). 2011, с. 90-93.

5. Новикова З.Т., Смирнов В.Г., Чуб А.А. История экономических учений: учебное пособие. — М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2007 г. — 255 с.

6. Мальтус Т. Опыт закона о народонаселении, в кн. Антология экономической классики в двух томах, т.2. — М., 1993.

7. Сисмонди Ж.С. Новые начала политической экономии или О богатстве в его отношении к народонаселению. — М.: Директ-Медиа, 2007 г. — 356 с. 8. Прудон П.Ж. Что такое собственность? или Исследование о принципе права и власти; Бедность как экономический принцип.../ Подг. текста и коммент. В.В.Салова. — М.: Республика, 1998г. — 367с.

9. К.Маркс и Ф.Энгельс./ Сочинения. Изд.2, т.8 — М.: Гос.изд.полит.лит-ры, 1957г. — 705с.

10. Маркс К. Капитал/ Критика политической экономии. т.1, кн.1: Процесс производства капитала. — М.: Изд.полит.лит-ры, 1967г. — 900с.

11. Ленин В.И. Развитие капитализма в России./ Процесс образования внутреннего рынка для крупной промышленности./ Полное собрание сочинений. т.3, изд.5. — М.: Изд. Полит.лит-ры, 1971г. — 792с.

12. Заяц О.В. Занятость населения и ее регулирование/ Электронный учеб-

ник. — Вл-сток: Изд.Дальневосточного унив-та, 2003г.

13. Бартенев С.А. История экономических учений: учебник./ 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Магистр, 2007г. — 478с.

14. Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. Пер. с англ./ Сост., науч. ред., послесл. Р.И. Капелюшников; предисл. М.И. Левин. — М.: ГУ ВШЭ, 2003. — 672 с.

15. Taylor J.E. Migration: new dimensions and characteristics, causes, consequences and implications for rural poverty. Электронный ресурс. URL:<http://www.fao.org/docrep/003/X9808e/x9808e07.htm>

16. Harris J., Todaro M. Migration, Unemployment, and Development: A Two-Sector Analysis // The American Economic Review. 1970. № 60. P.126–142. Электронный ресурс. URL:<http://www.aeaweb.org/aer/top20/60.1.126-142.pdf>

17. Krasner S. Structural Conflict: The Third World Against Global Liberalism (Studies in International Political Economy, 12) (Stephen D. Krasner) Электронный ресурс. URL: <http://bookre.org/reader?file=1054167&pg=5>

Bibliographic list

1. Judina T.N. Sociology of migration: the formation of the new scientific direction. — М.: «Dashkov & Co», 2004. — 398 p.

2. Vorobyova O.D. Migration of population: questions of theory and state migration policy // Problems of legal regulation of migration processes on the territory of the Russian Federation. Analytical Bulletin of the Federation Council. ser.: The main problems of social development of Russia-64. — М. — № 9 (202). 2003, p. 9-22.

3. Mazina A.L. Labor Economics: textbook. Is.2. M.: UNITY-DANA, 2008. — 575 p.
4. Bezborodova T.M. Labor migrant: to the definition of the concept and administrative-legal status. Problems of modern economics. — №4 (40). 2011, p. 90-93.
5. Novikova Z.T., Smirnov V.G., Chub A.A. History of economic doctrines: textbook. — M.: Academic project; Gaudeamus, 2007 — 255 p.
6. Maltus T. An Essay on the Principle of Population. Anthology of economic classics. Vol.2. — M., 1993.
7. Sismondi J.C.L. Simonde de. New Principles of Political Economy: Of Wealth in Its Relation to Population. — M.: Direct-Media, 2007. — 356 p.
8. Prudon P.J. What Is Property?: or, An Inquiry into the Principle of Right and of Governmet...Ed. Salov V.V. — M.: Republic, 1998. — 367 p.
9. Marx/Engels Collected Works. Is.2, Vol.8. — M.: State publishing house of political literature, 1957. — 705 p.
10. Marx K. Capital/ A Critique of Political Economy. Vol. 1, Book One: The Process of Production of Capital. — M. State publishing house of political literature, 1967. — 900 p.
11. Lenin V.I. The Development of Capitalism in Russia. The Process of the Formation of a Home Market for Large-Scale Industry. Vol.3, Is.2, — M.: State publishing house of political literature, 1971. — 792 p.
12. Zayac O.V. Employment and its regulation. — Vladivostok: Far Eastern University Press, 2003.
13. Bartenev S.A. History of Economic Thought: [Textbook]. Is.2. — M.:Master, 2007. — 478 p.
14. Gary S. Becker. Economic Analysis and Human Behavior. Selected works on economic theory. Ed. by R.I.Kapelyushnikov, M.I.Levin. — M.: SU HSE, 2003. — 672 p.
15. Taylor J.E. Migration: new dimensions and characteristics, causes, consequences and implications for rural poverty. URL:<http://www.fao.org/docrep/003/X9808e/x9808e07.htm>
16. Harris J., Todaro M. Migration, Unemployment, and Development: A Two-Sector Analysis . The American Economic Review. 1970. № 60. P.126–142. <http://www.aeaweb.org/aer/top20/60.1.126-142.pdf>
17. Krasner S. Structural Conflict: The Third World Against Global Liberalism (Studies in International Political Economy, 12) (Stephen D. Krasner) URL: <http://bookre.org/reader?file=1054167&pg=5>

С.Ю. Перунов

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы методического обеспечения оценки экспортного потенциала региона. Автором анализируются существующие подходы с учетом их достоинств и недостатков. Предлагается авторский подход к осуществлению подобной оценки.

Ключевые слова

Регион, экспорт, экспортный потенциал, конкурентоспособные товары

METHODICAL WAYS FOR REGIONAL EXPORT POTENTIAL ASSESSMENT**Annotation**

The author in article considers methodical issues assessment of export potential of the region. The author analyses the existing approaches to address them advantages and disadvantages. The author offers his approach to the implementation of such an evaluation.

Keywords

Region, export, export potential, competitive goods.

Оценка экспортного потенциала государства или конкретного региона представляется одновременно важной задачей и серьезным критерием для отслеживания динамики экономического развития и динамики конкурентоспособности продукции, так как большинство исследователей сходится на тезисе о том, что экспортируемая продукция является конкурентоспособной, тогда как реализуемая на внутреннем рынке может необязательно иметь столь же высокую конкурентоспособность. Вопросы конкурентоспособности государства в глобальной экономике активно исследуются в современной литературе [1]. Если государство или регион утрачивает экспортные возможности, это может свидетельствовать о снижении конкурентоспособности государственной или региональной экономики и будет выраженным сигналом к необходимости определенных изменений или реформ. Такое отношение к роли экспортного потенциала опосредует необходимость его объективной индикации на основании использования максимально прозрачных критериев, поскольку данные, полученные таким путем, позволят проводить объективный мониторинг экспортного потенциала в течение заданных временных промежутков, а также сравнивать собственные показатели с лидерами экономического развития как внутри страны, так и за рубежом. Соответственно развитие системы расчета экспортного потенциала регио-

на, учитывающее все возможные ресурсы, представляется актуальным и своевременным.

Исследовательской задачей статьи является литературный анализ существующих подходов к определению экспортного потенциала территории и сравнение применяемых методик по ряду существенных показателей.

Большинство исследователей [2, 3, 4] связывают экспортный потенциал какого-либо территориального образования с конкурентоспособностью произведенной продукции, поскольку только на жестком в конкурентном плане международном рынке могут удержаться товары и услуги, имеющие наилучшее качество и наилучшую цену. Однако данное утверждение не является справедливым во всех без исключения случаях, так как имеются государства и регионы, экономика которых основана на экспорте какого-либо одного стратегического ресурса или продукта, то есть является по большей части монокультурной экономикой, ориентированной на экспорт. В некоторые временные периоды в исторической перспективе такая тактика ориентации экономики на экспорт какого-либо уникального ресурса бывает оправданной. Так, добыча и экспорт натурального каучука в Бразилии в конце XIX — начале XX вв. были чрезвычайно выгодным предприятием и обеспечивали стремительный рост бразильской экономики до момента, когда в практику широко внедрились

технологии более дешевого производства синтетического каучука. Так же, как ряд стран арабского мира длительное время свою экономику базировали на экспорте нефти. Конечно, в настоящее время их экономики более диверсифицированы, однако экспорт нефти остается основной статьей экспортного потенциала этих государств.

Большинство государств и регионов, стремясь выводить на внешние рынки наиболее конкурентоспособные товары и услуги, нацелены на диверсификацию своего экспорта, опасаясь чрезмерной зависимости от какого-либо одного экспортируемого ресурса. Поскольку такая зависимость резко повышает уязвимость экономики при появлении более дешевого товара или услуги субститута, потребляемого другими государствами по экономическим мотивам либо же товара или услуги — заменителя с сопоставимой ценой или даже более дорого, но широко потребляемого по политическим мотивам с целью снижения цены основного товара на мировых рынках. Подобные меры предпринимаются в мировой торговле с целью уменьшения зависимости экономик от импорта уникального ресурса и избежания шантажа со стороны стран — продавцов ресурсов. Ярким примером, демонстрирующим указанный тезис, является расширение добычи сланцевого газа в противовес природному. Страны и регионы с экспортно-ориентированной монокультурной экономикой представляются маргинальными и не могут являться примером для учета их опыта хозяйствования.

В качестве образца имеет смысл принять государственные образования с высоким уровнем развития экономики и развитым экспортом. При этом, чтобы избежать упреков в недобросовестности, имеет смысл в одном случае рассматривать государство с большей товарной направленностью экспорта, а, в другом, с большей услуговой. Данные государства должны демонстрировать достаточный уровень жизни своего населения. По указанным параметрам в качестве государства с устойчивым развитием экономики и преимущественно товарной направленностью экспорта следует принять Германию, а в качестве государств, где значительная часть экспорта приходится на услуги, Испанию и Грецию. Следует иметь в виду, что Германия, несмотря на небольшие размеры и относительно небольшое население, имеет ВВП, превышающий российский более, чем в два раза, Испания демонстрирует такой же ВВП, как в России, а Греция обладает ВВП в треть от российского, существенно уступая ей в площади и количестве населения. Для объективизации сравнений и демонстрации динамики в качестве критерияльных были приняты 2008 г. (первой волны кризиса) и 2012 г., так как представляет интерес, каким образом меняется экспорт государства и его потенциал по мере преодоления кризиса.

Так, данные о ВВП Германии, Испании, Греции и России, а также размер их экспорта в 2008 и 2012 гг. представлены в табл. 1-2.

Таблица 1 — Размер ВВП и экспорта ряда стран в 2008 г. [5, 6]

Государство	ВВП, млрд. дол.	Экспорт, млрд. дол.	% экспорта к ВВП
Германия	2863	1498	52,3
Испания	1378	422	30,6
Греция	351	82	23,4
Россия	2225	520	23,7

Показатели Германии, экономика которой демонстрирует хорошую динамику и высокий уровень жизни населения, иллюстрируют тот факт, что ее экспорт составлял в 2008 г. порядка половины ВВП (52,3%). Испания, чья экономика до 2008 г. считалась одной из

самых успешных в Европе, демонстрировала показатель экспорта порядка 30% от ВВП. Показатели Греции и России практически равны по критерию соотношения экспорта с ВВП и составляли порядка 23,5% в 2008 г.

Таблица 2 — Размер ВВП и экспорта ряда стран в 2012 г. [5, 6]

Государство	ВВП, млрд. дол.	Экспорт, млрд. дол.	% экспорта к ВВП
Германия	3194	1492	46,7
Испания	1407	432	30,7
Греция	208,8	67	32,1
Россия	2486	598	24,1

К 2012 г., демонстрируя хорошие темпы прироста ВВП, процент экспорта к ВВП Германии снизился на 5%. В Испании соотношение экспорта к ВВП сохранилось практически на прежнем уровне. В Греции при снижении ВВП почти на треть соотношение экспорта к ВВП выросло почти на 10%. В России прирост ВВП практически на соотношении экспорта к ВВП, то есть, требу-

ется уточнение, так как, если в отношении Греции динамика вполне очевидна — экспорт сохраняется на определенном уровне, а ВВП снизился, что обусловило рост данного соотношения, то по другим странам нельзя сделать столь однозначных выводов, поэтому необходимо сравнить темпы прироста ВВП и темпы прироста экспорта в отмеченных временных периодах (табл. 3).

Таблица 3 — Темпы прироста экспорта и ВВП 2012 к 2008 гг. в Германии, России и Испании

Страна	Темп прироста экспорта	Темп прироста ВВП
Германия	- 0,4%	11,6%
Испания	2,4%	2,1%
Россия	15,0%	11,7%

Сравнивая приведенные показатели, можно отметить, что Германия показывает хорошую динамику роста ВВП не за счет преимуществ своего товарно-направленного экспорта. Испания демонстрирует сходные темпы развития ВВП и экспорта, обеспечиваемые преимущественно экспортом услуг. Российская Федерация демонстрирует темпы роста экспорта, превышающие темпы роста ВВП, можно обоснованно предположить, что рост ВВП обусловлен, в основном, ростом экспорта энергоносителей.

Переходя с уровня государства на уровень региона, повторно надо отметить, что показатели экспортного потенциала региона и государства могут различаться на порядок и выше, что обусловлено, как неравномерным экономическим развитием тех или иных регионов государства, так и локализацией какого-либо экспортируемого ресурса. Например, рекреационные ресурсы на побережье некоторых регионов Испании или сырьевые ресурсы (пищевые или энергетические) в ряде регионов России, а также концентрация промышленного производства в некоторых

регионах Германии. Для демонстрации выдвигаемого тезиса о неравномерном распределении экспортного потенциала регионов в государственных образованиях следует рассмотреть следующие, приведенные ниже данные, базирующиеся на исследовании Международной организации кредиторов о комплексной экономической конкурентоспособности ряда регионов таких стран, как: Россия, США, Германия, Китай и Бразилия [7]. Согласно данным указанного исследования некоторые субъекты России по ряду анализируемых факторов не менее конкурентоспособны, чем регионы взятых для сравнения стран.

В Германии около 50% ВВП приходится на производство в трех регионах: Северной Рейн-Вестфалии, Баварии и Баден-Вюртемберге. В США до 30% ВВП приходится на производство в таких штатах, как: Калифорния, Техас, Нью-Йорк и Флорида. Соответственно, Бразилия около 50% своего ВВП формирует за счет трех регионов (штатов).

В РФ около 30% ВВП приходится на Москву и Тюменскую область. Китай формирует более 20% своего ВВП за счет провинций Гуандун, Цзянсу, Шаньдун и Чжэцзян.

Приведенные данные демонстрируют, что лидирующие регионы по вкладу в ВВП приведенных государств обеспечивают его прирост либо за счет концентрации финансов (Москва, Нью-Йорк), либо за счет концентрации промышленного производства, либо за счет локализации экспортных ресурсов. Учитывая различный вклад регионов в формирование ВВП государства, имеет смысл рассматривать и сравнивать регионы по размеру их ВРП на душу населения. В этой связи необходимо представить данные о валовом региональном продукте (ВРП) на душу населения различных регионов в различных государствах (табл. 4).

Таблица 4 — Доля ВРП на душу населения в ряде регионов России, США, Германии, Китая и Бразилии в 2011 г. [16]

	Регион	Страна	ВРП на душу населения, 2011, тыс. дол
1	Рейнланд-Пфальц	Германия	73,1
2	Нью-Йорк	США	59,38
3	Берлин	Германия	52,2
4	Саксония-Анхальт	Германия	41,9
5	Баден-Вюртемберг	Германия	40,3
6	Аризона	США	39,76
7	Гамбург	Германия	39,5
8	Мичиган	США	38,91
9	Тюменская область (с ХМАО и ЯНАО)	Россия	37,33
10	Саар	Германия	36,1
11	Сахалинская область	Россия	33,77
12	Саксония	Германия	29,8
13	г.Москва	Россия	28,29
14	Бразилия (федеральный округ)	Бразилия	25,062
15	Тяньцзинь	Китай	13,4
16	Сан Паолу	Бразилия	13,331
17	Шанхай	Китай	12,9
18	г.Санкт-Петербург	Россия	12,82
19	Пекин	Китай	12,6
20	Красноярский край	Россия	12,27
21	Московская область	Россия	9,56

	Регион	Страна	ВРП на душу населения, 2011, тыс. дол
22	Пермский край	Россия	9,31
23	Парана	Бразилия	9,227
24	Чжэцзян	Китай	9,1
25	Свердловская область	Россия	8,90
26	Кемеровская область	Россия	8,55
27	Самарская область	Россия	8,47
28	Иркутская область	Россия	8,16
29	Приморский край	Россия	8,10
30	Гуандун	Китай	7,8
31	Минас-Жерайс	Бразилия	7,758
32	Нижегородская область	Россия	7,44
33	Челябинская область	Россия	7,41
34	Шаньдун	Китай	7,3
35	Фуцзянь	Китай	7,3
36	Республика Башкортостан	Россия	7,28
37	Новосибирская область	Россия	7,02
38	Краснодарский край	Россия	7,01
39	Ростовская область	Россия	5,70
40	Шэньси	Китай	5,4

Согласно приведенным данным ресурсодобывающие и экспортирующие регионы России с относительно малым населением (Ханты-Мансийский национальный округ, Тюменская область, Сахалинская область) имеют ВРП на душу населения не меньший, чем большинство регионов Германии. Остальные регионы России не уступают по этому показателю большинству регионов Бразилии и Китая, но уступают таковым в США и Германии.

Таким образом, если для государств, чей экспорт базируется на промышленной и наукоемкой продукции, данный показатель позволяет оценивать экспортные возможности региона, то для России, чей экспорт в значительной мере обусловлен энергоносителями и иными ресурсами, он не позволяет оценивать экспортные возможности регионов.

В связи с чем представляется необходимым продемонстрировать имеющиеся в отечественной научной литературе подходы к оценке экспортного потенциала региона. Одним из таких является определение суммарного экспортного потенциала всех предприятий

региона, производящих экспортную продукцию. Для этого необходимо определение экспортного потенциала одного предприятия, для чего рядом авторов таких как: В. Мосейко, Ю. Азмина [8], М. Буянова [9], А. Калинин [10] разработаны и предложены показатели, характеризующих экспортные возможности предприятий. Предлагаемые данными авторами показатели таковы: эффективность производства экспортной продукции, удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции предприятия, рентабельность экспортных продаж, эффективность продаж экспортной продукции. Система данных показателей, позволяет установить, какова доля экспортной продукции в общем объеме производимых товаров, насколько прибыльна экспортная деятельность предприятия, рентабелен ли экспорт вообще или бесприбылен и расходы на экспорт покрываются из общей прибыли предприятия, а экспорт формально существует для получения льгот и преференций от государства. Кроме того, возможно определять, насколько успешно проводится продвижение экс-

портной продукции на зарубежных рынках исходя из показателя эффективности продаж экспортной продукции.

Другой подход, который можно именовать бюрократическим, основан на применении необходимого минимума стандартных статистических сведений о внешнеэкономической деятельности региона, получаемых в результате деятельности статистических бюро. Ряд авторов, таких как: М. Сейфуллаева [11], Ю. Токарев [12], П. Тарасов, Е. Вахромова [13], Е. Красильникова [14], рекомендуют использовать для формального определения экспортного потенциала региона совокупность следующих показателей: темпа роста экспорта, темпа роста внешнеторгового оборота, экспортной квоты, коэффициента открытости экономики, коэффициента эластичности экспорта и международной конкурентоспособности. Данные авторы ведут речь о внешнеэкономическом потенциале региона, понимая его несколько шире, чем, собственно, экспортный потенциал. Однако в современных условиях, когда экспорт в Российской Федерации представлен достаточно узким спектром позиций, эти понятия очень близки, при исключении расчетных параметров импорта.

Анализируя в совокупности предлагаемые методики расчета экспортного потенциала региона, следует отметить, что общий экспортный потенциал предприятий, дислоцированных в регионе, не равняется экспортному потенциалу региона ввиду того что не учитываются другие факторы, влияющие на него. Использование системы показателей статистической отчетности, предлагаемой другой группой авторов, тоже не позволяет с необходимой точностью рассчитывать экспортный потенциал региона, ввиду того что указанные показатели не включают в себя некоторые позиции, которые могут существенно влиять на экспортный потенциал региона.

Экспортный потенциал региона можно считать суммой от пяти основ-

ных составляющих, таковыми представляются: экспортные товары, произведенные в регионе, но реализуемые наднациональными организациями; транзитная рента, взимаемая за транзит экспортных грузов по территории региона; товары, произведенные в регионе, частично или полностью экспортируемые от лица региона; мелкий трансграничный или прибрежный экспорт; экспорт услуг на региональном уровне (на примере туристических услуг данные проблемы рассматривались А. Козловым [15]).

В рамках первого подхода совершенно выпадают из учета четыре составляющих, учету подлежат только товары, произведенные в регионе, частично или полностью экспортируемые от лица региона.

Второй подход, основанный на систематизации статистических данных по региональной отчетности внешнеэкономической деятельности, позволяет частично учитывать экспорт услуг в части въездного туризма, но не учитывает потенциала экспорта других услуг, оказываемых в регионе. В значительной части из представленной системы показателей частично выпадает мелкий трансграничный или прибрежный экспорт; полностью не учитывается транзитная рента и также не полностью подлежит учету возможность региона в плане экспорта товаров, произведенных в регионе, но реализуемых наднациональными организациями.

Таким образом, предлагаемые различными авторами способы оценки экспортного потенциала региона являются не полными и, даже при их объединении, нельзя получить целостной картины потенциала экспорта региона. Соответственно должна, более справедливо распределяться прибыль от экспорта региональных производств, реализуемых наднациональными органами в пользу учета интересов региона.

Следовательно, общим показателем, позволяющим полноценно рассчитывать экспортный потенциал региона, будет следующий:

$$P_{\text{общ}} = \sum_{i=1}^5 P_i \quad \text{где}$$

P_1 — экспорт товаров, произведенных в регионе, но реализуемых надрегиональными организациями;

P_2 — транзитная рента, взимаемая за транзит экспортных грузов по территории региона;

P_3 — экспорт товаров, произведенных в регионе, частично или полностью реализуемых от лица региона;

P_4 — экспорт в рамках мелкого трансграничного бизнеса или прибрежной торговли;

P_5 — экспорт услуг региона.

Причем использование такого подхода к определению экспортного потенциала региона не исключает разработанных и предлагаемых в научной литературе методов. Резюмируя вышеизложенное, можно отметить, что в вопросе выбора методики расчета экспортного потенциала региона может быть использован сбалансированный подход, позволяющий применять, помимо авторского предложения, анонсированные в экономической литературе и отраженные в статье методы.

Библиографический список:

1. Симченков В.М. Конкурентоспособность отечественной экономической системы в контексте ключевых детерминантов в условиях глобализирующейся мировой экономики // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2010. № 2 (31).

2. Медведев П.М. Факторы эффективности экспорта российских предприятий // Регион, 2007, №2, с. 64–82.

3. Михайловский В.П. Формирование новой парадигмы развития внешнеэкономической деятельности региона

// Российский экономический журнал, 2006, №4, с. 37–49.

4. Сейфуллаева М.Э., Капицын В.М. Экспортный потенциал российских регионов в условиях глобализации мировой экономики // Регион, 2006, №3, с. 93–111.

5. Всемирная книга фактов ЦРУ [Электронный источник] — режим доступа http://ru.wikipedia.org/wiki/Всемирная_книга_фактов_ЦРУ;

6. Институт экономики и права И. Кушнера [Электронный источник] — режим доступа — <http://www.be5.biz/index.htm>

7. Международная региональная конкуренция [Электронный источник] — режим доступа — <http://woc-org.com/research/index.php?name=publications&op=page&pid=312>

8. Мосейко В., Азмина Ю. Многофакторная оценка экспортного потенциала малых и средних предприятий региона // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экономика. Экология. 2012, №2 (21). С. 63-71.

9. Буянова, М. Э. Оценка региональных рисков Южного федерального округа / М. Э. Буянова // Регионология. — 2006. — № 3. — С. 20–32.

10. Экспортный потенциал малых и средних предприятий Волгоградской области: метод. материалы / авт. колл.: А. Э. Калинина (науч. рук.) [и др.]; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». — Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. — 148 с.

11. Сейфуллаева, М.Э. Маркетинговый механизм формирования экспортного потенциала региона. Дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05 / М. Э. Сейфуллаева. — М., 2001. — 260 с.

12. Токарев, Ю.В. Формирование и использование экспортного потенциала (на примере промышленных предприятий): автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05; Казань, 1997. — 14 с.

13. Тарасов П.С., Вахромова Е.Н. Оценка производственного потенциала территории // Региональная экономика: теория и практика. — 2010. — №35 (128). — С. 8-15.

14. Красильникова Е. Л. Оценка использования внешнеэкономического потенциала регионов [Текст] / Е. Л. Красильникова // Молодой ученый. — 2012. — №7. — С. 87-90.

15. Козлов А.В. Современные аспекты регионального развития туристических услуг // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2010. № 1 (31).

16. World economic journal. 2012. №2. November.

Bibliographic list

1. Simchenkov V. Competitiveness of the domestic economic system in the context of the key determinants in the conditions of the globalizing world economy // Herald RGEU (RINH). 2010. № 2 (31).

2. Medvedev P. Factors of efficiency of export of Russian companies // Region, 2007, №2, P. 64-82.

3. Mikhailovsky V. Formation of the new paradigm of development of foreign economic activity of the region // Russian economic journal, 2006, №4, P. 37-49.

4. Seyfullayeva M., Kapizin V. Export potential of Russian regions in the conditions of globalization of the world economy // Region, 2006, №3, P. 93-111.

5. World fact book CIA [Electronic source] — access mode [http://ru.wikipedia.org/wiki/World fact book CIA](http://ru.wikipedia.org/wiki/World_fact_book_CIA)

6. Institute of Economics and law I. Kushnir [Electronic source] — access mode — <http://www.be5.biz/index.htm>

7. International regional competition [Electronic source] — access mode :

<http://woc-org.com/research/index.php?name=publications&op=page&pid=312>

8. Moseiko V., Azmina Yu. Multifactor assessment of the export potential of small and medium-sized enterprises of the region // Herald of Volgograd state University. Series 3. Economy. Ecology. 2012, №2 (21). P. 63-71.

9. Buyanova, M. E. Regional risk Assessment of the southern Federal district / M. E. Buyanova // Regional science . — 2006. — № 3. — P. 20-32.

10. The export potential of small and medium-sized enterprises in the Volgograd region: the method. materials / auth. Coll.: A. E. Kalinina. [and other] ; Feder. state budgets. educational. the establishment of the high. professional education «Volgogr. gos. UN-t». — Volgograd : VolSU Publishing, 2011. — 148 p.

11. Seyfullayeva M. Marketing mechanism of formation of the export potential of the region. Dis. ... doctor. Econ. Sciences: 08.00.05 / M. Seyfullayeva. — M, 2001. — 260 с.

12. Tokarev J. Formation and use of export potential (for example, industrial enterprises): Avtoref. dis. kand. Econ. Sciences: 08.00.05; Kazan, 1997. — 14 p.

13. Tarasov P., Vaxromova E. Evaluation of the productive potential of the region // Regional Economics: theory and practice. — 2010. — №35 (128). — P. 8-15.

14. Krasilnikova E. L. Evaluation of the use of the foreign economic potential of the regions // Young scientist. — 2012. №7. P. 87-90.

15. Kozlov A.V. Modern aspects of regional development of tourist services // Herald RGEU (RINH). 2010. № 1 (31).

16. World economic journal. 2012. №2. November.

НАШИ АВТОРЫ**Контактная информация авторов журнала**

**«Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»
№1 (45) 2014**

РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами

Альбеков А.У. — д.э.н., профессор кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Ротэрмель А.А. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Астафуров С.С. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Батыгов А.Я. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Борисова В.В. — д.э.н., профессор кафедры «Коммерция и логистика», «Санкт-Петербургский государственный экономический университет (СПбГЭУ)», кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», E-mail: verabrsv@yandex.ru.

Тасуева Т.С. — к.э.н., доцент, кафедры «Экономика и управление в нефтяной и газовой промышленности» ФГБОУ ВПО «Грозненский государственный нефтяной технический университет имени академика М.Д. Миллионщикова», e-mail: tamila75757@mail.ru.

Ерохина Т.Б. — д.э.н., профессор кафедры «Маркетинг и реклама», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Карапетян М.Г. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Захарова Р.М. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Коваль И.Ю. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Носаченко Н.Н. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пархоменко Т.В. — к.э.н., доцент кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», E-mail: inrost@list.ru.

Петросьян А.О. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пушкарь О.М. — старший преподаватель кафедры «Фундаментальная и прикладная математика», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

РАЗДЕЛ 2. Экономика и предпринимательство

Багирян В.А. — аспирант кафедры «Международная торговля и таможенное дело», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Гуськов А.И. — аспирант кафедры «Маркетинг и реклама», ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», E-mail: ecsn@sciex.ru.

Казаренко К.О. — аспирант кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства, ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Мищенко К.Н. — к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Государственное и муниципальное управление и экономическая безопасность» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», E-mail: mishenkokn@mail.ru

Конькова О.В. — ассистент, ФГБОУ ВПО «Донской государственный аграрный университет»/

Тарасов А.Н. — к.э.н., доцент, и.о. директора ГНУ Всероссийского научно-исследовательского института экономики и нормативов.

Лакно Ю.В. — к.э.н., старший научный сотрудник НИИ ФГБОУ ВПО «Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)». E-mail: lahnojulia@gmail.com.

Панасенко С.С. — Панасенко Светлана Сергеевна — аспирант кафедры анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования, ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Омельченко В.О. — соискатель кафедры «Финансовый менеджмент» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Шполянская И.Ю. — д.э.н., зав. кафедрой "Информационные системы и прикладная информатика", ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

РАЗДЕЛ 3. Развитие мирохозяйственных связей

Бондаренко В.А. — д.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», E-mail: vikodiver@yandex.ru.

Елизарова Т.С. — аспирант кафедры «Международные экономические отношения» РГЭУ (РИНХ), E-mail: tasiwka@gmail.com.

Колосова Н.А. — аспирант ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» E-mail: attaly@yandex.ru,

Ниворожкина Л.И. — д.э.н., профессор, зав. кафедрой математической статистики, эконометрики и актуарных расчетов; ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», E-mail: lin45@mail.ru.

Перунов С.Ю. — аспирант кафедры международной торговли и таможенного дела РГЭУ (РИНХ). E-mail: perunov@live.com.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ от 02 марта 2012 года № 8/13 «О перечне рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций», 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, должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора. Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ»», в обязательном порядке проверяются по критериям корректности предоставления научной информации, учитывая правила ее заимствования, рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления. Статьи предоставляются в формате «*.doc» или «*.docx».

2. Рекомендуется указывать место работы всех авторов и контактную информацию для переписки в Интернете.

3. Требования к оформлению научной статьи:

а) текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman, кегль — 14, полуторный интервал, отступ первой строки — 0,75. Формат листа А4 (210*297 мм). На странице рукописи должно быть не более 30 строк, в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи должны быть: верхнее, правое, левое — 25 мм и нижнее — 30 мм. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа;

б) рисунки должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт исключительно Times New Roman), необходимо указать источник или авторство каждого рисунка с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

в) таблицы набираются 12 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки), необходимо указать источник или авторство каждой таблицы с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

г) редактор формул — MS Word, шрифт — Times New Roman, переменные — курсивом, греческие — прямо, русские — прямо;

д) 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);

е) в тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте;

д) ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках, нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи, подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных;

е) иностранная литература оформляется по тем же правилам;

ж) статья обязательно должна содержать краткую аннотацию и ключевые слова, список использованной литературы. Указанные данные, ФИО авторов и название статьи приводятся на русском и английском языке;

з) общий объем статьи не должен превышать 12 листов, в соответствии с указанными требованиями к оформлению.

4. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия, отдельным файлом сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, e-mail, домашний адрес). Необходимо направить данные файлы также на электронный адрес — vestnik.rsue@mail.ru.

5. В соответствии с требованиями по включению номеров научного периодического издания «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» или его переводной версии на иностранном языке в системы цитирования Web of Science, Scopus, Web of Knowledge, текст статьи должен быть представлен в двух вариантах — на русском и английском языке.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отсылать авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку (если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию.

**ВЕСТНИК
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 1 (45), МАРТ, 2014 г.

Научно-практический журнал

**VESTNIK
OF ROSTOV STATE ECONOMIC UNIVERSITY (RINH)**

№ 1 (45), MARCH, 2014

Scientifically-practical journal

**Главный редактор
Адам Умарович Альбеков**

**Ответственный секретарь
Татьяна Валерьевна Пархоменко**

**Редактор
Корректор
Верстка и макетирование
Дизайн обложки**

**Т.А. Грузинская
И.В. Петросян
Е.В. Саркисова
Р.И. Масенко**

**Изд. № 56/2312. Подписано к печати 28.02.2014.
Объем 21,0 уч.-изд. л. Бумага офсетная. Печать цифровая.
Формат 60x84/8. Гарнитура «Times New Roman».
Заказ № 103. Тираж 1000 экз. «С» 56.**

**344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, РГЭУ (РИНХ).
Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ).**