

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 3 (35), СЕНТЯБРЬ, 2011

РОСТОВ-НА-ДОНУ

2011

Редакционная коллегия

- Наливайский Валерий Юрьевич – главный редактор, д.э.н., профессор
Альбеков Адам Умарович – д.э.н., профессор
Гиссин Виталий Исаевич – д.э.н., профессор
Губанов Александр Григорьевич – д.э.н., профессор
Денисов Михаил Юрьевич – д.э.н., профессор
Джуха Владимир Михайлович – д.э.н., профессор
Долятовский Валерий Анастасьевич – д.э.н., профессор
Евсюкова Татьяна Всеволодовна – д. филол. н., профессор
Золотарев Владимир Семенович – д.э.н., профессор
Костоглодов Дмитрий Дмитриевич – д.э.н., профессор
Кузнецов Николай Геннадьевич – д.э.н., профессор
Кузнецов Владимир Васильевич – академик Российской Академии
сельскохозяйственных наук, д.э.н., профессор,
Лабынцев Николай Тихонович – д.э.н., профессор
Максимова Галина Петровна – д.п.н., профессор
Маслова Нина Пименовна – д.э.н., профессор
Ниворожкина Людмила Ивановна – д.э.н., профессор
Рукавишникова Ирина Валерьевна – д.ю.н., профессор
Самофалов Виктор Иванович – д.э.н., профессор
Седенко Василий Игоревич – д. физико-мат.н., профессор
Таранов Петр Владимирович – д.э.н., профессор
Усенко Людмила Николаевна – д.э.н., профессор
Хубаев Георгий Николаевич – д.э.н., профессор
Чапек Владимир Николаевич – д.э.н., профессор
Смейле Валентина Ефимовна – ответственный секретарь, начальник Отдела редакции
рецензируемых научных журналов, рекомендованных ВАК

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 3 (35), СЕНТЯБРЬ, 2011.

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность – 4 номера в год.
№3 (35), 2011

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

Над номером работали:
В.Е. Смейле, О.Н. Шимко, Ю.В. Тихонова,
Т.А. Грузинская

Обложка В.Е. Смейле

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

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

**Индекс 82537 (на год) в каталоге «Пресса России»
или на сайте www.arpk.org в Интернете**
© Вестник Ростовского государственного
экономического университета (РИНХ),
2011

СОДЕРЖАНИЕ

НАШИ АВТОРЫ	9
<i>Журналу Вестник РГЭУ (РИНХ) – 15 лет</i>	11
РАЗДЕЛ 1. МИРОВАЯ, РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	13
<i>Торосян А.Е.</i> Государственное регулирование доходов населения в Армении	13
<i>Комаров Е.А.</i> Формирование имиджа бренда и репутации региона в контексте развития внешнеэкономических связей	19
<i>Суварян Ю.М., Чобанян М.Х.</i> Повышение результативности регионального управления и местного самоуправления в республике Армении	24
<i>Ромасенко Т.Н.</i> Экономика России до и после вступления в таможенный союз: перспективы развития	35
<i>Ян Боян, У Чэнчжи</i> «Китайская модель» финансирования доступного жилья	43

Родионова Н.Д. Перспективные модели инновационной модернизации проблемных российских регионов	51	на кругооборот капитала и организацию финансово- кредитных отношений АПК	93
Горшенева О.В., Жук Е.С. Стратегический маркетинг как инструмент регионального маркетинга	58	Барашьян В.Ю. Оптимизация дивидендной политики в условиях инновационно- ориентированного финансового менеджмента	103
Капустин Д.В. Совокупная стоимость владения веб-приложением для оценки качества жизни населения муниципальных образований: пошаговая процедура упорядочения затрат	65	Прилуцкий В.В. Определение фундаментальных отличий спекулянтов от остальных инвесторов финансовых рынков	117
РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА	74	Зуева И.С. Мотивы слияний и поглощений в системе реструктуризации компаний	121
Ковалева Н.Н. Концептуальные подходы к планированию объемов государственной поддержки развития животноводства в региональном АПК	74	Колтырева И.В. Финансовый контроль как функция управления развитием региона	127
Чепик О.В. Некоторые экономические аспекты государственного регулирувания и поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей	79	Бабурин А.В., Терентьева В.В. Современная организация внутреннего муниципального финансового контроля	132
Зимовейскова А.А., Толмосов В.В. Социально-производственные аспекты формирования системы функций управления коллективными сельхозпредприятиями	87	Роменский А.В. Строительные кредиты: роль региональных банков	137
РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО- КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	93	РАЗДЕЛ 4. СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ И МАРКЕТИНГ	147
Меликов Ю.И. Влияние сезонных факторов		Кизим А.А., Старкова Н.О., Михайлюк О.В. Аутсорсинг информационно- интеллектуальных процессов современного предприятия	147
		Полякова Е.Ю., Андрейченко Н.В. Попова Е.А., Роль социальной ответственности в формировании лояльности	

к компании на потребительском рынке	154	<i>Строкань Д.А.</i> Количественная оценка параметров кластеризации центра управления имуннотойстойкой экономической информационной системой	174
<i>Магомедшарипов А.Б.</i> Ключевые элементы стратегического маркетинга учреждений социального сервиса	160	<i>Правила оформления материалов, представляемых в журнал «Вестник РГЭУ (РИНХ)»</i>	178
<i>Хубаев Г.Н.</i> Сравнение вариантов дизайна объекта: модели и алгоритмы	167		

MINISTRY EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIC

**ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)
№ 3 (35), SEPTEMBER, 2011.**

Scientifically-practical journal.

First published in 1996.

Periodical – 4 issues per year

№ 3 (35), 2011

Editorial board:

V.U. Nalivaitskiy (chief editor),

A.U. Aljbekov,

V.I. Gissin, A.G. Gubanov,

M.U. Denisov, V.M. Dzhuha,

V.A. Dolyatovskiy, T.V. Evsjukova,

V.S. Zolotaryov, D.D. Kostoglodov,

N.G. Kuznetsov,

V.V. Kuznetsov, N.T. Labyntsev,

G.P. Maksimova, N.T. Maslova,

L.I. Nivorozhkina, I.V. Rukavishnikova,

V.I. Samofalov, V.I. Sedenko,

A.Y. Stadnik, L.N. Usenko,

G.N. Hubaev, V.N. Chapek,

V.E. Smejle (responsible secretary).

Worked on the edition:

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

Gruzinskaya T.A.

Front page: V.E. Smejle.

Publishing address of the journal:

344002, Rostov-on-Don,

B.Sadovaya Ave., 69, room 653

tel. 266-42-34

The edition is registered in Federal service of control for keeping the legislation in the sphere of mass communication and defiance of the heritage since the 14 of October 2005 year

PI # FS77-22006

Index82537(per year) in the catalogue of agency «The Press of Russia» or in the site www.arpk.org in the Internet,

© Vestnic of Rostov-on-Don State Economic University (RINH), 2011

CONTENTS

OUR AUTHORS 9

*The anniversary of journal
«Vestnic RSEU (RINH)»* 11

**PART 1. WORLD, REGIONAL
AND MUNICIPAL ECONOMY** 13

Torosyan A.E.
Government regulation
of population income in Armenia 13

Komarov E.A.
Formation of image of a brand
and reputations of region
in a context of developments
external economic communications 19

Suvaryan Y.M., Chobanyan M.Kh.
Increase of productivity
of regional government and local
government in RA 24

Romasenko T.N.
Russian economy before and after
entering into the customs union:
prospects of development 35

Yang B, Wu Ch.
Chinese model financing social
security housing 43

Rodionova N.D.
Perspective models of innovative
modernization of problem
russian regions 51

<i>Gorscheneva O.V., Zhuk E.S</i> Strategic marketing as a tool of regional marketing	58	<i>Priluckiy V.V.</i> Determining of the fundamental differences between speculators and other financial market investors	117
<i>Kapustin D.V.</i> Cumulative cost of possession of a web application for an estimation of quality of life of the population of municipal unions: step-by-step procedure of expenses streamlining	65	<i>Zueva I.S.</i> Motives for mergers and acquisitions in the corporate restructuring	121
PART 2. ECONOMY OF AGRICULTURAL PRODUCTION	74	<i>Koltireva I.V.</i> Financial control as a function of management by development of region	127
<i>Kovaleva N.N.</i> Conceptual approaches to planning of volumes state supports of development of animal industries in regional agrarian and industrial complex	74	<i>Baburin A.V., Terent'eva V.V.</i> The modern organization of internal municipal financial control	132
<i>Chepik O.V.</i> Some economic aspects of state support of agricultural commodity producers	79	<i>Romenskiy A.V.</i> Construction loans: the role of regional banks	137
<i>Zimoveiskova A.A., Tolmosov V.V.</i> Socially-industrial aspects of formation of system of functions of management of the collective agricultural organizations	87	PART 4. SOCIAL-ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AND MARKETING	147
PART 3. FINANCIAL - CREDIT RELATIONS	93	<i>Kizim A.A., Starkiva N.O., Mikhayluk O.V.</i> Outsourcing of information and intellectual processes of modern enterprises	147
<i>Melikov Y.I.</i> The influence on a capital circulation in agrarian of financial-credit relation	93	<i>Polyakova E.Y., Andreichenko N.V., Popova E.A.</i> The role of social responsibility in the formation of company to loyalty in the consumer market	154
<i>Barashyan V.Y.</i> Optimization of dividend policy in the conditions of the innovative-focused financial management	103	<i>Magomedsharipov A.B.</i> Key elements of strategic marketing of social service establishments	160
		<i>Khubaev G.N.</i> Comparison of object design	

variants: models and algorithms 167

Strokan' D.A.

Quantitative evaluation
of clustering parameters
of protected economic
information systems' control

center 174

***Registration rules of
the materials represented
in journal***

«Vestnik RSEU (RINX)» 178

НАШИ АВТОРЫ

Андрейченко Наталья Владимировна - ст. преподаватель кафедры «Теория рынка» ЮФУ
Контактный тел: 233-59-59

Бабурин Анатолий Владимирович – начальник отделения по железнодорожному району муниципального казначейства
Контактный тел: 8918-558-26-39

Барашьян Виталина Юрьевна – к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Корпоративные финансы и финансовый менеджмент» РГЭУ (РИНХ)
Контактный тел: 8918-559-30-97

Горшенева Оксана Владимировна – к.э.н., доцент кафедры «Теория рынка» ЮФУ
Контактный тел: 290-43-11

Жук Екатерина Сергеевна – к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Теория рынка» ЮФУ
Контактный тел: 294-11-83

Зимовейскова Анна Александровна – ст. преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» Ростовский филиал Российского государственного торгово-экономического университета
Контактный тел: 8903-402-53-72

Зуева Инна Сергеевна - аспирант кафедры «Финансово-экономический инжиниринг» РГЭУ (РИНХ), инвестиционный консультант ООО «Финнам - Ростов»
Контактный тел: 8908-514-13-13

Капустин Дмитрий Викторович – аспирант кафедры «Экономическая информатика и автоматизация управления» РГЭУ (РИНХ), гл. специалист отдела сопровождения операций ОАО Банк ВТБ
Контактный тел: 8908-177-68-82

Кизим Анатолий Александрович – д.э.н., профессор кафедры «Мировая экономика и менеджмент» КГУ
Контактный тел: 8918-443-34-62

Ковалева Наталья Николаевна – аспирант ГНУ ВНИИ Э и Н Россельхозакадемии, Управление ветеринарии Ростовской области, специалист 1-й категории сектора финансового планирования, бухгалтерского учета и отчетности
Контактный тел: 8928-606-28-84

Колтырева Ирина Викторовна – аспирант кафедры «Экономика и предпринимательство» РГЭУ (РИНХ), ст. преподаватель кафедры «Финансы и технологии инвестирования», филиал ФБГОУ ВПО Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского
Контактный тел: 8918-506-05-37

Комаров Евгений Александрович – аспирант кафедры «Международные экономические отношения» РГЭУ (РИНХ), ОАО «Донская инвестиционная компания», начальник отдела депозитарного обслуживания
Контактный тел: 8918-547-56-60

Магомедшарипов Аглар Багадурович – аспирант кафедры «Маркетинг и реклама» РГЭУ (РИНХ)
Контактный тел: 8928-602-53-05

Меликов Юрий Иосифович – к.э.н., профессор кафедры «Банковское дело» РГЭУ (РИНХ)
Контактный тел: 240-61-78

Михайлюк Ольга Викторовна – аспирант кафедры «Мировая экономика и менеджмент» КГУ, преподаватель, ГУСПО «Ямальский многопрофильный колледж»
Контактный тел: 8912-918-60-08

Полякова Елена Юрьевна – ст. преподаватель кафедры «Теория рынка» ЮФУ

Контактный тел: 8905-450-10-39

Попова Евгения Александровна – аспирант кафедры «Теория рынка» ЮФУ

Контактный тел: 8919-880-28-45

Прилуцкий Владимир Владимирович – аспирант кафедры «Корпоративные финансы и банковская деятельность» ВГУ

Контактный тел: 8919-545-94-40

Родионова Наталья Дмитриевна – к.э.н., доцент кафедры «Экономическая теория» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8928-925-76-77

Ромасенко Татьяна Николаевна – к.э.н., доцент, докторант кафедры «Организация отдельных видов государственного контроля таможенными органами Российской Федерации» РГА

Контактный тел: 8928-230-85-92

Роменский Андрей Васильевич – аспирант кафедры «Финансы и кредит» РГСУ

Контактный тел: 8918-895-97-68

Старкова Надежда Олеговна – к.э.н., доцент кафедры «Мировая экономика и менеджмент» КГУ

Контактный тел: 8918-417-04-12

Строкань Дмитрий Александрович – аспирант, ассистент кафедры «Информационные технологии и защита информации» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8938-100-70-73

Суварян Юрий Михайлович – д.э.н., профессор, академик НАН РА,

зав. кафедрой «Управление» АГЭУ

Контактный тел: 37410-58-16-43

Терентьева Вера Викторовна – к.э.н., доцент кафедры «Финансы» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 8918-553-25-03

Толмосов Василий Васильевич – гл. специалист отдела координации федеральных и областных программ, Министерство сельского хозяйства и продовольствия

Контактный тел: 8903-402-53-72

Торосян Арцруни Ерджаникович – к.э.н., доцент кафедры «Экономическая теория» АГЭУ

Контактный тел: 37491-40-76-30

У Чэнчжи - аспирант кафедры «Финансы и кредит» РГСУ

Контактный тел: 8918-521-26-82

Хубаев Георгий Николаевич – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономическая информатика и автоматизация управления» РГЭУ (РИНХ)

Контактный тел: 237-02-71

Чепик Ольга Викторовна – к.э.н., доцент, Рязанский государственный агротехнологический университет

Контактный тел: 4912-90-70-63

Чобанян Мартун Хачатурович – к.э.н., доцент кафедры «Управление» РАГУ

Контактный тел: 37410-26-59-02

Ян Боян – аспирант кафедры «Финансы и кредит» РГСУ

Контактный тел: 8928-129-31-88

Журналу «Вестник РГЭУ (РИНХ)» – 15 лет.

В восьмидесятилетний юбилей нашего университета исполняется 15 лет со дня выхода в свет первого номера журнала «Вестник Академии».

Приказом ректора № 107 от 21.11.1996 года «Об издании научно-практических журналов Академии» был учрежден выпуск журнала «Вестник Академии», утверждена редакционная коллегия, главным редактором которой стал проректор на научной работе В.Ю. Наливайский, ответственным секретарем - В.Е. Смейле, директор издательства.

Первый номер журнала «Вестник Академии» был подписан в печать 10.08.1996 года. Это первый журнал в истории нашего вуза. В опубликованных статьях ученых вуза отражались решения проблем нашего региона. После выхода в свет журнала им заинтересовались почти все вузы России, а также ближнее зарубежье, особенно после поступления обязательных бесплатных экземпляров в Российскую Книжную палату.

После изменения статуса нашего вуза соответственно было изменено название журнала в «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)».

В октябре 2005 года журнал был зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия, получено Свидетельство о регистрации средства массовой информации, ПИ № ФС 77-22-00-6 от 14.10.2005 года, зарегистрирована примерная тематика и (или) специализация: информационно-аналитическая, образовательная; микро- и макро экономические процессы, финансово-кредитные отношения, развитие агропромышленного комплекса, правовое регулирование, лингвистика, новое в образовательном процессе.

Учитывая, что для защиты кандидатских и докторских диссертаций необходимы публикации статей в журналах, рекомендованных ВАК, руководство издательства подготовило документы для утверждения журнала в указанном списке. Журнал зарегистрирован в Международном центре ISSN, № ISSN: 1991-0533, является подписным изданием в Объединенном каталоге «Пресса России».

Научный потенциал РГЭУ (РИНХ) очень велик, поэтому рецензирование статей проводится на высшем профессиональном уровне кандидатами и докторами наук.

За 15 лет опубликовано более 700 статей по различным научным направлениям. В конце 2006 года журнал «Вестник РГЭУ (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». После пересмотра и аттестации «Перечня...» Президиум Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки России утвердил новый список журналов 17.06.2011 года, в него по-прежнему включен журнал «Вестник РГЭУ (РИНХ)».

В журнале «Вестник РГЭУ (РИНХ)» опубликованы основные научные результаты на соискание ученой степени кандидата наук в качестве статей таких ученых, как: И.В. Топорова, В.Ф. Костюченко, Н.Г. Савельева, Н.И. Чернышева, О.Б. Черненко, В.Ю. Барашьян, С.В. Брюховецкая, А.В. Максимов, О.Н. Воронкова, Ю.В. Конобеев, Е.В. Поролло, О.Н. Бойко, М.В. Ласкова, О.Н. Митько, Г.Ю. Агаджанов, Г.Г. Нор-Аревян, Е.В. Барауля, А.С. Локосова, С.А. Шарапа, И.А. Высоцкая, Т.В. Панасенкова, И.В. Абдурахманова, Ю.Д. Джамурзаев, Н.С. Косова, К.Р.

Мхитарян, М.В. Чараева, А.И. Галкин, О.А. Склярова, Н.М. Усенко, А.М. Усенко, Ю.С. Жаркова, И.В. Рукавишников, В.У. Галустов, И.А. Кислая, Н.Г. Гамалева, Н.Ю. Мисиченко, Ю.Г. Чернышева, Э.А. Исраилова, И.В. Жемчужникова, Н.А. Аюбов, Н.Д. Родионова, И.И. Саввиди и другие.

В журнале «Вестник РГЭУ (РИНХ)» опубликованы основные научные результаты на соискание ученой степени доктора наук в качестве статей таких ученых, как: А.У. Альбеков, В.М. Джуха, И.В. Мишурова, С.Н. Щемелев, А.Н. Щемелев, В.П. Федько, М.Ю. Денисов, О.Б. Иванова, Т.Ф. Романова, Т.В. Евсюкова, П.В. Таранов, С.И. Улезько, Л.Н. Усенко, Е.С. Аكوпова, И.В. Савон, О.Б. Черненко, Г.И. Шепеленко, Е.Н. Алифанова, В.Ю. Барашьян, К.В. Кочмола, Н.И. Кравцова, В.В. Борисова, Д.Д. Костоглодов, М.В. Ласкова, О.Н. Митько, Г.И. Чекмарева, Г.А. Батищева, Е.Н. Ефимов, С.В. Крюков, В.В. Троилин, Н.Н. Хахонова, О.В. Губарь, К.Ф. Механцева, Н.И. Чернышева, И.С. Иванченко, Т.В. Панасенкова, М.Б. Смоленский, Е.Н. Тищенко, И.Н. Богатая, О.Н. Воронкова, И.П. Денисова, Е.А. Иванова, В.В. Филонич, М.В. Чараева, И.Ю. Шполянская, Г.П. Максимова, В.А. Осовцев, Э.Г. Куликова, Е.Н. Голик, С.М. Щербаков, А.В. Максимов, Н.П. Маслова, Т.В. Шатковская, С.А. Уразова, В.И. Гиссин, И.В. Рукавишников, О.Т. Кирсанова, С.П. Корнейчук, Н.А. Димитриади, И.А. Полякова, Ю.Г. Чернышева, И.В. Зенкина, А.Н. Кизиллов, В.А. Бондаренко, А.А.

Пешкова, Ю.И. Меликов, А.И. Долженко и другие.

Популярность и успех нашего журнала во многом зависят от высокого профессионализма ответственных за выпуск журнала: главного редактора д.э.н. профессора Валерия Юрьевича Наливайского и рецензентов, а также редакторов и корректоров – Татьяны Александровны Грузинской, Олега Николаевича Шимко и Юлии Владимировны Тихоновой, осуществляющей компьютерный набор, верстку и макетирование.

Журнал «Вестник РГЭУ (РИНХ)» был представлен на *Общероссийский конкурс «Университетская книга – Золотое кольцо»*, посвященный 1000-летию города Ярославля, где признан «*Лучшим периодическим изданием России*» и награжден дипломом.

Наша задача состоит в том, чтобы публиковать результаты научных исследований, которые освещают пути стабилизации экономического состояния страны и повышения жизненного уровня людей.

Желаем всем авторам и участникам создания журнала крепкого здоровья, творческих успехов, долголетия во благо научной жизни России.

*Валентина Смейле,
начальник отдела редакции
рецензируемых научных
журналов,
рекомендованных ВАК*

РАЗДЕЛ 1. МИРОВАЯ, РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

А.Е.Торосян

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В АРМЕНИИ

Аннотация

В статье на основе анализа богатого статистического материала за 2004-2009гг. выявлены основные преимущества проводимой в Армении политики, направленной на существенное сокращение уровня бедности в республике. Наряду с этим исследованы отрицательные последствия влияния мирового экономического кризиса на уровень доходов населения и намечены основные меры по сокращению уровня бедности.

Annotation

The main advantages of policy conducted in Armenia directed to essential reduction of poverty in the republic based on the analysis of the rich material for the period of 2004-2009 are revealed in the given paper. Negative impact of world economic crisis on the level of population's income is also studied, and the basic measures to reduce poverty level are pointed out.

Ключевые слова

Денежные доходы, государственное регулирование, социальные трансферты, заработная плата.

Key words

Monetary incomes, state regulation, social transfers, salary.

Усиление государственного регулирования доходов населения Армении в условиях перехода к рыночным отношениям обусловлено не только и не столько деформациями факторной модели их формирования, сколько усложнением и ростом качественного многообразия социально-экономических отношений, изменением форм и методов формирования, распределения и перераспределения доходов.

Начиная с Дж. Кейнса, необходимость государственного регулирования в тех областях, где не срабатывает механизм свободной конкуренции, признается большинством представителей современной экономической мысли. В

концепции

Дж. Кейнса особая роль отводится инвестиционному процессу как условию роста занятости, дохода и совокупного спроса. Он подчеркивал, что слабость побуждения к инвестициям во все времена была главнейшей экономической проблемой. Пытаясь найти способ решения этой проблемы, Дж. Кейнс находит, что традиционные функции государства как «ночного сторожа» необходимо расширить. «Свободная игра экономических сил» нуждается в обуздании и контроле. По мнению Дж. Кейнса, для государства важна не собственность на орудия производства, а возможность воздействия на объем инвестиции и на

ставки вознаграждения владельцев инвестиционных ресурсов¹.

Методы рыночного саморегулирования и государственного регулирования доходов населения, являясь относительно самостоятельными, взаимосвязаны и взаимообуславливают друг друга. Поэтому важной методологической проблемой является определение их оптимального и гибкого сочетания. Однако соотношение рыночного и государственного регулирования доходов населения не дано раз и навсегда. Оно зависит от специфики и уровня развития экономических отношений, складывающихся на конкретном этапе развития общества, от исторических национальных традиций.

В Республике Армении в современных условиях, когда не до конца срабатывают рыночные механизмы, представляется, что роль государственного регулирования должна быть намного выше, чем в развитых странах. Структурные диспропорции, деформации факторной модели формирования доходов населения республики, общая

экономическая нестабильность, неустоявшаяся институциональная структура обуславливают низкую эффективность рыночных методов регулирования. Однако границы и глубина государственного участия в регулировании этого процесса определяются характером и причинами сложившихся диспропорций. Для этого представляется вполне обоснованным проведение анализа результатов осуществленной государственной политики в области формирования доходов населения Армении за последние годы, при этом исследовав, в первую очередь, важнейшие и общепринятые в развитых странах такие рычаги государственного регулирования, как: потребительская корзина, минимальный размер заработной платы, а также основные социальные гарантии, предоставляемые государством населению Армении.

В результате трансформационного кризиса в Армении структура денежных доходов населения за годы рыночных преобразований претерпела существенные изменения.

Таблица 1. Структура денежных доходов домашних хозяйств РА в 1996-2009гг., %²

Денежные доходы	Годы						
	1996	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Всего в том числе	100	100	100	100	100	100	100
– оплата труда	23,0	56,5	60,7	61,9	65,2	62,8	60,1
– социальные трансферты	7,0	13,6	14,1	13,9	13,7	18,1	20,0
– доходы от всех видов продаж	28,0	11,3	10,3	9,9	7,3	6,8	6,1
– прочие денежные поступления	42,0	18,6	14,9	14,3	13,8	12,3	13,8

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что в процессе рыночных преобразований в Республике Армении произошли существенные изменения в формировании доходов населения. Существенно возрос удельный вес оплаты труда в денежных доходах домашних

хозяйств с 23,0% в 1996г. до 60,1% в 2009г. Наряду с этим возросла доля социальных трансфертов с 7,0% в 1996г. до 20,1% в 2009г. Следует отметить, что в середине 90-х годов в структуре денежных доходов домашних хозяйств первое место (более 50%) приходилось

на поступления из финансовой системы, доходы от собственности, предпринимательской деятельности и другие³. В дальнейшем часть из них в качестве трудовых доходов стали учитываться Национальной статистической службой РА как оплата труда, что и привело, начиная с 2004г., к существенному (на 33,5 процентных пункта) увеличению ее доли.

На первый взгляд, структура денежных доходов населения республики по форме соответствует тенденциям, характерным для стран с развитой рыночной экономикой, имеющих социальную ориентацию. Абстрактно оцениваемая как достаточно прогрессивная факторная модель доходов населения, в реальности она носит несколько искаженный характер.

В денежных доходах населения доля оплаты труда (включая и скрытую заработную плату) значительна, однако не является стабильно растущей, и за последние два года ее доля снизилась с 65,2% в 2007г. до 62,8% в 2008г., а в 2009г. составила уже 60,1%. В результате произошла утрата позиций оплаты труда в пользу роста удельного веса социальных трансфертов. Правда, это изменение объясняется в определенной степени влиянием мирового экономического кризиса на экономику Армении.

Так, как видно из таблицы 1, в 2009г. по сравнению с 2007-м предкризисным годом удельный вес оплаты труда уменьшился на 5,1 процента, а социальные трансферты увеличились на 6,3 процента. Более того, это сопровождается уменьшением и без того низкой доли оплаты труда в валовом внутреннем продукте РА. Так, если доля оплаты труда в ВВП РА в 1996г. составляла 40%, то в 2004г. - 39,5%, в 2005г. - 39,4%, в 2006г. - 39,0%, в 2007г. -

38,2%, а в 2008г. уже составила 37,2%⁴. Для сравнения надо отметить, что в странах Евросоюза, США и Японии доля заработной платы в ВВП составляет, соответственно 68,9%, 72,0% и 75,9%⁵.

В условиях рыночной экономики, особенно при нестабильном ее развитии, важная роль отводится государственным социальным гарантиям в области регулирования уровня доходов населения. Это, в частности, касается установления минимальной заработной платы, являющейся действенным рычагом регулирования уровня оплаты труда в экономике республики в целом. С этих позиций особую значимость приобретают исследования динамики соотношений между установленной минимальной заработной платой и потребительской корзиной.

Как видно из таблицы 2, установленный минимальный размер заработной платы покрывает лишь экстремальную (продовольственную) линию бедности, за исключением 2005г., когда минимальный размер заработной платы был сохранен на уровне 2004г., а экстремальная (продовольственная) линия бедности вследствие инфляции была повышена.

За счет поступательного роста минимальной заработной платы покрывать с ее помощью общую линию бедности удалось лишь в 2009г. Это было достигнуто за счет трехкратного превышения среднегодовых темпов прироста установленного минимального размера заработной платы по сравнению с среднегодовыми темпами прироста обеих уровней потребительской корзины. Более того, среднегодовые темпы прироста установленной минимальной реальной заработной платы за этот период составили 19,0% против номинальной 18,2%.

Таблица 2. Динамика установленного минимального размера заработной платы и потребительских корзин РА в 2004-2009гг.⁶

Показатели	Годы, драм						Среднегодовые темпы прироста за 2004-2009гг., %
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
1. Установленный минимальный размер заработной платы	13000	13000	15000	20000	25000	30000	18,2
2. Потребительские корзины:							
– экстремальная (продовольственная) линия бедности	12467	13266	14300	15753	17232	17141	6,6
– общая линия бедности	19373	20289	21555	23168	25188	25877	6,0
3. Установленный минимальный реальный размер заработной платы	12150	12922	14577	19157	18349	29014	19,0
4. Установленный минимальный реальный размер заработной платы, рассчитанный в ценах 2004г.*	13000	12082	13550	17301	19841	23024	12,1

Однако наиболее правильное представление о влиянии размера минимальной заработной платы на уровень благосостояния населения Армении за 2004-2009гг. дают среднегодовые темпы ее прироста, рассчитанные в неизменных ценах 2004г. По расчетам они составили 12,1% против 18,2% и 19,0%.

Исходя из этого можно сделать вывод о том, что реальные среднегодовые темпы прироста минимальной заработной платы опережали среднегодовые темпы прироста потребительских корзин обоих уровней не в трех – как указывалось, а в двухкратном размере.

Следовательно, для обеспечения ускоренного роста доходов населения республики правительству необходимо изыскание дополнительных ресурсов для дальнейшего увеличения минимальной заработной платы. К сожалению, этого не происходит: в 2010г. ее уровень оставался без изменений, а в 2011г. установлен на уровне 32500 драм., то есть среднегодовой темп прироста за 2009-2011гг. составил всего 4,1%.

Указанные процессы оказали отрицательное влияние на уровень бедно-

сти населения РА. Так, если в 2004г. 41% населения республики являлись крайне бедными и бедными, то в 2008г. – уже 26,6%. Однако в 2009г. удельный вес этих категорий населения увеличился, составив 33,9%⁷.

Ухудшение показателя уровня бедности, видимо, явилось следствием влияния мирового экономического кризиса на экономику республики. Причем, кризис наиболее больно ударил по городскому населению (кроме г. Еревана) и менее ощутим был населением г. Еревана и сельских местностей, где уровень жизни более высок.

Таким образом, основной удар кризиса пришелся на бедные слои населения республики. Поэтому представляется, что острие деятельности правительства РА в области предоставления социальных гарантий населению должно было за последние годы, а также в ближайшем будущем направлено на повышение жизненного уровня наиболее уязвимых слоев. К ним, в первую очередь, следует отнести низкооплачиваемых наемных работников, безработных, пенсионеров, инвалидов, студентов, а также семьи, получающие пособие по

бедности.

Как видно из данных таблицы 3, правительством РА за 2004-2008гг. последовательно проводилась деятельность по предоставлению населению республики целого ряда социальных гарантий, направленных на повышение

его жизненного уровня. Так, минимальные размеры заработной платы и пенсий за этот период ежегодно в среднем увеличивались в реальном измерении (с учетом инфляции), соответственно на 11,2 % и 15,8%.

Таблица 3. Темпы прироста основных реальных социальных гарантий, предоставляемых государством населению РА за 2004-2009гг.⁸

Наименование показателей	Среднегодовой темп прироста за 2004-2008гг. %	Прирост в 2009г. по сравнению с 2008г., %	Отклонения прироста 2009г. от среднегодовых темпов прироста за 2004-2008гг. (+, -), процентных пункта
1. Минимальный размер установленной заработной платы	11,2	16,0	+ 4,8
2. Минимальный размер пенсий	15,8	13,8	- 2,0
3. Средний размер пособия по безработице	34,4	16,1	- 18,3
4. Средний размер пенсий	17,7	11,0	- 6,7
5. Средний размер пенсий по инвалидности, вследствие общих заболеваний (I, II, III групп)	21,4	13,0	- 8,4
6. Средний размер месячных пособий по бедности одной семьи	20,9	8,0	- 12,9

Вследствие довольно высокого уровня безработицы в РА средний размер пособия по безработице увеличился за 2004-2008гг. на 34,4%. Правда, даже при столь высоких среднегодовых темпах прироста это повышение не позволило перекрыть экстремальную (продуктовую) линию бедности. В то же время благодаря быстрому росту минимального размера пенсий значительно увеличивались средние размеры пенсий в целом и пенсий по инвалидности (вследствие общих заболеваний) в частности, что позволило им в 2008 г. вплотную приблизиться к экстремальной (продуктовой) линии бедности.

Весомую роль в сокращении уровня бедности в Армении сыграла социально ориентированная политика правительства республики, направленная на поддержку беднейших семей. Так, в 2005г. был принят Закон РА “О государственных пособиях”, который урегулировал отношения, связанные с выделением государственных пособий и выплатой единовременной денежной помощи. В результате средний реальный размер месячных пособий по бедности одной семьи за 2004-2008гг. увеличивался в среднем на 20,9%. При этом благодаря указанному закону были упорядочены и критерии отбора семей,

нуждающихся в получении семейного пособия по бедности и единовременной денежной помощи.

К сожалению, того же нельзя сказать о минимальных размерах стипендий студентов вузов и средних специальных учебных заведений. На протяжении указанного периода стипендии студентов не менялись, и под влиянием инфляционных процессов их реальный уровень в 2008г. составил соответственно 76,7% и 79,4% по сравнению с 2004г. Лишь в 2009г. незначительное повышение минимального размера стипендий студентов средних специальных учебных заведений не решило проблемы их реального достижения до уровня 2004г.

Между тем не решены полностью задачи социальной политики, проводимой в республике в условиях кризиса. Как видно из данных таблицы 3, сравнение прироста указанных показателей за 2008-2009гг. с среднегодовыми темпами прироста за предшествующие 2004-2008гг. свидетельствует о существенном ослаблении социальных гарантий, предоставляемых населению государством.

Так, кроме реального уровня минимального размера установленной заработной платы, где прирост, был увеличен по сравнению с предыдущими годами на 4,8 процента, что совершенно оправдано в условиях усиления социальной напряженности, то по всем остальным направлениям социальных гарантий государства произошло уменьшение прироста. Причем наибольшее уменьшение прироста пришлось на наиболее уязвимые слои общества: безработных и семьи, получающие пособие по бедности. Снижение прироста здесь составило, соответственно 18,3 и 12,9 процента.

Незначительное уменьшение прироста минимального размера пенсий закономерно привело к большему (на 6,7 процента) падению среднего реального размера пенсий. Причем в наибо-

лее неблагоприятной ситуации оказались пенсионеры, получающие пенсии по инвалидности. Снижение темпов прироста пенсий этой наиболее уязвимой группы населения составило 8,4 процента, то есть больше, чем остальных пенсионеров.

Исходя из проведенного анализа, становится ясным, что ухудшение уровня бедности в Армении в 2009-м кризисном году обусловлено как последствиями мирового кризиса, так и неадекватными действиями по ее преодолению.

Таким образом, шаги Правительства РА в этой области в последующие годы следует направить на дальнейшее усиление курса социальной политики по улучшению жизни малообеспеченных слоев населения.

Библиографический список

1. Статистический ежегодник Армении, 2001. Ереван, НСС РА, 2001, 537с.
2. Статистический ежегодник Армении, 2008. Ереван, НСС РА, 2008, 589с.
3. Статистический ежегодник Армении, 2009. Ереван, НСС РА, 2009, 589с.
4. Статистический ежегодник Армении, 2010. Ереван, НСС РА, 2010, 608с.
5. Социальный облик Армении и бедность. Статистико-аналитический доклад. Ереван, 2010, (на арм. яз.), 239с.
6. Львов Д. С. Экономика развития. М., Экзамен, 2002, 346с.

Bibliographic list

1. Statistical Almanac of Armenia, 2001. Yerevan, NSS RA, 2001, 537 p.
2. Statistical Almanac of Armenia, 2008. Yerevan, NSS RA, 2008, 589 p.
3. Statistical Almanac of Armenia, 2009. Yerevan, NSS RA, 2009, 589 p.
4. Statistical Almanac of Armenia, 2010. Yerevan, NSS RA, 2010, 608 p.
5. Social image of Armenia and poverty. Statistical-analytical report. Yerevan, 2010, (Armenian language), 239 p.
6. Lvov D.S. Economics of development. M., Exams, 2002, 346 p.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА, БРЕНДА И РЕПУТАЦИИ РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

Аннотация

В статье рассматриваются инструменты маркетинга территории, в частности: имидж, бренд и репутация региона. Анализируется их роль в развитии внешнеэкономических связей. Приведены особенности применения вышеупомянутых инструментов маркетинга на опыте российских регионов.

Ключевые слова

Внешеэкономические связи, маркетинг территории, инструменты маркетинга территории, имидж региона, бренд региона, репутация региона, образ региона.

Annotation

The article contains observe of region-marketing tools such as image, brand and reputation of a region. Analyzed their role in development of foreign economic relations. The features of marketing tools application on the Russian regions experience are resulted.

Key words

Foreign economic relations, region-marketing, image of a region, brand of a region, reputation of a region.

Вопрос развития внешнеэкономических связей отдельно взятой территории во все времена был актуальным, так как под определение внешнеэкономических связей попадают все торговые, научно-технические, производственные и другие экономические связи. Данный вопрос своими корнями уходит в глобальные проблемы общественного воспроизводства, в частности, максимально возможного удовлетворения постоянно растущих потребностей населения, что в современных условиях, с развитием общества и усложнением средств производства, невозможно без постоянного обмена ресурсами между различными территориальными образованиями.

Сегодня огромное значение для развития внешнеэкономических связей региона имеют такие инструменты маркетинга территории, как: репутация самого региона, его имидж и наличие такого явления, как бренд региона. Все

дело в том, что в настоящий момент исторического развития, когда фокус экономических реформ перешел в регионы вместе с расширением их полномочий в сфере ВЭД, создались условия для возникновения территориальной конкуренции. Потребность в позиционировании региона посредством вышеуказанных инструментов появляется при работе над повышением привлекательности региона в конкурентной борьбе за инвесторов, партнеров для ведения бизнеса, трудовых ресурсов и просто туристов, что, безусловно, способствует формированию позитивного мнения о регионе как экономическом партнере, установлению и развитию новых связей на внешнеэкономическом пространстве. Следует, однако, уточнить, что в данном контексте регион рассматривается как административно-территориальное образование в рамках одной страны, характеризующееся единым хозяйственным, научно-техническим, трудовым и

природным потенциалом, общностью и комплексностью решаемых проблем[1,стр.34].

Само определение бренда вызывает у экспертов разногласия, связано это с разными подходами к определению понятия бренда. Первый подход ставит во главу угла потребителя, основное внимание при этом уделяется отношениям между потребителем и брендом. Другой подход подразумевает измерение бренда в денежных единицах. При этом бренд имеет финансовую стоимость, так как создает активы в умах и сознании целевой аудитории. К таким активам можно отнести осведомленность о бренде, убежденность в его превосходстве по каким-либо ценностным выгодам, эмоциональную связь с ним. Согласно наиболее распространенному определению бренда: «Бренд – это набор ассоциаций, возникающих в сознании у потребителей, которые добавляют воспринимаемую ценность товару или услуге». Очень важно, чтобы бренд не превращался в простое название, «ярлык», хотя изначально слово «brand» означало клеймение животного, чтобы обозначить право собственности на него. Однако понятие бренда должно быть гораздо глубже. Оно должно включать в себя материальные и нематериальные, функциональные, видимые и невидимые атрибуты.

Концепция бренда региона строится на основании нескольких ключевых моментов: в сравнении с большинством остальных регионов, регион должен стать чем-то особенным – полностью индивидуальным, нетрадиционным и свежим. Бренд должен четко показывать партнерам извне направленность развития и «тематику» региона, отражать его сущность и сферы деятельности. Бренд является важным фактором конкурентных преимуществ. Это актив экономики региона.

Исходя из практики создания брендов, можно выделить следующие этапы создания бренда территории:

- идентификацию конкурентных преимуществ, отличных от конкурентов, создание своего собственного образа, являющего собой сочетание качеств и свойств региона. Появление собственной идеи, миссии, цели;

- усиление имеющихся конкурентных преимуществ. Отобранные и выделенные качества должны стать отличительной особенностью территории, всячески подчеркивающей её уникальность.

Бренд призван убедить будущих партнеров, что регион может стать равноценной альтернативой экономическим субъектам с несправляющейся инфраструктурой и растущей конкурентной борьбой внутри самого региона.

Чтобы все вышепредложенное могло отложиться в сознании целевой аудитории и служить весомым аргументом в процессе принятия решений, оно, конечно же, не должно быть голословным, напротив, все проекты должны быть обеспечены транспортной инфраструктурой, безопасностью и инновационностью должны соответствовать заявленным, со стороны властей должна присутствовать устойчивая заинтересованность в развитии выбранного направления.

Реализация подобных проектов в регионе предполагает ежегодную разработку программы реализации (мастер-плана), включающей в себя детальное описание структуры работ, критерии эффективности, ответственных исполнителей, сроков, необходимых ресурсов и источников финансирования.

Помимо бренда, важную роль в выборе территории в качестве внешне-экономического партнера или места ведения бизнеса, даже элементарного объекта посещения, играет имидж региона. Поэтому столь больших усилий стоит создание привлекательного образа тер-

ритории. Имидж территории – это целенаправленно формируемый образ региона, набор убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических особенностей данной территории. Субъективное представление о территории может формироваться вследствие непосредственного личного опыта (например, в результате проживания на данной территории) или опосредованно (например, со слов очевидцев, из материалов СМИ) [8]. В энциклопедическом словаре дается следующее определение имиджа: имидж – это «внешний образ, создаваемый субъектом с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других», также под имиджем понимается «совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией. объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему»[4]. Международное определение имиджа территории, которое было дано Всемирной организацией по туризму, таково: имидж – это «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа»[9]. Делая вывод из приведенных выше определений, можно заключить, что для своего позитивного восприятия регион должен стать «модным» в глазах целевой аудитории: в это понятие входят не только люди и их образ жизни, но и свежесть идей, альтернативность, открытость, готовность меняться и соответствовать интересам партнеров. Это то, с чем должен ассоциироваться регион.

Образ региона как категория имеет свои виды, свойства и структуру. По своим видам образ региона может различаться: по воспринимаемому об-

раз субъекту (может быть внутренний или внешний), по числу носителей образа (может быть индивидуальный или групповой), по способу восприятия образа (может быть как осязаемым, так и неосязаемым). К свойствам образа региона относят такие качества, как: изменчивость, историчность, относительную устойчивость, комплексность, плюрализм высказываний, зависимость от объективных характеристик регионального развития. В структуру образа региона включены следующие составляющие: статус региона, облик региона, душа региона, региональный фольклор, стереотипы о регионе, мифология, эмоциональные связи с регионом (эмоции, чувства, ожидания, надежды, связанные с данным регионом, и отношение к нему), региональная символика (название, флаг, герб, эмблема, девиз, гимн).

Таким образом, развитие внешнеэкономических связей региона невозможно без бренда и имиджа, но не менее важна и его репутация, которая представляется как динамическая характеристика жизни и деятельности территории, формирующаяся в обществе в течение достаточно продолжительного периода из совокупности достоверной информации о ней; это ценностные убеждения, мнение о территории, сложившееся у человека (людей) на основе полученной информации о ней, опыта взаимодействия (например, комфортность проживания, безопасность, социальная защищенность, степень благоприятности условий для ведения бизнеса, авторитет властей). Репутация территории тесно связана с ее имиджем. Они достаточно сильно влияют друг на друга. Это ресурс, обеспечивающий территории устойчивое конкурентное преимущество.

По мнению отечественного исследователя Ирины Важениной занимавшейся этой проблемой, репутация территории олицетворяет собой комплекс возможностей для реализации

существенных интересов членов различных групп целевой аудитории. Это гарантия эффективного использования конкурентных преимуществ данной территории для жизни, бизнеса, капиталовложений, отдыха, учебы. Однако хочется дополнить: репутация – это еще и своего рода социальная оценка группы субъектов жизни и деятельности территории. Это развернутый комплекс именно «оценочных» представлений целевых аудиторий о территории (в данном случае регионе), сформированный на основе объективных параметров деятельности самого региона либо взаимодействия с регионом (факторов репутации), имеющих решающее значение для целевых аудиторий при выборе партнера.

В вопросах развития внешнеэкономических связей и продвижения региона наибольшая эффективность может быть достигнута за счет передачи части функций государственных органов, необходимых для успешного продвижения региона, независимой профессиональной структуре. Об эффективности подобной практики свидетельствует многочисленный мировой опыт передачи отдельных функций администрациями субъектов, касающихся исследований, разработок и дальнейшего сопровождения проектов, компаниям, работающим на коммерческой основе. Это позволяет привлечь к выполнению проектов более узких в своей области специалистов, имеющих соответствующие навыки и опыт. Подобная организация вполне может определяться на основании тендера. Основным направлением деятельности такого агентства станут: разработка бренда, формирование имиджа и продвижение региона. PR обычно включает в себя презентации и участие в форумах/симпозиумах, выставках. Маркетинг подразумевает контакты и переговоры с целевыми потенциальными инвесторами. Продвижение – это организация встреч и семинаров,

презентаций, проведение конференций и форумов, принятие и организация миссий, визиты высших должностных лиц; реклама: рекламные кампании на ТВ и в СМИ, буклеты и брошюры, ведение веб-сайта. В этом смысле может быть эффективен и визуальный маркетинг: фото и видео – любые медиа материалы, доступные для копирования и распространения.

В установлении и расширении внешнеэкономических связей идея использования инструментов маркетинга территории, в частности, его образа, не нова, в современной истории российских регионов имеется определенный опыт. Даже несмотря на то что ожидаемые результаты различаются в зависимости от региона, все они лежат в экономической плоскости.

В качестве примера (иллюстрации) такого опыта можно привести Ульяновскую область. Там для разработки имиджа была привлечена коммерческая компания. Программа развития бренда области, рассчитанная на 5 лет, включает в себя организацию PR-мероприятий, смену имиджа родины Владимира Ленина, который давно казался Ульяновску устаревшим и «неработающим»[2]. Интервью с представителем компании, работающей с Ульяновской областью, было опубликовано в РБК Daily. Менее яркими примерами являются: Омск, Алтайский край, Бурятия. По данным, взятым из открытых источников, над имиджем субъектов Федерации собирались работать в Минэкономразвития, но дальше концепции дело не пошло. Бренд «Казань — третья столица России» даже был зарегистрирован в Роспатенте и считается товарным знаком города. Известны и великий Устюг – «Родина Деда Мороза», Республика Саха (Якутия), которая выступила как «Полюс холода», используя свое географическое положение в уникальных климатических условиях. Не отстает и столица России. В апреле 2011

в Москве прошло совещание, на котором обсуждался вопрос формирования имиджа столицы, отмечалась необходимость повышения ее привлекательности не только в глазах инвесторов, но и самих москвичей (здесь, однако, имеет место не создание нового бренда как такового, а своеобразный ребрендинг города). Было предложено несколько конкретных проектов, в том числе по привлечению внимания к столичной архитектуре и новым принципам районирования. Участие в совещании принимала та же самая группа компаний (Stas Marketing Partners), что была привлечена для развития бренда Ульяновской области.

На фоне других российских регионов Ростовская область на сегодня не имеет собственного сформированного бренда, есть определенный ряд ассоциаций, таких, как: «Дон», «Шолохов», «Донской табак», «Ростсельмаш», «Ростов-папа», но собственного бренда нет. Важность наличия собственного бренда обусловлена необходимостью сделать регион узнаваемым. Бренд должен, в первую очередь, учитывать целевую аудиторию, на которую он рассчитан. Это сложная серьезная работа, требующая вовлечения правительства области, бизнеса, общественных сил и координации со стороны профессионалов территориального брендинга.

По словам представителя компании Stas Marketing Partners, брендинг регионов стал модным явлением в последнее время. Из 83 субъектов Федерации уже у десяти есть бренд.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что установление и развитие внешнеэкономических связей – трудоемкий и длительный процесс, требующий объединенных усилий административных и деловых ресурсов региона, планомерной, целенаправленной работы по реализации соответствующих программ.

Библиографический список

1. Воронкова О. Н., «Внеэкономическая деятельность региона», Ростов-на-Дону: РГЭУ «РИНХ», 2009.
2. РБК Daily, «Российские регионы решили, что пора работать над имиджем», 14.12.2010.
3. РБК Daily, «Столичные власти затеяли реформу имиджа столицы», 25.04.2011.
4. <http://www.existenzia.ru/theory> «Образ, имидж, бренд и репутация региона».
5. <http://www.marketologi.ru/lib/terr/terr3-1.html> «Как приходят к осознанию необходимости маркетинга региона».
6. <http://www.slideshare.net/andreistas/place-branding-ulyanovsk-region-project> «Создание регионального бренда»
7. <http://www.jourclub.ru/1/337/1/> «Место региона в развитии внешнеэкономических связей» - 26.10.2007
8. <http://www.dis.ru/library/market/archive/2006/6/> - имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде.
9. <http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1>

Bibliographic list

1. Voronkova O.N., "Foreign economic relations of the region" Rostov-on-Don: RGEU "RINH," 2009.
2. RBC Daily, "Russian regions has decided it's time to work on their image.", 14.12.2010.
3. RBC Daily, "Moscow administration, starts image reform of the city", 25.04.2010.
4. <http://www.existenzia.ru/theory> «Image, brand and reputation of a region».
5. <http://www.marketologi.ru/lib/terr/terr3-1.html> "How they come to comprehension of necessity of marketing of a region"
6. <http://www.slideshare.net/andreistas/place-branding-ulyanovsk-region-project> «Creation of a region brand»
7. <http://www.jourclub.ru/1/337/1/> «Region's place in developing of foreign economic relations» - 26.10.2007

8. <http://www.dis.ru/library/market/archive/2006/6/> - "Land image and reputation, as an advancement basis in the competitive environment".

9. <http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1>

Ю.М. Суварян, М.Х. Чобанян

ПОВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИИ

Аннотация

Построение гражданского общества, формирование основ рыночной экономики предполагают пересмотр многих аспектов сложившейся схемы и функционирования системы государственного управления и территориальной схемы управления экономикой. В статье раскрываются недостатки и упущения в системе государственного и муниципального управления, во взаимоотношениях центрального и региональных уровней государственного управления и местного самоуправления, значительные различия в их понимании и предназначении, в сложившейся модели административно-территориального устройства республики, что, в конечном итоге, не совсем благополучно сказывается на темпах роста экономики. На основе конкретных исследований разрабатываются предложения по преодолению возникших противоречий путем реформирования административно-территориального устройства, повышения эффективности публичного управления для достижения высоких социально-экономических результатов.

Annotation

Building civil society, laying the foundations of a market economy implies a review of many aspects of existing schemes and the functioning of state management and territorial schemes of economy management. The article reveals the shortcomings and omissions in the system of state and municipal management in relations between central and regional levels of state management and local self-management, significant discrepancies in their understanding and purpose in the current model of administrative-territorial system of the republic, which ultimately is not entirely positive impact on the economic growth. Based on case studies proposals are being developed to overcome the contradictions by reforming the administrative-territorial structure, and improve the efficiency of public management for the achievement of high social economic results.

Ключевые слова

Региональное управление, муниципальное управление, построение гражданского общества, рыночная экономика, местное самоуправление, реформирование, административно-территориальная единица, марз (область), гавар (округ).

Keywords

Regional management, municipal management, building civil society, market economy, local self-management, reform, administrative-territorial unit, region (area), ghavar (district).

Многочисленные проблемы и противоречия общественно-политического, социально-экономического характера в странах с переходной экономикой не в малой степени связываются с неспособностью современной системы государственного управления найти эффективные способы их решения. Представляется, что это многогранный, длительный процесс, который непосредственно связан с основанием и существованием такого общества, в центре нормального функционирования которого находятся решения проблем по построению демократического, правового государства, укреплению политических, экономических и морально-психологических основ достижения общественного согласия, устойчивого и целенаправленного его развития. Надо признать, что в этом деле сложности и противоречия в значительной мере могут быть обусловлены также региональным устройством страны, что требует осмысления действующей практики и нахождения новых путей и способов его совершенствования, так как неоднозначная ситуация не может долго продолжаться. Поэтому актуальной задачей всех органов власти становится поиск новых подходов преодоления существующих острых противоречий, способов решений назревших проблем, и в первую очередь, социально-экономического характера. С этой точки зрения актуальным становится переосмысление всей системы публичного управления, в том числе государственного и регионального управления, обоснование путей ее кардинального, оптимального реформирования, придавая особое значение его территориальным и муниципальным компонентам.

Во многих государствах в течение долгого времени складывались различные концепции и схемы государственного и регионального управления, местного самоуправления, особенности

которых были обусловлены своеобразными социально-культурными, национальными факторами, историческим развитием, структурой политических интересов населения. Региональное управление как органическое составление государственного управления является одним из важнейших и испытанных способов, инструментов реализации основных направлений государственной политики. Региональное управление создает условия и возможности конкретного воплощения этой политики по всей территории страны, в важнейших сферах общественно-политической, социально-экономической жизни народа, нормального функционирования всего государства. Разработка государственными и региональными органами управления соответствующих методов, механизмов реализации целенаправленных социально-экономических программ и проектов, конкретных способов их воплощения, учета и оценки полученных результатов позволяет уточнить радиус и глубину их последующего применения, что, конечно, приобретает существенное значение при дальнейшем совершенствовании государственного управления, повышении его эффективности в регионах. Как верно отмечается в литературе, социально-экономическое состояние регионов определяется как объективными (макроэкономические условия, положение региона в общественном разделении труда, отраслевая структура, географическое положение, природные ресурсы), так и субъективными факторами, и в первую очередь – методами регионального управления; в последние годы экономические реформы показали, что регионы, которые применяют прогрессивные методы управления своим развитием, в меньшей мере подвержены кризисным тенденциям. [1, с.6]

В каждой стране региональное управление имеет свои особенности. Во

многих развитых странах общий подход состоит в том, что региональное управление и местное самоуправление строятся на основе принципа децентрализации и представляют собой сочетание централизованного руководства и самоуправления в региональном и муниципальном управлении. При этом для муниципального управления предусматривается определенная самостоятельность, законодательные полномочия, а на уровне регионального управления, особенно в федеративных государствах, их органы и руководители – высшие должностные лица также избираются. [2, с. 177-178]

Региональное управление в РА имеет свои особенности. До 1995 г. в стране функционировали городские и районные советы, не было областей. Далее, согласно Закону РА “Об административно-территориальном делении Республики Армения” от 04.12.1995 г., Указу Президента РА от 06.05.1997 г. “О государственном управлении в областях Республики Армения” и его дальнейших дополнений и утвержденному Правительством РА уставу администрации области (марзпетарана) от 2 мая 2002 г., были созданы 10 областей и свыше 900 общин. В результате применения норм и положений указанных документов в стране сформировалась и действует особая модель регионального управления. При этом принципиально важным является то обстоятельство, что указанная законодательно-нормативная база регионального управления не предусматривает функционирования представительного органа с принятием собственной нормативной основы, а руководитель региона назначается правительством. Между тем в развитых странах с традициями и богатым опытом в данной области органы регионального (областного) управления (штатов, департаментов, провинций) и должностные лица (губернаторы) руководствуются положениями конституций (уста-

вов) и правовыми нормативными актами, принятыми их же законодательными органами. [2, с. 177-178] Форма регионального управления в РА, несомненно, имеет свои особые признаки и проявления, но, с точки зрения позитивного опыта в этой сфере, является переходной, что становится наглядным при рассмотрении функций и масштабов деятельности органов регионального управления. Органы регионального управления (в областях – марзпах) на практике выполняют две основные функции: проводят политику центральной исполнительной власти в регионах и координируют деятельность территориальных служб исполнительных органов. Так, марзпет (он же руководитель области), в рамках своей компетенции осуществляет региональную политику правительства в таких сложных сферах, как: финансы, градостроительство, транспорт и дорожное строительство, сельское хозяйство и землепользование, образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культура и спорт, охрана природной и окружающей среды, торговля, общепит и обслуживание. Очевидно, что указанные сферы включают главные направления деятельности организаций городов и сельских поселений, затрагивают основы жизнедеятельности их населения и непосредственно связаны с социально-экономическими проблемами и перспективами развития региона. При этом марзпет в указанных сферах осуществляет региональную политику правительства только через аппарат администрации области – марзпетарана и республиканских организаций областного подчинения.

В Армении модель регионального управления с точки зрения степени ее нацеленности на комплексное развитие экономики, решение социальных проблем пока еще находится на стадиях становления и развития, и, конечно, важной задачей становится поиск, на-

хождение и обоснование наиболее эффективных ее форм соответствия задачам их реализации. Для создания эффективной модели необходимо, в первую очередь, совершенствовать и формировать совершенно новую законодательную базу. Необходимо, во-первых, законодательно-правовые основы регионального деления страны направлять в сторону расширения полномочий деятельности его структур для обеспечения постановки и реализации такой цели. Во-вторых, принципиальным и основополагающим с точки зрения содержания регионального управления становится актуальный пересмотр способов и рычагов его осуществления в регионах политики правительства в основных сферах его деятельности. В-третьих, исходя из того, что одна из наиболее острых проблем системы управления непосредственно связана с вопросами разделения полномочий и функций между ее разными уровнями, целесообразно в оптимальном варианте провести разграничение предметов ведения и полномочий. В связи с этим необходимо отметить, что в настоящее время вопрос разделения полномочий и функций на уровне государственного управления между его двумя звеньями: центр – область, в законодательно-правовом смысле не только недостаточно обоснован, но и фактически областное региональное управление является органическим продолжением непосредственно государственной системы управления. Тем самым, центральная администрация, уже обладая большим контролем над местными властями, в то же время пока еще не способна решать все местные проблемы, а местные власти не имеют соответствующих полномочий и финансово-экономических возможностей. При этом в условиях концентрации государственной власти в регионах преобладание полномочий региональной администрации над местными органами и в самом деле пробу-

ждает у местных жителей естественное чувство, что при решении местных вопросов малоэффективным становится их участие и что их усилия, направленные на улучшение положения, жизненных условий населения, напрасны. Естественно, что все это затрудняет поиск и мобилизацию народного потенциала, проявление активной гражданской инициативы на местах, ибо в общинах полагают, что всякая власть, исходя от центра, уже имеет свой приоритет. Между тем обязанность органов государственной власти состоит в том, чтобы помочь жителям страны освоить глубинный потенциал самоорганизации, демонстрировать населению их реальную возможность оказывать непосредственное влияние на принятие решений. [3, с. 526]

Центральная власть, занятая в основном поисками и решениями стратегических, макроэкономических проблем, не всегда имеет временные возможности и финансово-экономические ресурсы заняться решением проблем местного значения. Но в то же время она нередко через своих представителей на местах изучает в муниципалитетах местные проблемы, настроения и взгляды населения по разным вопросам, но и не секрет, что это делается особенно накануне и в период избирательных кампаний. Сложное социально-экономическое положение на местах, отрицательное воздействие финансово-го кризиса на благосостояние населения, а также не всегда адекватное поведение властей и их представителей у местного населения оставляют впечатление их удаленности от власти, их отчужденности от центра. Конечно, все это накладывает известный отпечаток и сложности в осуществлении целенаправленной государственной региональной политики. В то же время нельзя не учитывать существующей особенности регионального управления: в отличие от естественных и крепких связей

между центром и областью, пока еще слабыми и отчужденными остаются связи между областью и общинами. Суть вопроса, в частности, и в том, что некоторые областные структуры “перегружены” общинами (коэффициент разброса общин составляет от 1.4 до 2.2 и 2.6-2.7 раза), а другие области, наоборот, “недогружены” общинами. При этом имеются значительные территориальные различия (удаленность общин от региональных центров составляет несколько десятков километров, часто с неудобными транспортными коммуникациями и средствами). Суть проблем состоит еще и в том, что сельские образования в своей основной массе небольшие поселения, а их органы имеют ограниченные финансовые, экономические ресурсы, кадровый недостаток, в силу чего в течение долгого времени остаются нерешенными насущные вопросы жизнедеятельности жителей общин. Так, в 76.5 % всех общин страны проживает 21.1 % всего населения, в то же время в 2.5 % – свыше 22.5 %. Кроме того, в почти 50 % всех общин бюджет по финансовым объемам составляет до 10 млн. драм в год, 41.3 % – от 30 млн. до 50 млн. драм ежегодно. Один российский рубль равняется примерно 12 армянским драмам по курсу ЦБ РА] В расчете на одного жителя общины средняя величина бюджетных доходов составляет 10 тыс. драм., а почти половина бюджетных доходов общин приходится на трансферты из государственного бюджета. Не способствует всему этому и то обстоятельство, что областное звено управления, как уже отмечалось, не обладает собственными и необходимыми законодательно-нормативными основами, не говоря уже о полномочиях, не располагает собственными финансово-экономическими возможностями и не в состоянии решать не только существующие серьезные проблемы, но и обеспечить естествен-

ное развитие и эффективный прогресс муниципальных образований региона.

В Европейской социальной хартии местного самоуправления считается, что органы местного самоуправления составляют одну из основ любого демократического строя, что право граждан участвовать в управлении государственными делами как общий демократический принцип может быть осуществлено именно на местном уровне. В то же время считается, что существование облеченных реальной властью органов местного самоуправления обеспечивает эффективное, и одновременно приближенное к гражданину управление, что защита и укрепление местного самоуправления предполагают значительный вклад в построение Европы, основанной на принципах демократии и децентрализации власти. Это предполагает наделение органов местного самоуправления полномочиями для принятия решений, которые имеют широкую автономию в отношении своей компетенции, порядка ее осуществления и необходимых для этого средств. В ней важнейшее значение придано источникам их финансирования: они имеют право на обладание достаточными собственными финансовыми средствами, которыми могут свободно распоряжаться при осуществлении своих функций, которые должны быть соразмерны предоставленным полномочиям, а часть этих средств должна поступать за счет местных сборов и налогов. [4, с.318, 321-322] Принципиально важным является то, что закрепленные в Хартии принципы местного самоуправления распространяются на все уровни (или категории) местного самоуправления, а также и, (с соответствующими изменениями), на органы управления на региональном уровне. [5, с. 286]

Известно, что во многих государствах исторически на местах выделялись общинное и региональное управление и что они сохраняются до

сих пор. При этом многие общины считаются естественно сложившимися образованиями, так как они сначала были небольшими поселениями, затем превратились в крупные и большие города (например, в Армении: Ереван, Гюмри), оставаясь общинами. В то же время другие территориальные единицы, создававшиеся органами государственной власти в ходе территориального деления, районирования и зонирования, получили обобщенное название регионов, в отличие от первых, считаются государственными образованиями. В моделях по *региональному самоуправлению* имеются различия по их организации: в отдельных странах оно подобно общинному самоуправлению, ибо в административно-территориальном делении в их звеньях функционируют выборные советы и коллегиальные постоянные комиссии, которые являются исполнительными органами местного самоуправления. В ряде стран в региональных моделях имеются и назначаемые правительством их представители – чиновники общей компетенции. При этом под региональным самоуправлением имеются в виду единицы выше общин (области, губерны, округа, районы и др.), но не автономные образования и не субъекты Федерации. [6, с. 309] С точки зрения дальнейшего совершенствования регионального управления и местного самоуправления, повышения их эффективности, интересным представляется используемое в теории и практике управления понятие “региональное самоуправление”. Под этим понятием можно подразумевать такое значительное территориальное образование, которое непосредственно функционирует на основе принципов муниципального управления, и в первую очередь, принципа самоуправления, принципа законности, других важнейших принципов [7] и которое может весьма успешно осуществлять делегируемые государственными органами полномочия. Надо

признать, что применение принципов муниципального управления в практике образования и функционирования в региональном самоуправлении может служить очень эффективным управленческим звеном в публичном управлении, такое звено управления может быть востребовано особенно в условиях небольших по размерам унитарных государств.

Необходимо признать, что действующая в нашей стране модель регионального управления за годы ее существования оказала положительное влияние на дальнейшее развитие регионов и общин, на мобилизацию их средств и возможностей в условиях переходного периода, формирования новой экономической системы. Вместе с тем в современных условиях перед страной встали новые вызовы экономического и социального характера, сложности формирования гражданского общества, вопрос повышения роли местных органов власти в этом деле как одного из его институтов и носителей демократических ценностей, преодоления возможных нестабильностей и угроз. Эти и другие сложные актуальные проблемы ставят в первую очередь вопрос о дальнейшем совершенствовании всей системы управления государством, в том числе и регионов, приведение их в соответствие с новыми вызовами. Кроме того, становится очевидным, что существующая система государственного управления страны не только не в полной мере учитывает происходящие кардинальные социально-экономические и общественно-политические изменения, но и все возрастающую роль муниципалитетов и общин в решении этих сложных и ответственных задач. С этой точки зрения считается необходимым углубление экономических реформ, и прежде всего, в сельском хозяйстве, тем более, что прежние реформы при их осуществлении ограничились только проведением приватизации земли, дру-

гих основных производственных фондов, имущества отрасли фактически остались на полпути. Необходимо, чтобы государственные органы с местной властью сосредоточили внимание на создании в сельских общинах условий по объединению, кооперации дробленных многочисленных крестьянских хозяйств на основе рыночного хозяйствования, экономического их укрепления, развития товарного производства, повышения его эффективности, расширения возможностей использования в отрасли новых технологий возделывания агрокультур, технических, агрохимических средств. Этому в большей мере может способствовать приближение органов власти и управления к субъектам рыночных отношений для более близкого их приобщения к местным проблемам, что в свою очередь предполагает осуществление реформ и в системе управления, в частности, на региональном уровне. Разработка программы перестройки системы управления, в частности, регионального уровня, и её проведение, по мнению ряда экспертов, поможет решению и другой важной современной общественной проблемы – развитию публичного управления.

Анализ муниципальных систем зарубежных стран показывает, что существующие в мире модели в основном различаются друг от друга по принципу формирования органов местного самоуправления, характеру взаимоотношений органов местного самоуправления с органами государственной власти, формами взаимодействия представительных и исполнительно-распорядительных органов в системе местного самоуправления. [8, с. 34] При этом Европейская хартия о местном самоуправлении определяет “право и реальную способность органов местного самоуправления регламентировать значительную часть государственных дел и управлять ею, действуя в рамках закона, под свою ответственность и в интересах

местного населения”’. Отличительная особенность местного самоуправления состоит в том, что оно автономно, его органы не входят в систему органов государственной власти и иерархически не подчинены друг другу. При этом нельзя забывать, что регулирование местного самоуправления осуществляется правовыми методами, наделением его полномочиями и компетенцией, обеспечением гарантий самостоятельности и государственной поддержки. [9, с. 392] Вместе с тем важно отметить, что фактически любая форма организации местной власти, действующая в стране, признается муниципальной моделью. В США, например, муниципалитеты, представляющие города и крупные населенные пункты, являются самостоятельными экономическими агентами, рыночными субъектами, сами определяют собственную стратегию развития, а графства, в отличие от первых, не наделены правом принятия собственных законодательных актов, обеспечивая реализацию нормативных актов штатов. [10, с. 80]

В последнее время, учитывая двойственную природу местного самоуправления, его общественно-государственный характер, предлагается основным признаком классификации систем местного самоуправления признать степень влияния государственных структур на деятельность муниципальной власти. По данному признаку в научной литературе все муниципальные системы сводятся к двум основным моделям: “*модели автономного местного самоуправления*” и “*модели наблюдаемого местного самоуправления*”. Первая модель базируется на положениях “общественной” муниципальной теории: она предполагает отделение местного самоуправления от системы государственной власти, исключает всякое прямое подчинение муниципальных органов государственным структурам. В модели наблюдаемого местного само-

управления, которая является воплощением государственной теории самоуправления, главный упор делается на основную роль центральной власти в отношениях с муниципальной властью. [8, с.35-36] При этом Конституция РФ (ст. 12) провозглашает, что органы местного управления не входят в систему органов государственной власти. В Конституции РА об этом нет прямого указания.

Один из принципиальных вопросов регионального управления непосредственно соприкасается с социально-экономическими проблемами регионов, разработкой соответствующих целевых программ их решения. С этой точки зрения нацеленность на социально-экономическое развитие территорий должна стать важнейшей функцией органов регионального управления, особенно в условиях современного финансово-экономического кризиса, что требует обеспечения высокой управляемости этих процессов для выхода из него с минимальными издержками и потерями, с нахождением новых путей мобилизации и использования местных преимуществ. На государственном и на муниципальном уровне актуальным становится решение вопросов формирования муниципальной собственности, создание условий построения полноценных местных бюджетов, создание стабильной нормативной основы экономической деятельности местных органов власти. [11, с. 238]

Между тем в нашей стране органы регионального управления не имеют собственных источников финансовых ресурсов, соответствующих законодательно-правовых основ. В частности, марзпет свои предложения о годовых и долгосрочных программах социально-экономического развития региона представляет для обсуждения в областном совете, который, являясь консультативным органом, не имеет законодательных полномочий и финансово-

экономических возможностей. Однако, как показывает практика последнего времени, этот уровень управления не всегда нацелен на высокие результаты и эффективность социально-экономического развития региона. В этих условиях весьма актуальным может стать построение такой единицы административно-территориального управления, при которой проекты программ социально-экономического развития региона разрабатывались бы с активным и заинтересованным участием представителей общин. Важно также, чтобы указанный уровень управления одновременно имел бы представительный орган, способный серьезно обсуждать программы с правом внесения соответствующих изменений и дополнений, подвергать их экспертизе, хорошо зная местные особенности и проблемы общин. Очень важно, чтобы данный орган одновременно имел бы законодательные полномочия и достаточную компетенцию для утверждения указанных программ, определения ответственности за их реализацию. В то же время дальнейшее реформирование системы регионального управления необходимо вести в русле его целенаправленности на решение текущих и перспективных задач социально-экономического развития как регионов, так и страны в целом, дальнейшей децентрализации некоторых функций государственного управления.

Учитывая ход дальнейшей демократизации общества, тенденции развития местного самоуправления, децентрализации функций государственного управления, а также логику и направленность рассматриваемых проблем, во многих государствах, особенно небольших, унитарных, эффективным путем осуществления кардинального реформирования административно-территориального деления может стать создание несложных систем регионального и местного самоуправления.

Реформирование регионального управления, по существу, в нашей стране можно провести в нескольких вариантах. Во-первых, предлагается административно-территориальной единицей считать *марз(область), гавар(округ)*, при этом, сокращая число областей, в то же время в их составе образовать округа со статусом самоуправляющихся административно-территориальных единиц, которые, становясь ближе к общинам, могут комплексно охватить, совместить и решить их проблемы. Во-вторых, провести кардинальное и эффективное реформирование и отказаться от административно-территориальной единицы области, построить такую единицу на основе округа (он меньше области, но чуть крупнее района), и это можно провести путем реструктуризации областей. При этом имеется в виду, что если в первом варианте система управления становится более сложной и многозвонковой: правительство – область – округ – община, то во втором варианте система управления становится трехзвонковой: правительство – округ – община. Во втором варианте обозначается возможность не только экономии затрат, но и превращения системы публичного управления более динамичную, гибкую. В данном случае региональное управление может приобрести форму регионального самоуправления, и, самое главное, оно приближается к гражданам, одновременно приобретая черты эффективной модели такого управления.

Рассматривая указанные варианты, надо признать факт, что если в варианте область – община имеется значительная удаленность, пустота социально-экономического характера, то в варианте гавар(округ) – община, ее, по существу, можно заполнить именно новыми признаками, так как, во-первых, он для населения Армении является характерным и восприимчивым понятием, к тому же за годы Первой республики

он был основной административно-территориальной единицей. Во-вторых, область является продолжением системы государственного управления, и, естественно, это удваивает давление центра, еще большее отчуждая муниципалитеты от него. В-третьих, по существу, округ намного ближе к гражданам, чем области (которые подразумевают крупные территориальные образования), следовательно, еще ближе к общинам. При этом необходимо учитывать особенность нашего времени, когда в условиях формирования и развития рыночной экономики центральное правительство больше всего занято решением задач социального и стратегического характера, преодолением последствий финансово-экономического кризиса, не располагает большими возможностями решения социально-экономических вопросов общин, а округ может взять на себя разработку многих проблем, заполнить эту нишу, объединить экономический, финансовый и другой потенциал общин с его последующим целенаправленным использованием для решения задач местного уровня. Таким образом, характерными признаками округа станут: единая территориальная, экономическая, историческая, культурно-традиционная общность местных образований, их естественная разьединенность от других аналогичных административно-территориальных единиц. Существенным является установление такой законодательной нормы, при действии которой в округе руководитель, представительный орган – Совет старейшин будут избираться на основе современных демократических принципов – всеобщим, равным, прямым, тайным голосованием, при этом округ будет иметь собственный бюджет. Принципиально важно, чтобы округу как административно-территориальной единице вменялись признаки и полномочия, характерные для местного самоуправления. При этом

главной сферой деятельности округа становится: единение, организация, планирование и координация социально-экономических, бюджетных, финансовых вопросов ее общин, разработка бюджетов, целевых комплексных программ социально-экономического развития, их обсуждение, утверждение и реализация, осуществление контроля за данными процессами. Это предполагает определение повышенной степени ответственности и ответственных в этом деле, а также возможное направление общественных отношений, процессов, протекающих в регионах, в русло проводимой государством, правительством общей внутренней, социально-экономической политики. Органы государственной власти страны обеспечивают соответствующие организационные и регулирующие условия, законодательно-правовое поле и соответствующие нормы для естественного функционирования органов самоуправляющихся округов, вмешиваются в их деятельность только в порядке и в соответствии с требованиями, установленными законодательством.

По новой модели регионального управления республики, предлагается в качестве административно-территориальной единицы – гавар (округа) в количестве 21 (создаваемые на территории соответствующих общин). В результате всеобщих выборов в округе избираются: руководитель исполнительной власти, который будет иметь свою администрацию; представительный орган – Совет старейшин. При этом обеспечивается применение демократического избирательного принципа при проведении выборов органов местного самоуправления – округов, городских и сельских общин. В этом контексте, в частности, актуальным становится возможное сохранение местного самоуправления в сельских общинах, что позволит общине в рамках закона участвовать в обсуждении межобщинных

вопросов, активно вмешиваться в решение проблем округа. Все это возможные варианты преобразования модели регионального управления. Одновременно имеется и альтернатива – Совет старейшин по предложению руководителя округа назначает или выбирает руководителя сельской общины, в другом случае уже действует принятое правило: Советом старейшин предлагается и выбирается руководитель сельской общины, которого затем назначает приказом руководитель округа. Важно, что в пределах округов городские общины сохраняют статус органов местного самоуправления. Учитывая мировой опыт при организации местного самоуправления, для нашей республики эффективной может стать двухуровневая модель, которая одновременно может служить основой для обозначения модели регионального управления на уровне округов. По новой модели регионального и местного самоуправления организационная структура местного самоуправления получит следующий вид: первый уровень – совет старейшин и руководитель округа, второй уровень – руководитель сельской общины, работающие четыре года.

В основе идеологии новой модели регионального управления ставятся вопросы создания благоприятных условий для аккумуляции, концентрации местных и других экономических, финансовых, трудовых ресурсов, а централизация, целенаправленное их использование будут основным путем решения главных социально-экономических проблем округа, общин, актуальных задач их развития. В этих условиях региональное самоуправление может осуществляться для дальнейшего стимулирования развития его экономики, создания новых организаций и рабочих мест, продвижения местных продуктов, расширения и налоговую базу, и возможности более эффективного использования местных ресурсов, обеспечивая новый

уровень жизнедеятельности местного населения, качественные изменения в сознании и поведении граждан. Следовательно, на основе мобилизации, аккумуляции и объединения всех местных факторов социально-экономического развития можно формировать не только самые необходимые материальные и финансовые ресурсы для бюджетов округа, общин, но и создавать, формировать с их участием фонды перспективного развития с привлечением финансовых средств государственных, других источников и кредитных ресурсов. Все это будет способствовать быстрому и эффективному решению местных социально-экономических проблем, реализации перспективных проектов развития округа, общин, регионального прогресса, построения основ гражданского общества.

Таким образом, реформирование самой системы регионального управления и местного самоуправления, применение эффективных их моделей, целенаправленное использование возможностей этой системы для аккумуляции и рационального использования значительного потенциала общин и их жителей, разработка и реализация целевых комплексных программ являются главными направлениями, наиболее эффективными путями развития регионов и общин, местного самоуправления. Этому в большей степени будет способствовать оптимальная координация и целенаправленность социально-экономического, гражданского потенциала населения региона и общин на прогресс и перспективу.

Библиографический список

1. Региональная экономика: / Под ред. В.И. Видяпина и М.В. Степанова. – М.: ИНФРА-М, 2005.
2. Пронкин С.В., Петрунина О.Е. Государственное управление зарубежных стран. – М.: Аспект Пресс, 2001.

3. Глазунова Н.И. Система государственного и муниципального управления. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.
4. Шумянкova Н.В. Муниципальное управление. – М.: Экзамен, 2004.
5. Васильев А.А. Система муниципального управления. – М.: КНОРУС, 2010.
6. Чиркин В.Е. Система государственного и муниципального управления. – М.: Юрист, 2005.
7. Юшина Е. Принципы муниципального управления в условиях социального государства. // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 5.
8. Игнатов В.Г., Рудой В.В. Местное самоуправление. – Ростов н/Д.: “Феникс”, 2003.
9. Пикулькин А.В. Система государственного управления. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2007.
10. Рой О.М. Система государственного и муниципального управления. – СПб.: Питер, 2007.
11. Василенко И.А. Государственное и муниципальное управление. – М.: Гардарики, 2006.

Bibliographic list

1. Regionalnaya economy: / Under red. V.I. Vidyapin and M. Stepanov. - Moscow: INFRA-M, 2005.
2. Pronkin S.V. Petrunina O.E. State management of foreign countries. - Moscow: Aspekt Press, 2001.
3. Glazunova N.I. The system of state and municipal government. - Moscow: TC Welby, Univ Avenue, 2008.
4. Shumyankova N.V. Municipal management. - M.: Examination, 2004.
5. A.A. Vasil'ev The system of municipal government. - Moscow: KnoRus, 2010.
6. Chirkin V.E. The system of state and municipal government. - M.: Lawyers, 2005.
7. Yushina E. Principles of municipal governance in the welfare state. // Problems of the theory and practice of management. - 2010. - № 5.

8. Ignatov V.G., V.V. Rudoy. Local self-government. - Rostov n / D.: "Phoenix", 2003.
 9. Pikulkin A.V. The system of government. - M.: Unit-DANA, 2007.

10. Roy O.M. The system of state and municipal government. - St. Petersburg. Peter, 2007.
 11. Vasilenko I.A. State and municipal management. - Moscow: Gardariki, 2006.

Т.Н. Ромасенко

ЭКОНОМИКА РОССИИ ДО И ПОСЛЕ ВСТУПЛЕНИЯ В ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация

В данной статье рассматривается состояние и динамика развития экономики России до и после вступления в таможенный союз с Белоруссией и Казахстаном. Дана общая оценка деятельности таможенного союза в сфере экономики. Оценены перспективы развития экономики России. Представлены основные направления экономического сотрудничества России с государствами-членами таможенного союза, а также выявлены основные преимущества и проблемы, с которыми столкнутся страны-участницы.

Annotation

The article deals with the Conditions and dynamics of Russian economic development before and after entering the Customs Union with Byelorussia and Kazakhstan. Common estimation of Customs Unions works in economic. Spheres are given Prospects of Russian economic developments are estimated. Main tendencies of Russian economic partnership with Customs Unions member-states are presented and also main advantages and problems, which member-states may face, are displayed.

Ключевые слова

Мировой экономический кризис, интеграция, таможенный союз, единое экономическое пространство, Российская Федерация, экономика, структура промышленного производства, внешнеторговый оборот.

Key words

World economic crisis, integration, customs unions, common economic space, Russian Federation, economy, industrial production structure, turnover of foreign trade.

Экономический кризис, начавшийся в 2008-м г., повлиял на структуру промышленного производства России: резко выросла доля топливно-энергетического и химико-металлургического комплексов при сокращении доли машиностроения. Наибольшие ухудшения произошли в наукоемкой промышленности, инвестиционном и сельскохозяйственном машиностроении, в легкой промышленности и производстве промышленных товаров.

Серьезные разрушения произошли в научно-техническом потенциале страны, который является главным источником современного экономического роста (доля промышленных предприятий, ведущих разработку и внедрение нововведений, снизилась в России (меньше 10%), а в развитых странах она превышает 70%). Интенсивность инновационной деятельности в обрабатывающей промышленности упала до 1%, а уровень инновационной продукции снизил-

ся до 10% [2]. Это, в свою очередь, повлекло резкое снижение конкурентоспособности национальной экономики и утрату значительной части потенциала экономического роста.

Ежегодный пересмотр Индекса глобальной конкурентоспособности ВЭФ (Всемирный экономический форум) дает возможность проанализировать изменение положения страны в рейтинге конкурентоспособности: Россия находится на 63-м месте между Шри-Ланкой и Уругваем (табл. 1).

Главная проблема российской экономики – зависимость от экспорта сырьевых ресурсов. Экономика России продолжает скатываться в сырьевую составляющую, которая уже достигает

свыше 70% экспорта.

Значительный перевес доли сырьевого сектора в структуре экономики не позволяет полноценно развивать конкурентные преимущества, «все макроэкономические расчеты по межотраслевому балансу говорят о том, что чем больше мы экспортируем сырья, прежде всего, нефти и газа, тем ниже темпы нашего экономического развития» [5]. Однако в своей речи на 100-й сессии Международной организации труда 20.06.2011 Председатель Правительства РФ В. Путин заявил, что в ближайшие 10 лет Россия войдет в пятерку крупнейших экономик мира, а ВВП на душу населения будет увеличен на 44% - с 19,7 до 35 тыс. дол.

Таблица 1. Изменение положения стран в рейтинге конкурентоспособности к 2011-му г.

Страна	2010	Место в рейтинге		
		2009	2008	2007
Швейцария	1	1	2	2
Швеция	2	4	4	4
Сингапур	3	3	5	7
США	4	2	1	1
Германия	5	7	7	5
Япония	6	8	9	8
Финляндия	7	6	6	6
Нидерланды	8	10	8	10
Дания	9	5	3	3
Канада	10	9	10	13
...				
Шри Ланка	62	79	77	82
Россия	63	63	51	58
Уругвай	64	65	63	65

Источник: ВЭФ

В этой связи значимость проблемы повышения конкурентоспособности отраслей российской экономики приобретает все большую актуальность. Возникает необходимость поиска эффективных путей повышения внешнеэкономической активности и развития конкурентоспособности российских товаров на современном этапе. В этих условиях именно развитие таможенного союза (ТС) Белоруссии, Казахстана и России будет способствовать укрепле-

нию производственного потенциала России, его качественному обновлению и созданию предпосылок для более активного выхода передовых предприятий на мировой рынок.

Перед Российским государством стоит ключевая цель, заключающаяся в осуществлении стремительного прорыва во всех приоритетных отраслях экономики. Разработанная Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020-го года [4] является ориентиром

для разработки концепций и программ социально-экономического развития России, отдельных секторов и регионов.

У России есть определенные конкурентные преимущества, которые можно развить: комплекс нанотехнологий, биотехнологий, основанных на генной инженерии и молекулярной биологии, и информационно-коммуникационных технологий (на предыдущей длинной экономической волне сектор информационно-коммуникационных технологий рос в среднем на 20% в год). На фоне всеобщей стагнации этот комплекс производств растет в среднем на 35% в год [5]. Из всего набора производств сохраняется лидерство в атомной промышленности. К отраслям, несущим направления нового технологического уклада, относятся: ракетокосмический комплекс и самолетостроение. Вкладывая в данные направления, за счет их ускоренного развития можно будет «вытащить» всю экономику.

При этом интеграционные группировки (ВТО, ЕврАзЭС, СНГ и ТС) служат инструментом экономического роста. Правительством России были сделаны важные шаги в направлении международной интеграции как по линии таможенный союз - единое экономическое пространство (ЕЭП), так и в вопросе присоединения к ВТО.

Создание ЕЭП предполагает достижение объединившимися в экономический союз государствами высокой степени единства и согласованности их экономических действий, использование единой валюты, введение единых таможенных пошлин, то есть создание общего рынка и выход на единые правила движения факторов производства. При этом ключевым элементом экономического взаимодействия является развитие торговли - это этап, который позволяет унифицировать торговые процедуры. С этой точки зрения очень важным этапом является экономический союз, который позволяет унифициро-

вать определенные элементы политики и бюджетной сферы, а также является новым этапом для вступления в валютный союз, который невозможен без развития эффективной финансовой системы.

Экономический смысл интеграции в рамках ТС состоит в объединении национальных экономик в один воспроизводственный комплекс. Это предполагает не только устранение межгосударственных таможенных и прочих барьеров, но и согласование между заинтересованными странами конечных целей социально-экономического развития и выработку согласованных направлений структурной, инновационной, внешнеэкономической и социальной политики. Страны-участницы получают колоссальный экономический эффект от ликвидации таможенной границы [6].

По расчетам Российского института народнохозяйственного прогнозирования РАН [8] в денежном выражении к 2015-му году прибыль России от создания ТС оценивается в 400 млрд. дол., а Беларуси и Казахстана - по 16 млрд. дол. Государства - члены ТС за счет интеграционного фактора получают дополнительно около 15% прироста ВВП к 2015-му г. Предполагается, что за счет увеличения рынка, установления общих правил ведения бизнеса страны-участницы получают дополнительный прирост ВВП на 1-2% в год [9].

Совершенно очевидно, что от слаженности, взаимопонимания и взаимной поддержки стран-участниц ТС зависит не только успех интеграционных процессов в России, Беларуси и Казахстане, но и в целом на всем пространстве СНГ. И здесь ведущая роль по праву принадлежит российской стороне. В частности, казавшиеся непреодолимыми разногласия по поводу пошлин на энергоносители, были преодолены в рабочем порядке. В Белоруссию в текущем году может быть поставлено

21,7 млн. т нефти [10]. В обмен на беспошлинные поставки нефти белорусская сторона будет перечислять в российский бюджет весь объем экспортных пошлин на вывозимые с ее территории за пределы ТС нефтепродукты. Экспортная пошлина на белорусскую нефть собственной добычи (около 1,7 млн. тонн) будет поступать в бюджет Белоруссии. При этом Россия формально недополучит около 2 млрд. дол. Однако, как предполагается, выигрыш в среднесрочной перспективе окажется несоизмеримо выше.

В целом интеграция России в ТС выгодна и имеет ряд преимуществ. Прежде всего, это серьезнейший стимул для взаимной торговли, обусловленный отсутствием таможенных барьеров, дополнительных затрат на таможенные процедуры, на оформление таможенных деклараций. Беспшлинно перемещаются товары и собственного производства, и иностранные, выпущенные в свободное обращение одной из стран-участниц ТС. Уже есть первый эффект от тамо-

женного союза, рост взаимной торговли идет примерно с темпом 15% в год. Рост общего товарооборота ТС к 2010-му году составил одну треть. С 1-го июля 2011-го года, помимо общего рынка товаров, появился общий рынок услуг, общий рынок капитала и общий рынок труда. Следующий шаг - разработка общей стратегии развития (для чего подписано соглашение по координации макроэкономической политики), «...формирование Евразийского экономического союза, который будет объединять не только рынки, но и планы, перспективы прогнозы и стратегии развития. Именно здесь ожидается максимальный эффект, который оценивается примерно в одну треть от валового продукта» [5].

Сегодня в рамках развития ТС происходит становление общего рынка товаров, рабочей силы и капиталов трех стран. ВВП таможенного союза составляет 1 триллион 658,2 миллиарда дол. (табл. 2).

Таблица 2. Население, ВВП стран таможенного союза, Украины, Киргизии [17]

Страна	Население млн. чел	ВВП (номинал)		На душу населения ППС(\$)
		Итого (млрд. \$)	На душу населения (\$)	
Казахстан	16,47	138,43	8882,97	12602,87
Россия	141,90	1465,08	10437,49	15836,75
Киргизия	5,48	4,62	863,65	2248,46
Белоруссия	9,47	54,71	5800,43	13909,33
Украина	45,78	136,42	2999,63	6711,61
Итого	219,10	1799,25	5796,84	10261,80
ТС	167,84	1658,22	8373,63	14116,32

Согласно прогнозам Всемирного банка темпы роста российского ВВП в 2011-му году ожидаются на уровне 4,2%. По мнению Минэкономразвития, рост ВВП в 2011-м году составит 3,4%, инфляция снизится до 5-6%, инвестиции возрастут на 8,8%, то есть российская экономика будет медленно, но вер-

но выползать из кризисного состояния [18].

В сфере валютно-финансовых отношений с 1-го сентября 2010-го г. применяется Соглашение об установлении и применении в ТС порядка зачисления и распределения сумм ввозных таможенных пошлин [15]. С момента вступления в силу данного Соглашения

за сентябрь-декабрь 2010-го года в бюджет РФ зачислено 7887 млн. дол. США. По сравнению с соответствующим периодом 2009-го г. прирост поступлений ввозных таможенных пошлин в бюджет РФ составил 33%.

Ключевой наблюдаемый экономический эффект – это подъем внешне-торгового оборота ТС (рис.1).

Поступившие в секретариат комиссии статистические данные по вза-

имной торговле государств-членов таможенного союза позволили оценить динамику взаимной торговли государств-членов ТС за 2008-2010 годы, в том числе выявить изменения в динамике показателей за периоды до и после введения в действие единой системы таможенного регулирования на Единой таможенной территории ТС.

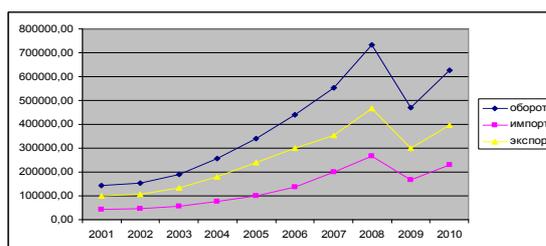


Рис.1. Внешнеторговый оборот России в 2001-2010 гг. (млн. дол. США)

Ниже (табл. 3) представлены данные о динамике и структуре взаимной торговли между странами-членами ТС в 2010-м году по сравнению с предыдущими (2007-2009) годами. Из приведенных данных видно, что подавляющая доля взаимной торговли товарами приходится на взаимную торговлю между Россией и Республикой Беларусией.

Основу взаимной торговли товарами собственного производства стран – членов ТС составляют сырьевые товары (на их долю приходится свыше 45% всего объема их внешне-торгового оборота), на втором и на третьем месте – продукция сельского хозяйства и продовольственные товары (12%), машины и оборудование (8%) соответственно.

Рост суммарного годового внешне-торгового оборота ТС по сравнению с 2009-м годом – на 32,8% [2]. При этом во всех государствах-членах ТС с момента возникновения таможенного сою-

за к концу 2010-го года произошел резкий подъем экспорта и был преодолен июньский спад (рис. 2).

В целом внешне-торговый оборот России постоянно растет. С 2001-го по 2010-й гг. он увеличился в 3,4 раза. В 2010-м г. доля экспорта составила 63,4%, импорта – 36,6%.

Превышение экспорта над импортом в структуре внешне-торгового оборота формирует положительное сальдо торгового баланса России: в 2010 г. оно составляло 167,5 млрд. дол. США, за последние 10 лет его объем возрос в 1,76 раза [17].

Есть основания ожидать, что товарная структура внешне-торгового оборота стран – членов ТС под воздействием снятия таможенных барьеров и возможного сокращения сроков грузоперевозок будет существенно диверсифицирована и к 2015-му году до половины представлена новыми видами товаров.

Таблица 3. Динамика и структура оборота взаимной торговли между странами – членами ТС (по методологии Евростата)

Годы	2007		2008			2009			2010		
	млн. дол.	Доля, %	млн. дол.	Доля, %	Прирост %	млн. дол.	Доля, %	Прирост %	млн. дол.	Доля, %	Прирост %
Поставки по ввозу товаров, всего	29 486,4	100	37 270,20	100	26,4	26 177,4	100	-29,8	29 042,5	100	10,9
В том числе поставки:											
РФ в РБ	17 205	58,3	23 604	63,3	37,2	16 717	63,9	-29,2	17 408	59,9	4,1
РФ в РК	11 920	40,4	13 301	35,7	11,6	9 147	34,9	-31,2	11 165	38,4	22,1
РБ в РК	361,4	1,2	365,2	1,0	1,1	313,4	1,2	-14,2	469,5	1,6	49,8
Поставки по вывозу товаров, всего	13 667	100	16 984	100	24,3	10 316	100	-39,3	17 240	100	67,1
В том числе поставки в:											
РФ из РБ	8 879	65,0	10 585	62,3	19,2	6 714	65,1	-36,6	9 727	56,4	44,9
РФ из РК	4 659	34,1	6 228	36,7	33,7	3 547	34,4	-43,0	7 161	41,5	101,9
РБ из РК	129	0,9	171	1,0	32,6	55	0,5	-67,8	351,7	2,0	539,5
Общий объем поставок	43 153,40	100	54 254,2	100	27,7	36 649,4	100	-32,5	46 282,2	100	26,3
В том числе общий объем взаимных поставок:											
РФ-РБ	26 084	61,4	34 059	62,8	30,6	23 431	63,9	-31,2	27 135	58,6	15,8
РФ-РК	16 579	37,4	19 679	36,3	23,7	12 830	35	-34,8	18 326	39,6	42,8
РБ-РК	361,4	1,2	537	1,0	4,7	388,3	1,1	-27,7	821,2	1,8	111,5
ТС в общ. об. взаим. пост. СНГ	-	-	123 300	44	-	78 900	46,5	-36	-	-	-

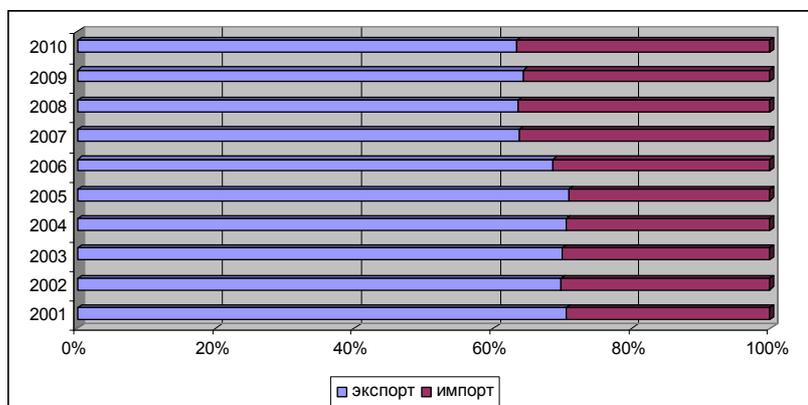


Рис. 2. Структура внешнеторгового оборота в 2001-2010 гг.

Однако следует отметить, что, наряду с полученными в связи с созданием ТС выгодами, имеются и проблемы, с которыми сталкиваются государства-члены таможенного союза: отсутствие обеспечения полноты охвата статистической информации (отсутствие единых баз данных ТС, единого информационного пространства на Единой таможенной территории); увеличение конкуренции на внутреннем рынке; отсутствие таможенного контроля со стороны России на внешних границах ТС (контроль осуществляет лишь белорусская и казахстанская стороны) и увеличение соответственно возможностей для масштабной товарной интервенции.

Ряд рисков при вступлении России в ТС связаны с перемещением российских фирм-импортеров, таможенных складов и рынка услуг по таможенному оформлению в Казахстан, где ниже внутренние налоги, а также - с усилением потока китайских товаров через территорию Казахстана. Кроме того, упрощение процедур контроля, в том числе транспортного между странами-участницами ТС, несет риск контрабанды наркотиков [16].

Но, несмотря на существующие риски, преимущества имеют достаточный перевес. Таможенный союз крайне важен для повышения экономической активности в сферах совместной деятельности стран-участниц. Его функционирование для России обеспечит положительное развитие секторов экономики, увеличение сумм таможенных платежей и расширение рынков сбыта продукции.

Первые месяцы функционирования ТС показали, что, несмотря на множество проблем, создание ТС трех государств стало важным фактором ускорения интеграционных процессов на всем пространстве СНГ, обеспечения экономической стабильности и устойчивого развития на Евразийском континенте. Данный интеграционный проект

стал первым этапом формирования ЕЭП в рамках ЕврАзЭС. Фактически создается крупный общий рынок, изначально настроенный на сотрудничество и дальнейшее расширение, делающее экономику всех его участников более устойчивой. А это значит, что уже сегодня можно будет говорить о возникновении нового мощного конкурента в международных экономических отношениях.

Библиографический список

1. Мау, В. Экономическая политика 2010-го года: в поисках инноваций. Глобальный кризис в 2010-м году / В. Мау // Вопросы экономики. – 2011. - №2. –с. 4.
2. Таможенный союз: альтернативный путь интеграции в мировую экономику. Режим доступа: <http://stopvto.ru/2011/05/08/tamozhennyiy-soyuz-alternativnyiy-put-integratsii-v-mirovuyu-ekonomiku/>.
3. Режим доступа: <http://www.doingbusiness.org/rankings>.
4. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020-го года «Инновационная Россия – 2020». - Москва, 2010.
5. Диалог с Михаилом Хазиным. Выживут ли ЕС и ЕЭП? Режим доступа: <http://rbctv.rbc.ru/archive/dialogue/text/562949980385570.shtml>.
6. Глазьев, С.Ю. Таможенный союз. Аспекты формирования единой таможенной территории / С.Ю. Глазьев // Международная экономика. 2010. -№ 4. - с. 43-48.
7. Кожанков, Ю.А. Таможенный союз – итоги первого года и его дальнейшее развитие / Ю.А. Кожанков // Таможенные, экономические и правовые аспекты функционирования таможенного союза: сборник материалов IV Международной молодежной научно-практической конференции. – Ростов-н/Д: Российская таможенная академия, Ростовский филиал, 2011.

8. Официальный сайт Института народнохозяйственного прогнозирования РАН – Режим доступа: <http://www.ecfor.ru>
9. Таможенный союз: альтернативный путь интеграции в мировую экономику. – Режим доступа: <http://stopvto.ru/2011/05/08/tamozhennyiy-soyuz-alternativnyiy-put-integratsii-v-mirovuyu-ekonomiku/>.
10. Возобновление поставки российской нефти в Белоруссию // Таможенный союз. Таможенное регулирование. – 2011. - № 2. – С.21.
11. Омельченко, С. Таможенный союз – это актуально / С. Омельченко // Таможенное регулирование и таможенный контроль. - 2010.- №1. - с.4-5.
12. Кобякова, А. Преимущества и проблемы таможенного союза / А. Кобякова // Таможенное регулирование и таможенный контроль.- 2010.- №4. -с. 22-31
13. Суздальцев, А.И. Политика впереди экономики: риски и перспективы таможенного союза / А.И. Суздальцев //Россия в глобальной экономике.- 2010.-№6.
14. Соглашение об установлении и применении в таможенном союзе порядка зачисления и распределения ввозных таможенных пошлин (иных пошлин, налогов и сборов, имеющих эквивалентное действие) от 20. 05.2010 – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru>.
15. Слюсарь, Н. Этапы большого пути / Н. Слюсарь // Таможенное регулирование и таможенный контроль. 2010. - №1. - с. 15-17.
16. Заворотный, Д. Экспертное мнение: Таможенный союз. – Режим доступа: <http://www.puchkov.net/publications/customs-union/articles/opinions.html>.
17. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – http://info.minfin.ru/export_import.php.
18. <http://www.catback.ru/news/110110133748.htm>

Bibliographic list

1. Mau, V. Economic Policy of 2010: in search of innovations. Global Crisis in 2010 / V. Mau // Economy questions. - 2011. - № 2. – p. 4.
2. Customs Union: Alternative Way of Integration in World Economic. - Mode of access: <http://stopvto.ru/2011/05/08/tamozhennyiy-soyuz-alternativnyiy-put-integratsii-v-mirovuyu-ekonomiku/>.
3. Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/rankings>.
4. Strategy of Russian Federations Innovative Development for the period up to 2020 year “Innovative Russia-2020”. – Moscow, 2010.
5. Dialogue with Michael Khazin. Will EU and EES Survive? - Mode of access: <http://rbctv.rbc.ru/archive/dialogue/text/562949980385570.shtml>.
6. Glaziev, S.U. Custom’s union. Aspects of Forming a Single Custom’s Territory / S.U. Glaziev // World Economy. - 2010. - № 4. – p. 43-48.
7. Kozhankov, J.A. Customs Union – Results of the first Year and its further Development / J.A. Kozhankov // Customs, Economic and Legal Aspects of the Functioning of the Customs Union: Proceedings of the Fourth International Youth Scientific Practical Conference. – Rostov-on-Don : Russian Customs Academy, Rostov Brand, 2011.
8. Official website of the Institute of Economic Fore-casting RAN. - Mode of access: <http://www.ecfor.ru>.
9. Customs Union: Alternative way of integration in the World Economy. - Mode of access: <http://stopvto.ru/2011/05/08/tamozhennyiy-soyuz-alternativnyiy-put-integratsii-v-mirovuyu-ekonomiku/>.
10. Resumption of Russian Oil deliveries to Belarusian // Customs Union. Customs regulation. – 2011. – № 2. – p. 21.
11. Omelchenko, S. Customs Union – is an actual theme / S. Omelchenko // Customs

regulation and customs control. -2010 – № 1. – p. 4-5.

12. Kobyakova, A. Benefits and Problems of the Customs Union / A. Kobyakova // Customs regulation and customs control. - 2010 – № 4. – p. 22-31.

13. Suzdaltcev, A.I. Politics is ahead of the economic: Risks and Prospects of the Customs Union / A.I. Suzdaltcev // Russia in Global Economy. - 2010 – № 6.

14. Agreement of the Establishment and Application of the Customs Union of the Order of Enrollment and Distribution of Customs Duties (other Duties, Taxes and Charges with Equal Effect) 20.05.2010. - Mode of access: <http://www.tsouz.ru>.

15. Slusar, N. Stages of the long Way / N.S. Slusar // Customs regulation and customs control. -2010 – № 1. – p. 15-17.

16. Zavorotnui, D. Experts Opinion: Customs Union. - Mode of access: <http://www.puchkov.net/publications/customs-union/articles/opinions.html/>

17. Official website of the Ministry finances Russian Federation - Mode of access:

http://info.minfin.ru/export_import.php.

18. Mode of access:

<http://www.catback.ru/news/110110133748.htm>.

Ян Боян, У Чэнчжи

«КИТАЙСКАЯ МОДЕЛЬ» ФИНАНСИРОВАНИЯ ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ

Аннотация

Контролируемое развитие рынка доступного субсидируемого жилья позволяет заложить серьезный фундамент для расширения потребительского спроса, роста ВВП. Стремительный рост Китая в последние десятилетия был обусловлен инвестициями в недвижимость, что дало стимул смежным отраслям. Заявленный объем строительства субсидируемого жилья, политическая воля и решимость показывают, что власти считают социальное жилье жизненно важным условием устойчивого развития. Программа обеспечения гарантированным жильем координируется правительством по следующим направлениям: (1) политическому регулированию и контролю распределения и использования жилищного фонда, (2) финансовой сфере, (3) администрированию рынка недвижимости. Формирующаяся модель финансирования доступного жилья предусматривает перераспределение финансовых потоков в рамках сформулированных государственных приоритетов, причем ресурсы центрального правительства изначально не называются доминирующими, но, по всеобщему признанию, будут задавать основной вектор финансовых усилий всех субъектов и секторов национальной экономики.

Annotation

Controlled the development of affordable subsidized housing can provide a solid foundation for expanding consumer demand, GDP growth. The rapid growth of China in recent decades was due to investments in real estate that provides an incentive to related industries. The declared volume of construction of subsidized housing, political will and determination to show that the authorities consider social housing vital for sustainable development. Program to provide guaranteed housing coordinated by the Government in the following areas: (1) political regulation and control distribution and use of housing stock, (2) finance, (3) administer the property market. The emerging model of affordable housing finance includes the redistribution of financial flows within the articulated state priorities, and resources of the central government was not originally called the dominant, but it is generally accepted, will set the main vector of the financial efforts of all actors and sectors of national economy.

Ключевые слова

Китай, доступное жилье, финансирование недвижимости, правительственное регулирование, жилищное строительство, товарное жилье, инвестиции в жилищное строительство, доступное жилье эконом-класса

Keywords

China, government regulation, affordable housing, real estate financing, residential building, commercialized buildings, investment in residential buildings, economically affordable housing

«...судьба китайского рынка недвижимости будет иметь воздействие на каждого — от австралийского шахтера и немецкого экспортера до американского потребителя»

Financial Times, 31 мая 2011 г.

Как отмечалось на 4-м форуме по вопросу открытости Китая¹, за прошедшие 30 с лишним лет вклад внутреннего спроса в рост китайской экономики превысил 70 %, а ускоряющийся процесс урбанизации в Китае, быстрый рост инвестиций в инфраструктуру и непрерывное повышение уровня потребления городского и сельского населения страны заложили прочную основу для стимулирования роста внутренних инвестиций. Однако рост благосостояния населения все остается ключевой проблемой для Китая.

По мнению Чжэн Юннэнь,² Китай переживает стратегический период, который сулит множество шансов. Для повышения благосостояния населения необходима государственная финансовая и политическая поддержка, сегодняшний Китай накопил значительные активы, и в ближайшие годы успешное решение проблемы благосостояния населения позволит Китаю выйти на новую ступень экономического развития.

Как заявил 14 марта 2011 г. глава правительства КНР Вэнь Цзябао, к 2015 году должно быть построено 36 млн.

единиц доступного субсидируемого жилья для малообеспеченных слоев населения, в том числе по 10 млн. единиц 2011 и 2012 гг. (в 2010 г. было начато строительство 5,9 млн. единиц доступного субсидируемого жилья) [1].

Приложение финансовых усилий государства для реализации поставленной цели в течение года будет осуществляться по четырем основным направлениям, в результате которых будет построено (реконструировано, введено в эксплуатацию):

— два миллиона единиц «жилья экономического использования» («economic use housing»), «двухпредельного жилья» («жилья по предельной цене») («double-limit housing» или «price-capped housing»). Оба типа жилья продаются с дисконтом к рыночным ценам, хотя «жилье экономического использования», как правило, дешевле и его сложнее купить;

— чуть более двух миллионов единиц «государственного арендного жилья» («public rental housing»). Такие квартиры сдаются в аренду по низким ценам и могут быть приобретены лицами, проживающими в таком жилье в течение долгого времени, но не могут быть проданы на рынке;

— более 1,6 млн. единиц «дешевого арендного жилья» («low-cost rental housing»). Такие квартиры сдаются в аренду по еще более низким ценам и зарезервированы для городского населения с «минимальными гарантированными доходами» («minimum income insurance»), которые формируются (как

¹ 4-5 июня 2011 г. провинция Zhejiang южный Китай.

² Профессор Сингапурского государственного университета, директор исследовательского института Восточной Азии

средства к существованию) из пособий, выплачиваемых государством для бедных (наименее состоятельны) городских жителей;

— четыре миллиона новых или отремонтированных жилых домов в «районах трущоб» («shanty areas»). Это направление включает в себя широкий диапазон жилья, пригороды, заводские общежития и жилые помещения на шахтах и фермах.

Контролируемое развитие рынка доступного субсидируемого жилья позволяет заложить серьезный фундамент для расширения потребительского спроса, роста ВВП. Китай потребляет до 50 % ключевых глобальных товаров и материалов, таких как цемент, железная руда, сталь и уголь, и китайская недвижимость является главной движущей силой этого спроса. Например, непосредственно на строительство приходится около 40 % китайского потребления стали. Но с учетом использования в производстве бытовой техники и приборов, инженерной инфраструктуры [жилой] недвижимости и других, связанных с недвижимостью секторов удельный вес потребления достигает 2/3 от общего объема потребления стали в Китае [2].

Стремительный рост Китая в последние десятилетия был обусловлен инвестициями в недвижимость, что дало стимул смежным отраслям, начиная от стали и цемента до производства стиральных машин и автомобилей. Таким образом, безальтернативно сдерживая рост цен на инвестиционные товары, объекты недвижимости и прибыль девелоперов, правительство бы рисковало спровоцировать широкий экономический спад, и именно поэтому субсидируемый жилищный план является столь важным.

Как считают эксперты, беспрецедентный заявленный объем строительства субсидируемого жилья, политическая воля и решимость показыва-

ют, что власти считают социальное жилье жизненно важным условием устойчивого развития. Это не только вопросы, связанные с экономическим ростом, но и своевременное стремление смягчить уже сложившуюся социальную напряженность. Недвижимость и строительство жилья пронизывают всю материковую [китайскую] модель роста. Они являются наиболее важным фактором, определяющим спрос на сырьевые товары, значительным маржинальным фактором внешнего профицита Китая и действительно ключевым фактором к реальному пониманию динамики денежных доходов домохозяйств, сбережений и инвестиций.

Важным шагом в проведении социально-административных преобразований является окончательная отмена системы «хукоу», что позволит устранить барьеры для миграции сельского населения в разряд городского, повысить мобильность на рынке труда и ускорить урбанизацию. Как сказал Вэнь Цзябао, необходимо проводить урбанизацию с китайской спецификой, соблюдая законы развития городов, усиливая строительство городской инфраструктуры и сооружений общественного сервиса. Кроме того, необходимо «полностью уважать право крестьян самостоятельно решать, уезжать ли им на заработки в город или оставаться в деревне, практически охранять их законные права и интересы применительно к земельному подряду, земельному участку под жилье и т. д.» [3].

Как следует из Доклада о работе правительства Вэнь Цзябао [3], программа обеспечения гарантированным жильем должна координироваться правительством по следующим направлениям: (1) политическому регулированию и контролю распределения и использования жилищного фонда, (2) финансовой сфере, (3) администрированию рынка недвижимости.

(1) Политическое регулирование и контроль распределения и использования жилищного фонда:

— целенаправленно «снимать жилищные трудности у городских семей со средними и низкими доходами и посредством практической стабилизации рыночных цен на недвижимость удовлетворять разумные потребности населения в жилье»;

— расширять масштабы строительства гарантированного жилья «на месте кварталов ветхих лачуг»;

— развивать сектор общественного арендного жилья;

— правительствам всех уровней «предстоит по разным каналам аккумулировать здесь денежные средства и значительно увеличивать капиталовложения»;

— вводить порядок управления гарантированным жильем применительно к его использованию, хозяйствованию, прекращению у жильцов права на использование и т. д., повышая при этом прозрачность управления, усиливая общественный контроль и гарантируя интересы семей, отвечающих установленным условиям.

(2) В финансовой сфере предстоит решить следующие задачи:

— твердо сдерживать чрезвычайно быстрый рост цен на жилье, наблюдающийся в части городов, беспощадно выявлять все и всякие правонарушения с последующим вынесением строгого наказания;

— разрабатывать и обнародовать годовой план жилстроительства (касающегося земельных участков под новое строительство, отводить земли для строительства гарантированного жилья);

— развивать товарное (коммерческое) жилье с акцентом на строительство обычных товарных квартир средней и малой площади;

— регулятивно обеспечивать развитие лизинга жилых объектов рынка недвижимости;

— действительно пресекать покупку жилья для спекуляции и капиталовложений;

— проводить жесткую дифференцированную политику кредитования и налогообложения жилой недвижимости с усилением последней.

(3) В сфере администрирования рынка недвижимости:

— возложить главную ответственность по стабилизации цен на жилье и жилищному обеспечению на провинциальные народные правительства, а прямую — на городские и уездные;

— компетентным ведомствам ускоренными темпами усовершенствовать порядок инспектирования, оценки, вызова на беседу и привлечения к ответственности лиц, допускающих нарушения в работе по стабилизации жилищных цен и стимулированию строительства гарантированного жилья и наносящих ущерб социальному развитию и стабильности общества;

— в связи с проблемами, существующими в таких важных сферах, как: строительные работы, передача прав землепользования, сделки по правам на госимущество, правительственные закупки и т. д., предстоит усилить динамику выявления нарушений закона и норм дисциплины с вынесением соответствующего наказания, твердо и решительно карая разложенцев.

В Докладе о выполнении плана экономического и социального развития за 2010 г. и проекте плана на 2011 г. [4] указано на необходимость оптимизации архитектоники регионального развития, повышения его гармоничности и уровня урбанизации. В регионах, урбанистическому развитию которых предстоит уделить самое большое внимание: Тибет и районы проживания тибетцев в четырех провинциях и Синьцзяна, западные районы и районы, ко-

торые должны быть освоены совместно с РФ, — следует полностью учитывать «...нужды крестьянских рабочих, приезжающих в города, в области трудоустройства, образования, социального обеспечения, здравоохранения, гарантированного жилья и других сферах, планомерно предоставлять право прописаться в городах и поселках мигрирующему сельскому населению, отвечающему установленным условиям».

Значительное внимание вопросам урбанизации и доступности жилья уделяется правительством Китая в силу того, что:

— китайские города обеспечивали и будут обеспечивать рост ВВП (к 2025 г. ожидается, что до 95% ВВП будет произведено в городах);

— китайские города «притягивают» реальные инвестиции частного сектора;

— рост потребления в основном сосредоточен в городах и/или урбанизированных поселениях, располагающих «городской» инфраструктурой [5].

Эффективное расширение территорий городской застройки и развитие производственных мощностей

предприятий, расположенных в городах, становятся возможными при гармоничном решении вопросов (1) землепользования, землеотведения и земельного девелопмента, (2) девелопмента инженерной инфраструктуры городов и поселений (водоснабжение, водоотведение, очистка стоков, энергоснабжение, транспорт, коммуникации и пр.), (3) финансирования строительства и жилищного девелопмента.

Общегосударственная политика урбанизации определяет степень свободы местных властей и их полномочия в таких областях, как земельная политика, строительство стратегических инфраструктурных объектов, санкционирование инвестиционных проектов. Но концептуальные решения центральных властей Китая в части национальной программы субсидируемого доступного жилья существенно повлияют на практику урбанизации местных властей и заранее нацелят их финансовые возможности (основная часть средств, полученных от сбора налогов, остается на местах) на решение приоритетных задач (см. табл. 1).

Таблица 1. Основные показатели бюджетного финансирования (гарантированного) жилья КНР [6, 7, 8]

Направления бюджетных расходов	2009 ис-полн.	2010 ис-полн.	2011 план
Расходы на обеспечение (гарантированным) жильем, млрд. ¥, в т. ч.:	55,056	112,573	129,266
выплаты из центрального бюджета	2,643	38,648	29,163
трансфертные платежи в местные бюджеты	52,413	73,925	100,103
Расходы на обеспечение (гарантированным) жильем, %	100,00%	100,00%	100,00%
выплаты из центрального бюджета, %	4,80%	34,33%	22,56%
трансфертные платежи в местные бюджеты, %	95,20%	65,67%	77,44%

Политика государства в отношении жилищного строительства была и остается одним из значительных драйверов экономики, а доступность жилья — конкретным показателем эффективности деятельности правительства. В последние годы развитие системы инвестирования и финансирования недви-

жимости в Китае подчинено ряду согласованных финансовых критериев: доминирующим среди них выступает доступность жилья для домашних хозяйств с низкими и средними доходами; проводимая финансово-кредитная политика центральных и местных властей коррелирует с динамикой цен на жилье и но-

сит соответственно стимулирующий, сдерживающий, или коррекционный, характер; гибкость в предложении земельных участков местными властями девелоперам, реализующим проекты строительства доступного жилья эконом-класса; регулирование оборота жилья на вторичном рынке посредством мер фискального характера, которые снижают инвестиционную привлекательность объектов жилой недвижимости [9]. Одной из причин «реагирования» правительства и введения корректирующих мер в отношении девелопмента стало сокращение объемов строительства жилья эконом-класса на фоне неуклонного роста объемов строящего-

ся товарного жилья и ввода его в эксплуатацию (см. рис. 1, 2). Инвестиции в жилищное строительство демонстрировали высокие темпы роста, но в основном они приходились на городские территории (см. рис. 3). Сохраняя высокие темпы роста строительного производства, переориентировав инвесторов, местные власти и девелоперов на решение социальных задач, предпринимаемые правительственные меры позволят скорректировать модель развития рынка недвижимости и избежать падения объемов производства в строительной отрасли, производстве строительных материалов и земельном девелопменте.



Рис. 1. Общая площадь строящихся объектов в КНР (рассчитано по [10])

Формирующаяся модель финансирования доступного жилья предусматривает направление финансовых потоков в рамках сформулированных государственных приоритетов, причем ресурсы центрального правительства изначально не называются доминирующими, но, по всеобщему признанию, будут задавать основной вектор финансовых усилий всех субъектов и секторов национальной экономики. Эксперты по-

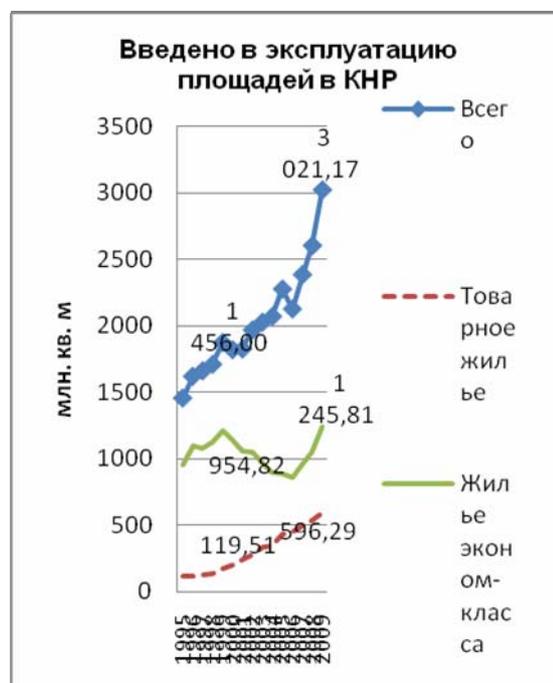


Рис. 2. Введено в эксплуатацию площадей в КНР (рассчитано по [10])

лагают, что «месседж правительства девелоперам ясен: вы сделали свои деньги, теперь пришло время служить стране, ... для банков подразумевается месседж: девелоперов и местные правительства, выступающих проводниками таргетируемых инвестиций, следует рассматривать как заемщиков хорошего качества, и поэтому их надо поддерживать» [11]. Банковский сектор страны вполне способен справиться с постав-

ленными задачами, так как он по объемам и качеству своего потенциала уже не один год демонстрирует высокую активность в финансировании недви-

жимости, кредитовании строительства, девелопмента, расширении объемов ипотечных операций и других отраслях, связанных с жилищным сектором.

Таблица 2. Совокупные объемы кредитования топ-5 банков КНР*, млрд. ¥, на конец года

Основные направления кредитной активности	2007	2008	2009	2010
Недвижимость и девелопмент	1 047	1 437	1 321	1 684
Строительство	330	364	397	544
Коммунальный инжиниринг и сети	542	646	1 272	1 404
Итого кредитование недвижимости	1 919	2 446	2 990	3 632
Итого ссуды корпоративных заемщиков	11 039	11 751	15 949	18 553
Ипотечные ссуды	2 182	2 412	3 484	4 462
Итого ссуды индивидуальных заемщиков	2 872	3 124	4 543	5 981
Ссуды и кредиты прочим заемщикам	457	1 139	944	323
ВСЕГО	14 368	16 014	21 436	24 857

* рассчитано по [12, 13, 14, 15, 16]

Банковский сектор Китая с государственным участием был задействован для финансирования большей части посткризисного пакета стимулов, и теперь его привлекают к участию в финансировании программы социального гарантированного жилья, задаче, которую он может выполнить. Как следует из представленных ниже данных, крупнейшие китайские банки — ICBC, CCB, BOS, ABC и WOCOM (занявшие в 2010 г. первые строки в мировых банковских рейтингах, далее — топ-5) на протяже-

нии последних четырех лет наращивали объемы финансирования недвижимости значительными темпами (см. табл. 2).

Достижимость целей правительственной программы гарантированного социального жилья можно оценить через сравнение запланированных объемов финансирования из государственного бюджета КНР и ретроспективных данных о финансировании (кредитовании) недвижимости топ-5 китайских банков (см. табл. 3).

Таблица 3. Финансирование и кредитование недвижимости в КНР, млрд. ¥

Направления использования кредитных ресурсов	31.12.2009	31.12.2010	Направления использования средств бюджета	2009 исп.	2010 исп.	2011 план
Недвижимость и девелопмент	1 321,47	1 683,76	Расходы на обеспечение (гарантированным) жильем	55,056	112,573	129,266
Строительство	396,85	543,65	Реконструкция аварийного жилья и др.	16,300	111,702	129,266
Коммунальный инжиниринг и сети	1 271,66	1 404,33	Коммунальный инжиниринг и сети	115,180	144,310	159,185
Итого	2 989,98	3 631,75	Итого	186,536	368,585	417,717

Как следует из представленных выше данных, зафиксированные в 2010 г. объемы кредитования недвижимости топ-5 банков значительно превышают заявленные объемы бюджетного финансирования на 2011 г., что позволяет с большой долей уверенности сформулировать заключение о высокой вероятности достижения цели жилищной политики, поставленной правительством КНР на текущий год.

Библиографический список

1. Вэнь Цзябао о необходимости добросовестной реализации мер по контролю за рынком недвижимости. Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/31521/7319031.html>
2. Anderlini J. Fate of China property is global concern // FT, 31 мая 2011
3. Вэнь Цзябао Доклад о работе правительства (2011 г.) Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/31521/7320607.html>
4. Доклад о выполнении плана экономического и социального развития за 2010 г. и проекте плана на 2011 г. Режим доступа: http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2011-03/17/nw.D110000renmrb_20110317_4-02.htm?div=-1
5. Вотцель Дж., Мендонка Л. Городской миллиард // «Вестник McKinsey», 2011, 22
6. Доклад об исполнении центрального и местных бюджетов за 2008 г. и проекте центрального и местных бюджетов на 2009 г. Режим доступа: «Жэньминь жибао» он—лайн <http://russian.people.com.cn/>
7. Доклад об исполнении центрального и местных бюджетов за 2009 г. и проекте центрального и местных бюджетов на 2010 г. Режим доступа: «Жэньминь жибао» он—лайн <http://russian.people.com.cn/>
8. Доклад об исполнении центрального и местных бюджетов за 2010 г. и проек-

те центрального и местных бюджетов на 2011 г. Режим доступа: «Жэньминь жибао» он—лайн

9. Полховская Т. Ю. Государственное регулирование системы финансирования недвижимости: опыт Китая // *Финансовые исследования*, 2011, 2
10. Статистический ежегодник КНР 2010
11. Anderlini J. Housing subsidies at heart of Beijing's «new deal» // FT, 31 мая 2011
12. Годовой отчет Промышленного и коммерческого банка Китая 2007-2010 гг. Режим доступа: <http://www.icbc.com.cn/>
13. Годовой отчет Строительного банка Китая 2007-2010 гг. Режим доступа: <http://www.ccb.com/>
14. Годовой отчет Банка Китая 2007-2010 гг. Режим доступа: <http://www.boc.cn/>
15. Годовой отчет Сельскохозяйственного банка Китая 2007-2010 гг. Режим доступа: <http://www.abchina.com/>
16. Годовой отчет Банка коммуникаций Китая 2007-2010. Режим доступа: <http://www.bankcomm.com/>

Bibliographic list

1. Wen Jiabao: are determined to keep prices reasonable price. <http://russian.people.com.cn/31521/7319031.html>
2. Anderlini J. Fate of China property is global concern // FT, 31 May 2011
3. China's parliament endorses government work report 2011. <http://russian.people.com.cn/31521/7320607.html>
4. Report on the Implementation of the 2010 Plan for National Economic and Social Development and on the Draft 2011 Plan for National Economic and Social Development. <http://www.china-embassy.org>
5. «Вестник McKinsey» 22 (2011) Jonathan Woetzel, Lenny Mendonca

6. China's parliament endorses 2009 budgets <http://www.gov.cn>
7. China's parliament endorses 2010 budgets <http://www.gov.cn>
8. China's parliament endorses 2011 budgets <http://www.gov.cn>
9. Polkhovskaya T.Y. State regulation of real estate finance : the experience of China , « Financial Research »,2011, №2
10. China Statistical Yearbook 2010.
11. Anderlini J. Housing subsidies at heart of Beijing's «new deal» // FT, 31May 2011
12. Annual Report 2007-2010 Industrial and Commercial Bank of China Limited. <http://www.icbc.com.cn/> .
13. Annual Report 2007-2010 China Construction Bank. <http://www.ccb.com/>
14. Annual Report 2007-2010 Bank of China Limited. <http://www.boc.cn/> .
15. Annual Report 2007-2010 Agricultural Bank of China. <http://www.abchina.com/> .
16. Annual Report 2007-2010 Bank of communications. <http://www.bankcomm.com/>

Н.Д. Родионова

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОБЛЕМНЫХ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

Аннотация

В статье рассматриваются перспективные модели инновационной модернизации экономики в целях реализации конкурентных преимуществ региона, перехода в инновационной политике на модель «зеленой экономики» для обеспечения устойчивого развития региона и расширения возможностей интеграции экономики региона в общемировое хозяйство.

Annotation

The article deals with perspective models of innovative modernization of economy aiming at competition advantages of the region as well as the transferring to a “green economy” model to provide a sustainable development of the region and to expand the region economy's integration opportunities into the world economy.

Ключевые слова

Экологизация экономики, региональная экономика, инновационный путь развития экономики, модель инновационной модернизации экономики, «зеленая» экономики

Keywords

Economy ecologization, regional economy, innovative way of economic development, model of innovative economic modernization, green economy.

В настоящее время значительная часть субъектов Российской Федерации может быть отнесена к категории так называемых «проблемных» регионов, в которых ограничения темпов роста связаны не с недостаточным производственным и природно-ресурсным потенциалом, а с их неэффективным использованием. Так, Ростовская область имеет колоссальные

конкурентные преимущества перед другими субъектами, создающие благоприятные условия для привлечения инвестиций: выгодное географическое положение; важнейшее геополитическое значение для России; развитая транспортная инфраструктура; высокий природно-ресурсный и промышленный потенциал; богатая сырьевая база для перерабаты-

вающей промышленности; наличие высококвалифицированной и активной рабочей силы; высокий потребительский спрос. Несмотря на это, в общем зачете РФ по основным макроэкономическим показателям Ростовская область не входит даже в 30 лучших субъектов [6], а бюджет региона вот уже на протяжении ряда лет остается дотационным (1/3 бюджета субъекта составляют выплаты из федерального бюджета).

Основной причиной такой ситуации видится сложившаяся неэффективная, с точки зрения затратности ресурсов, модель экономики, приводящая к диспропорциям в структуре региональной экономики, обусловленным чрезмерной избыточностью потребления энергоресурсов, слабой развитостью перерабатывающих высокотехнологичных отраслей промышленности, низкой долей ресурсосберегающих и экологически чистых технологий, недостаточно развитым инновационным сектором, ограничивающим производство и использование инновационных разработок в практике хозяйствующих субъектов.

Выход из разряда дотационного субъекта возможен только в случае обеспечения достаточно высоких темпов роста, обеспечивающих увеличение налогооблагаемой базы и собственные доходы регионального бюджета. На современном этапе развития региона выходом из сложившейся ситуации является переход на инновационный путь развития, однако существенным моментом при этом должен стать учет экологических факторов при реализации инновационных стратегий. Современные общемировые тенденции и реалии модернизации экономик и их инновационного развития таковы, что приоритетами в обязательном порядке становятся требования по снижению негативного воздействия на окружающую среду при соблюдении требований экономической эффективности.

Несмотря на сложность положения, predetermined кризисом, для государства и регионов сейчас создается уникальная ситуация, когда можно предотвратить сползание экономики к сырьевому типу и заложить основы инновационной экономики. Экологизация экономики, развитие «экологически чистого» производства и инноваций должны поддерживаться всем спектром экономических инструментов [7].

Современная ситуация в экономике предоставляет уникальное «окно возможностей» для проведения путем использования инструментов экологической политики реструктуризации экономики, перехода от ресурсной модели развития к преимущественно инновационному развитию. Экологическая политика может быть активно использована в качестве преодоления кризисных тенденций в экономике [8].

Таким образом, обеспечение инновационного пути экономики проблемных российских регионов (и Ростовской области, в частности) возможно путем ее модернизации на основе современных эффективных технологий, учитывающих природоохранные факторы.

Перспективной моделью инновационной модернизации экономики Ростовской области и аналогичных проблемных регионов в условиях усиления глобализационных тенденций и необходимости осуществления регионами активной «прорывной» инновационной политики с целью интеграцию в систему мирохозяйственных связей является модель «зеленой экономики», развивающаяся в странах Европейского Союза и ряде других развитых государств.

Зелёная экономика (англ. «Green economics», «Ecological economics») – направление в экономической науке, сформировавшееся в последние два десятилетия, где считается, что экономика – зависимый компонент [природной среды](#), в пределах которой она существует

и является ее частью. Теория зеленой экономики базируется на трех аксиомах:[9]

- невозможно бесконечно расширять сферу влияния в ограниченном пространстве;
- невозможно требовать удовлетворения бесконечно растущих потребностей в условиях ограниченности ресурсов;
- все процессы (как экономические, так и социальные, экологические) на планете Земля являются взаимосвязанными.

В более узком понимании «зеленая» экономика трактуется как «отрасли, которые создают и увеличивают природный капитал земли или уменьшают экологические угрозы и риски (UNEP)» [9]. «Если традиционная экономика совмещает труд, технологии и ресурсы, чтобы производить товары конечного пользования и отходы, то зеленая экономика должна возвращать отходы обратно в производственный цикл, нанося минимальный вред природе» [9].

В современной зарубежной бизнес-среде понятие зеленой экономики находится на пике внимания. Финансовые фонды, венчурные капиталисты, правительства передовых стран, бизнесмены и потребители уже сейчас строят зеленую экономику. Инвестиции в энергоэффективные технологии и природную инфраструктуру приносят адекватную отдачу. Так, Всемирный экономический форум 2009 г. взял новый глобальный курс на зеленую экономику как единственный путь развития, и на реализацию программы выделено \$750 млрд. (1% от мирового ВВП).

Большую роль в продвижении концепции «зеленой экономики» в жизнь внесла Экономическая и Социальная комиссии ООН для Азии и Тихого океана (ЭСКАТО), членами которой из стран постсоветского пространства являются: Армения, Азербайджан, Гру-

зия, Казахстан, Кыргызстан, Россия, Таджикистан, Узбекистан и Туркменистан. По инициативе ЭСКАТО в 2005 г. была принята стратегия «зеленого» роста, которая первоначально включала четыре приоритетных направления: рациональные модели потребления и производства; «озеленение» предприятий и рынков; устойчивую инфраструктуру и «зеленую» налоговую и бюджетную реформу. Впоследствии были добавлены еще два направления – инвестирование в природный капитал и показатели экологической эффективности [3].

Республика Корея была первой страной, которая объявила реализацию концепции «зеленого» роста в качестве национальной стратегии. Основное внимание в рамках этой стратегии уделяется трем элементам: промышленности, энергетике и инвестициям. Стратегия нацелена на сохранение масштабов производительной экономической деятельности при минимальном использовании энергоресурсов и иных ресурсов; сведение к минимуму давления на окружающую среду всех используемых видов энергии и ресурсов и принятие мер для превращения инвестиций в природоохранную деятельность и движущую силу экономического роста. Многие страны используют различные инструменты «зеленой экономики» в своей национальной политике и стратегиях развития. Программа развития ООН по окружающей среде (ЮНЕП) в 2008 г. выступила с инициативой по «зеленой экономике», целью которой является использование исторической возможности в настоящее время сформировать экономику завтрашнего дня [3].

Если сравнивать модель «зеленой экономики» с другими моделями производства новаций и знаний, то можно выделить следующий ряд ее сравнительных характеристик (табл. 1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика моделей производства знаний в национальных инновационных системах

(Авторская разработка)

Модель 1 (индустриальная экономика)	Модель 2 (экономика знаний)	Модель 3 («зеленая» экономика)
Формирование планов в академической среде	Формирование планов в более широком контексте	Формирование планов с учетом требований экономии ресурсов и снижения загрязнения
Решение проблем в академическом секторе	Производство знаний в контексте их дальнейшего приложения	Производство знаний в контексте последствий их воздействия на окружающую среду
Иерархичность организационных структур	Горизонтальность, гибкость организационных структур	Объединение различных структур (частных, государственных, общественных, образовательных)
Основа системы – постоянно действующие институты	Основа системы – временные сети	Сочетание временных и постоянно действующих институтов
Производство знаний в специальных институтах	Производство знаний в разных секторах экономики	Объединение межсекторальных усилий для поиска компромиссных «зеленых» решений при производстве знаний
Низкий уровень ответственности производителей знания	Высокий уровень ответственности и рефлексии	Учет последствий использования нового знания на всех этапах жизненного цикла продукта, включая демонтаж и утилизацию как для непосредственного потребителя, так и для окружающей среды и общества
Включение в систему экспертного наблюдения только представителей академического сообщества	Включение в систему экспертного наблюдения разнообразных клиентов	Включение в систему экспертного наблюдения и принятия экологически значимых решений общественных организаций и населения (открытость и прозрачность принимаемых решений)

Как видно из табл. 1, модель «зеленой экономики» строится на трех основных принципах: на оценке и выдвигании на первый план природных услуг на национальном и международном уровне; обеспечении занятости населения за счет создания «зеленых» рабочих мест и разработки соответствующей политики; использовании рыночных механизмов для достижения устойчивого развития.

Модель «зеленой экономики» является, безусловно, инновационной моделью развития, поскольку без постоянной генерации новых знаний невозможно совершенствовать технологии снижения антропогенного негативного воздействия на окружающую среду, а достижение оптимальных значений показателей этого воздействия (в рамках экологической емкости биосферы) яв-

ляется все еще невозможным на современном этапе развития человеческой цивилизации и может рассматриваться лишь как идеальная модель взаимодействия общества и природы.

Ее основное отличие от других моделей состоит в том, что при всей важности перспективной инновационной политики приоритетом современного этапа развития общества является «обеспечение реализации политики, определяющей наше отношение к природным ресурсам, на которых и строится экономика уже сегодня. Приоритет экономической политики по широкому использованию природных ресурсов должен учитывать приоритет экологической политики по повышению их ценности. ... Практика развития рыночной экономики и последние кризисные явления как в России, так и в мире показав-

ла, что обеспечение реализации этих приоритетов является едва ли не главной задачей государства и гражданского общества» [4].

Некоторые исследователи считают, что именно "зеленая экономика" станет движущей силой экономического развития 21-го столетия. «Зеленые» рабочие места создаются все более быстрыми темпами. В общей сложности, ныне в мире насчитывается 2.3 млн. таких рабочих мест, в том числе ветряная энергетика обеспечивает работой около 300 тыс. человек, солнечная - 600 тыс., индустрия производства биотоплива - более 1 млн. Кроме того, постепенно "зеленеют" и иные профессии. К примеру, набирает популярность "зеленое" строительство более экономичных в плане потребления энергии зданий. По данным Worldwatch Institute, "зеленая" модернизация 200 тыс. квартир позволила создать 25 тыс. новых рабочих мест и сохранить 116 тыс. старых. 250 тыс. работников автоиндустрии ныне выпускают экономичные автомобили - всего в этом секторе экономики занято около 8 млн. человек. Примерно 40% мировой стали и около 25% алюминия производятся путем переработки отходов, что позволяет обеспечить работой около 250 тыс. человек [3].

По мнению ведущих российских и зарубежных специалистов, обеспечение экономического роста в российских регионах сегодня связано с увеличением загрязнения и деградации среды, нарушением баланса биосферы, изменением климата. Это ведет к ухудшению здоровья человека и ограничивает возможности дальнейшего развития. Однако сегодня в России эти проблемы не стоят на повестке дня и не осознаются первостепенными. В качестве приоритета национальной экологической политики России определено повышение ценности природных ресурсов и всего природного богатства. Его недооценка – причина затруднений в обеспечении ус-

тойчивого развития, а низкая оценка природного богатства ведет к переэксплуатации природных ресурсов. По мнению С.Н. Бобылева, профессора МГУ, соблюдение принципов устойчивого развития («зеленой экономики») – путь выхода из современного кризиса и обеспечения дальнейшего бескризисного развития. В то же время, пока весь мир пытается выходить из кризиса с «зеленой экономикой», Россия делает ставку на высокоуглеродную экономику, что делает развитие антиустойчивым [4].

В основе зеленой экономики – чистые, или «зеленые», технологии («cleantech» или greentech), новые технологии, или бизнес-модели, предлагающие инвесторам и покупателям конкурентоспособный доход одновременно с обеспечением решений глобальных проблем. Чистые технологии работают с причиной экологических проблем, используя инновационные подходы, кардинально меняя продукты, технологии и потребительское поведение. Чистые технологии стимулируются покупательскими предпочтениями, поэтому успешны на рынках и имеют хорошие финансовые результаты. Рынок чистых технологий представлен широким спектром товаров, услуг, процессов, которые обеспечивают высокую производительность при снижении издержек, одновременно заметно снижая или исключая негативное воздействие на окружающую среду, более эффективное и ответственное использование природных ресурсов.

В условиях повышения роли регионов в активизации процессов интеграции России в систему мирохозяйственных связей возможны эффективные региональные инициативы перехода к «зеленой» модели инновационного развития, обеспечивающего двойственный эффект от модернизации экономики (экономический и экологический) и общее улучшение качества жизни населе-

ния, включая его экологические параметры.

Для перехода к «зеленой экономике» предлагается широкий спектр инструментов [3]:

- соответствующее принципам устойчивого развития ценообразование, включая отказ от неэффективных субсидий, оценку природных ресурсов в денежном выражении и введение налогов на то, что вредит окружающей среде;
- политика государственных закупок, которая поощряет производство экологичной продукции и использование соответствующих принципам устойчивого развития методов производства;
- реформирование систем «экологического» налогообложения, предполагающего смещение акцента с налога на рабочую силу на налоги на загрязнение;
- рост государственных инвестиций в соответствующую принципам устойчивого развития инфраструктуру (включая общественный транспорт, возобновляемые источники энергии, строительство энергоэффективных зданий) и природный капитал для восстановления, поддержания и, где это возможно, увеличения объема природного капитала;
- целевая государственная поддержка исследований и разработок, связанных с созданием экологически чистых технологий;
- социальные стратегии, призванные обеспечить согласование между целями в социальной области и существующими или предлагаемыми экономическими стратегиями.

Применительно к Ростовской области можно выделить целый ряд приоритетных направлений, обеспечивающих переход экономики региона на зеленую инновационную модель развития.

Помимо масштабных работ по модернизации и повышению энергоэффективности экономики региона, следует выделить такое направление, как аграрный сектор, имеющий значительный потенциал, который в настоящее время используется неэффективно. Имея аграрно-промышленную специализацию, со значительной долей земель сельскохозяйственного назначения в общей площади территории региона, Ростовская область характеризуется чрезмерными диспропорциями в соотношении городского и сельского населения: только четверть населения региона проживает в сельской местности, остальная часть сконцентрирована в основных центрах агломерации. Наблюдается деградация земельных ресурсов вследствие нерациональных технологий землепользования (водная и ветровая эрозия, подтопление, засоление, осолонцевание, дегумификация). Данные мониторинга земель показывают, что, несмотря на созданный в предыдущие годы комплекс мероприятий, направленных на защиту земель от деградации и сохранение плодородия почв, почво-разрушающие процессы на территории области продолжают расширяться и прогрессировать [2].

Развитие сельского хозяйства ограничивается высоким уровнем монополизации рынков сельскохозяйственной продукции. Стимулирование региональными органами власти внедрения инновационных технологий рационального землепользования и переработки сельскохозяйственного сырья для малых фермерских хозяйств могло бы способствовать повышению урожайности сельскохозяйственных земель, развитию сельских территорий и привлечению в них населения, развитию сельского хозяйства и АПК региона, повышению обеспеченности населения региона качественными местными продуктами питания, увеличению прибыли

региона за счет повышения эффективности всего аграрного сектора.

Вторым перспективным направлением инновационного развития «зеленой экономики» Ростовской области является рационализация водопользования, требующая модернизации наиболее «грязных» производств с учетом минимизации их негативного воздействия на водные объекты региона, в первую очередь, водного бассейна реки Дон. Такая модернизация должна быть осуществлена за счет внедрения в первую очередь технологий, замкнутыми циклами использования воды в производственных процессах, что позволяет в будущем уйти от затрат на ее очистку «на выходе трубы». Это позволит также снизить затраты на очистку поступающей на заборе воды, которые вынуждены нести некоторые донские предприятия в силу ее несоответствующего качества в естественных водоемах. Улучшение качества воды в естественных источниках приведет к оздоровлению всей экосистемы региона и позволит более эффективно развивать такие отрасли, как: экотуризм, охота, спортивное и любительское рыболовство. Перспективным направлением является также развитие альтернативных источников энергии, для которого необходимо проведение дополнительных работ по исследованию потенциала региона, а также ряд других направлений.

Используя в качестве основных приоритетов принципы модели «зеленой экономики», Ростовская область имеет необходимые условия, чтобы сформировать целый комплекс конкурентных преимуществ, обеспечивающих ее интеграцию в общемировое хозяйство. Кроме того, реализация подобных проектов может быть поддержана рядом международных организаций, выделяющих в настоящее время значительные средства на достижение целей устойчивого развития, модернизацию и энергоэффективность. Несмотря на то

что практическая реализация перехода к «зеленой» модели инновационного развития связана со значительными вливаниями, на уровне региона вложенные инвестиции довольно быстро начнут давать результат. В этой связи целесообразно в качестве вывода привести высказывание одного из сотрудников «Deutsche Bank» Шахдеева П.: «Вскоре инвестиции польются обратно в глобальную экономику – вопрос в том, будут ли они направлены в старые добывающие отрасли краткосрочной экономики вчерашнего дня или в новые зеленые отрасли экономики, которые займутся решением различных проблем, при этом создавая многие экономические возможности как для бедных, так и для богатых в равной степени»[3].

Библиографический список

- 1.«Зеленая экономика» – новый вектор устойчивого развития? // Информационно-аналитический бюллетень «Мосты», Вып. № 5, 2010. – Режим доступа: <http://trade.ecoaccord.org/bridges/0510/12.htm>.
- 2.Экологический Вестник Дона, 2006-2010 // Официальный сайт Комитета по охране окружающей среды и природных ресурсов администрации Ростовской области. – Режим доступа: <http://www.doncomeco.ru/ecology/archive/>.
- 3.Зеленая экономика // Дом солнца. – Режим доступа: <http://www.sunhome.ru/journal/114815>.
- 4.Материалы круглого стола «Устойчивое развитие и гражданское общество: приоритеты работы Института устойчивого развития» / Институт устойчивого развития, 2010.
- 5.Мидлер Е.А. Генерирование и трансфер инноваций в системе формирования новой экономики. – Ростов н/Д: Издательство СКНЦ ВШ ЮФУ АПСН, 2010.
- 6.Ефименко А.А. Реализация социально-экономической политики региона в условиях реформирования межбюджетных

отношений. Автореф. на соиск. канд .экон. наук. – Ростов-на-Дону, 2010.

7. Бобылев С.Н. Экология и экономика: приоритеты развития / Материалы круглого стола в Институте современного развития. – Режим доступа: www.riocenter.ru/ru/news/5325.

8. Юргенс И.Ю., Захаров В.М. Обращение к Президенту Российской Федерации. М.: Институт устойчивого развития / Институт современного развития, Комиссия по экологической политике и охране окружающей среды Общественной палаты РФ, 2009.

9. Википедия.- Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/ Зеленая экономика](http://ru.wikipedia.org/wiki/Зеленая_экономика).

10. <http://www.regreenlab.ru/ru/green-economic>.

Bibliographic list

1. Green economy – a new vector of stable development // Informational- analytical newsletter “Mosti”, Edition № 5, 2010 – Regime of access <http://trade.ecoaccord.org/bridges/0510/12/htm/>

2. Ecological Ntws of Don, 2006-2010// official site of the committee of environmental protection and natural resources of Rostov Region Administration.

<http://www.doncomeco.ru/ecology/archive/>

3. Green economy// Sun Home– <http://www.sunhome.ru/journal/114815>

4. The stable development and civil society: work priorities of the Institute of Sustainable Development, Institute of Sustainable Development, 2010.

5. Midler E.A. Generating and innovation transfer in the system of a new economy formation. Rostov-on-Don: NCSG HS SFU, 2010.

6. Efimenko A.A. Realisation of social and economic policy of a region in reforming of interbudgetary relations. Author’s abstract of Cand. Econ. Sci – Rostov – on – Don, 2010.

7. Bobiliov S. N. Ecology and economy: priorities of development / Round table in the Institute of Modern Development. www.riocentre.ru/ru/news/5325

8. Yurghens I.Y., Zakharov V.M. Appeal to the President of the Russian Federation. М.: Institute of Sustainable Development, Commission on ecological policy and environmental protection of Public chamber, RF, 2009.

9. <http://ru.wikipedia.org/eiki/> Green Economy

10. <http://regreenlab.ru/ru/green-economic>

О.В. Горшенева, Е.С.Жук

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

Аннотация

В статье авторами производится попытка применения инструментов стратегического маркетинга с целью формирования конкурентной маркетинговой стратегии региона в рамках использования концепции регионального маркетинга.

Annotation

the authors of the article is an attempt to use tools of strategic marketing with a view to establishing a competitive marketing strategy in the region through the use of the concept of regional marketing.

Ключевые слова

Маркетинг, региональный маркетинг, регион, стратегия, стратегический маркетинг.

Keywords

Marketing, regional marketing, region, strategy, strategic marketing.

В настоящее время страны и их отдельные регионы соответственно интегрируются в мировое хозяйство. Территории региона постепенно переходят в полноценного участника рынка, а также становятся объектом региональной экономики, политики государства.

Развитие рыночных отношений потребовало от производителей более глубокого изучения рынков сбыта, потребностей и запросов покупателей. Таким образом, вследствие этого возник маркетинг – вид деятельности и целая система территориальных и методологических знаний, позволяющих оптимально удовлетворить потребительский спрос посредством обмена [4, С. 37; 9, С. 29].

Территориальной организацией теоретической основы научно – практических исследований должен послужить широко используемый метод разработки и реализации целевых комплексных программ – «региональный маркетинг» [9]. В условиях детального изучения экономики именно регионального уровня возникает необходимость применения качественно новых методов управления регионом. Одним из ключевых направлений, особенно важных в период целенаправленной структурной перестройки экономики, является широкое использование маркетинга на региональном уровне. Развитие концепции маркетинга и необходимость новых (маркетинговых) рычагов (механизмов) управления регионом в рыночных условиях позволили обосновать и выделить из многообразия форм - региональный маркетинг.

Являясь инструментом регулирования рыночных отношений и отражая особенности региона, региональный

маркетинг призван реализовывать общую идею эффективности функционирования экономики на региональном уровне.

Актуальность исследования регионального маркетинга усиливается важностью создания условий для обратной связи от сегментов населения региона, субъектов микроуровня и макроуровня с целью согласования их интересов и потребностей, в том числе и в квалифицированной информации по проблемам регионального развития [9; 2, С. 18].

Региональный маркетинг представляет собой этап разработки и реализации долгосрочной концепции комплексного развития хозяйства и социальной сферы территории через ориентацию на потребности клиентов и целевые группы потребителей за счет лучшего использования имеющихся конкурентных преимуществ. На основе долгосрочной концепции комплексного развития хозяйства и социальной сферы разрабатывается маркетинговая стратегия развития.

Задачи регионального маркетинга сводятся к следующим [11, С. 236; 9]: эффективная политика по привлечению зарубежных и внутренних инвестиций; сохранение и наращивание интеллектуального потенциала за счет развития науки и образования; развитие финансовых институтов; расширение институтов социальной защиты населения.

Чтобы представить маркетинг региона как целостную систему, необходимо выделить сущностные основы маркетинга региона, субъекты, объекты, цели и т.д. Безусловно, многие элементы богатого арсенала традиционных элементов маркетинга, особенно не-

коммерческого и промышленного, могут с успехом применяться в региональном маркетинге.

Как концепция рыночного стратегического управления регионом маркетинг региона требует соблюдения следующих принципов[9; 2, С. 26]: целенаправленности (определение целей маркетинга региона); разработки стратегии региона на основе анализа рыночных возможностей; выявления сильных и слабых сторон региона, определения его конкурентоспособности: выбора целевых рынков и способа позиционирования; согласования интересов сторон (сложность маркетинга региона состоит в том, что регион выполняет разные функции - места жительства, места отдыха, места хозяйствования, части экосистемы страны и мира); разработки организационной структуры маркетинга региона; разработки тактики реализации и аудита маркетинга региона.

Субъект регионального маркетинга — региональные и муниципальные органы управления, которые выступают в роли «продавца» — «предпринимателя» или менеджера, представляющего интересы региона-корпорации.

В качестве целей (как непосредственных, так и вспомогательных) регионального маркетинга могут выступать[5, С. 168; 5]:

- повышение занятости, рост доходов населения и качества жизни, формирование благоприятной демографической структуры, социальный и культурный прогресс, сохранение природной среды и улучшение экологической обстановки;

- привлечение в регион новых предприятий и инвесторов из других регионов и стран;

- привлечение в регион новых потребителей для товаров и услуг региона;

- создание известности и положительного имиджа региона в стране и

за рубежом: внутренний маркетинг, направленный на создание корпоративной культуры региона, системы ценностей и самоидентификации территории, ее жителей и хозяйствующих субъектов, развитие социального капитала региона.

Субъекты маркетинга подразделяются на следующие целевые группы маркетингового воздействия[5, С. 234; 9]:

- отечественные и иностранные инвесторы;
- федеральные органы управления;
- целевые группы работников;
- целевые группы жителей;
- предприниматели;
- различные организации;
- отдельные группы потребителей, интересы которых отражают региональную специфику (туристические, образовательные, научные услуги).

В основе регионального маркетинга лежит системный подход к изучению состояния и тенденций развития территорий, с целью принятия оптимальных управляющих действий. Поэтому множественные цели, отдельные стратегии, групповые и личные интересы должны придерживаться единой философии «целевого менеджмента», суть которой состоит в объединении множества организаций и лиц на возможно более длительный период с целью обеспечения экономического процветания региона[5].

Опыт планирования регионального маркетинга свидетельствует о возможности и необходимости участия в процессе планирования маркетинга всех заинтересованных организаций и групп населения. Поэтому при разработке концепции и в процессе планирования регионального маркетинга следует обеспечить[9; 14, С. 17]: широкое участие целевых групп; координацию и управление деятельностью участников на этапе разработки региональных проектов.

Конкретным инструментом реализации концепции маркетинга в регионе выступает коммуникативная связь (общение) между администрацией, биз-

несом и гражданами. Ее задача состоит в формировании, распространении и поддержании имиджа среди представителей определенных целевых групп с целью превращения их из возможных в вероятных, а затем и в реальных клиентов. При этом важно добиваться [5, С. 211; 9]: единой общепринятой идентификации региона как арены жизни, работы, отдыха; непротиворечивого и целенаправленного содержания сообщений; однозначного оформления регионального маркетинга; коммуникационного подхода к целевым поведенческим группам.

Кроме вышеобозначенного, региональный маркетинг — это применение концепции социально-этичного и стратегического маркетинга [12, С.115], методологии и технологии маркетинга в деятельности региональных органов государственного управления, разновидность маркетинга некоммерческих организаций.

В рамках данной статьи авторы остановятся на исследовании направлений использования инструментов стратегического маркетинга в координатах регионального маркетинга.

Непосредственно понятие «стратегический маркетинг» стало использоваться в теории и практике маркетинга сравнительно недавно (в конце 80-х — начале 90-х годов 20-го столетия) и только по отношению к деятельности компании [9; 2, С. 30].

Впервые определение маркетинговой стратегии предложил М. Бейкер, который представил ее как силу, оказывающую определенное воздействие на бизнес при внедрении маркетинговой ориентации среди сотрудников фирмы — на образ мышления или философию организации [1, С.45].

Впоследствии сформировалось несколько точек зрения по отношению к пониманию сущности стратегического маркетинга. Одни ученые понимали маркетинговую стратегию, основываясь

на философском, широком подходе, вторые определяли это понятие узко, больше с функциональной точки зрения, ограничиваясь в большей степени пристальным вниманием к элементам маркетинга-микс, чем к общим проблемам потребителей и взаимоотношений в каналах распределения, третьи под стратегическим маркетингом понимали сам процесс разработки маркетинговой стратегии.

В то же время в рамках исследований по региональному маркетингу до сих пор не освещена проблема выработки механизма формирования стратегии региона на принципах стратегического маркетинга. С этой целью необходимо изначально определить сущность стратегического маркетинга и в дальнейшем представить алгоритм разработки маркетинговой стратегии региона. Для этого можно обратиться к работам ведущих в мире маркетологов Ф.Котлеру и Ж.Ж.Ламбену.

Ф.Котлер рассматривает маркетинг [7, С.227] как двухсторонний процесс, первоначальной стадией которого является стратегический маркетинг. По Котлеру суть стратегического маркетинга составляет формула «Сегментация — целеполагание — позиционирование».

Западный специалист Ламбен Ж.Ж. обозначил понятие стратегического маркетинга как, прежде всего, анализ потребностей физических лиц и организаций; он обнаруживает неудовлетворительные потребности и разрабатывает соответственно адаптированные товары [3]. По словам Ж.-Ж. Ламбена, стратегический маркетинг — это, прежде всего, аналитический процесс, определяющий эффективность операционного маркетинга, который характеризует деятельную сторону маркетинга и представляет собой активный процесс с краткосрочным горизонтом планирования.

Цель стратегического маркетинга — разработка действий, направленных на

формирование и обеспечение реализации региональной маркетинговой стратегии в намеченные сроки, привлечение внешних инвесторов, получение максимальной прибыли с единицы площади объекта, то есть комплекса мер воздействия на рынок и реагирования на складывающуюся на нем обстановку, выработанных на основе результатов, полученных по итогам проведения стратегического анализа внутренней и внешней среды объекта [6, С.9].

Следовательно, использование инструментов стратегического маркетинга в рамках регионального маркетинга позволит выработать стратегию развития региона, ориентированную на быстроизменяющуюся внешнюю среду с учетом показателей маркетинговой среды территории, таким образом, стратегический маркетинг как инструмент регионального маркетинга – это технология формирования конкурентной стратегии региона, позволяющая достичь его цели и обеспечить устойчивое развитие территории в долгосрочном периоде за счет удовлетворения потребностей субъектов внешнего и внутреннего рынков.

Как было сказано ранее, на сегодняшний момент в научно-практической литературе по маркетингу отсутствуют исследования, посвященные использованию технологии стратегического маркетинга в рамках региона. Вследствие чего для их определения нужно обратиться к разработанным алгоритмам формирования маркетинговой стратегии только на микроуровне.

Существует множество научных подходов отечественных и зарубежных ученых-маркетологов к формированию маркетинговой конкурентной стратегии объекта, которые отличаются порядком проведения этапов ее организации и инструментарием, используемым для ее построения.

Так, Кревенс Д. рассматривает разработку и реализацию маркетинго-

вой стратегии как непрерывный процесс, состоящий из этапов ситуационного анализа, разработки маркетинговой стратегии, разработки маркетинговой программы и реализации маркетинговой стратегии и управления ею [3].

Процесс формирования маркетинговой стратегии, по Хулеу Г., Сондерсу Дж., Пирси Н., рассматривается на трех главных уровнях: создании базовой стратегии, создании конкурентного позиционирования объекта и внедрении стратегии [19].

Общее направление разработки и реализации маркетинговой стратегии, представленной Уолкером О. [17], характеризуется следующими этапами: определением цели и стратегии объекта; определением цели и стратегии на уровне бизнес-единиц; анализом рыночных возможностей; разработкой стратегии для определенного состояния рынка; реализацией и контролем. Данный алгоритм разработки маркетинговой стратегии представлен также и в работе отечественных ученых Липсица И.В. [5] и Вигдорчика Е.А., различия можно проследить только лишь при рассмотрении используемого инструментария на каждом этапе формирования маркетинговой стратегии.

Еще один подход отечественных ученых к формированию маркетинговой стратегии рассмотрен в книге Лаптева А. [16], который ограничился лишь анализом рынка, деловой среды, сегментированием и позиционированием, а определение целей и стратегий маркетинга отнес на самый последний этап в разработке стратегии в области маркетинга.

Обобщающим фактором во всех рассмотренных подходах к формированию маркетинговой стратегии является, во-первых, анализ рынка, который у Кревенса Д., Лаптева А. и Липсица И. представлен как первый этап формирования стратегии маркетинга. Во-вторых, процесс сегментирования и позиционирования, который у всех авторов пока-

зан после проведения маркетинговых исследований, но наиболее полное рассмотрение этого этапа предложено Кревенсом Д. и Уолкером О.

Данные подходы имеют и свои отличия, которые состоят в следующем:

1. Анализ стратегии объекта, который проводится для согласования с маркетинговой стратегией, показан только в подходе Уолкера О. Данный этап представляется наиболее важным при разработки маркетинговой стратегии, поскольку без определения миссии региона и стратегий регионального роста невозможно перейти к следующему этапу – маркетинговому стратегическому анализу вследствие отсутствия основной цели и направления исследования.

Хулей Г. на начальном этапе разработки стратегии маркетинга предлагает проводить анализ развития объекта, который можно отнести к подэтапу первого этапа Уолкера О.

Лаптев А.А. также предлагает цели и стратегии в маркетинге, но относит это вообще к заключительному этапу формирования маркетинговой стратегии, что противоречит логике исследования.

Следовательно, первым этапом разработки маркетинговой стратегии организации является анализ стратегии региона.

2. Вторым этапом разработки маркетинговой стратегии является, во-первых, анализ рынка, включающий в себя изучение и анализ рыночной конъюнктуры, в рамках которого необходимо: определить границы и структуру рынка; оценить емкость рынка; проанализировать изменения рыночной среды; проанализировать макроэкономические факторы; исследовать спрос; исследовать предложение; исследовать конкурентную среду; исследовать цены; исследовать новые товары; провести оценку рыночных перспектив (прогнозирование развития рынка). Во-вторых,

исследование деятельности региона.

3. Существенная разница в подходах проявляется также на заключительных этапах формирования стратегии маркетинга: так, Липсиц И., Уолкер О., Хулей Г. предлагают выбор конкурентной стратегии с учетом степени развития рынка. Кревенс Д. же после выбора стратегии позиционирования рекомендует переходить к разработке оперативных стратегий.

Таким образом, исходя из приведенных различий и схожести алгоритмов разработки маркетинговой стратегии можно сформулировать основные этапы механизма формирования маркетинговой стратегии региона, к которым относятся следующие: анализ и постановка цели развития региона, анализ маркетинговой среды (оценка внутренней и внешней среды территориального образования, анализ конъюнктуры рынка), сегментирование с последующим выявлением ниши и определением позиции, выбор конкурентной маркетинговой стратегии региона, которая позволит повысить привлекательность территории для бизнеса за счет развития инфраструктуры, формирования и распространения положительного имиджа, разработки регионального комплекса маркетинга, реализации регионального комплекса маркетинга, осуществления корректирующих воздействий по каналам обратной связи.

Библиографический список

1. Бейкер М. Маркетинговая философия или функция. – СПб: Питер, 2001.
2. Конкурентные позиции региона и их экономическая оценка / под ред. Г.А. Унтуры. – Новосибирск: ИЭиОП СО РАН, 2010. – 212 с.
3. Кревенс Д. Стратегический маркетинг. – М: Издательский дом Вильямс, 2003.
4. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. СПб.: Наука, 1996
5. Липсиц И.В., Вигдорчик Е.А. Марке-

тинговые стратегии для российских компаний. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006.

6.Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы: пер. с англ. / Стокгольмская школа экономики в России / СПб., 2008.- 325 с.

7.Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. Marketing Insights from A to Z. Переплёт, 211 стр.

Из-во: Альпина Паблишер, 2011 г.

8.Моисеева Н.К., Коньшева М.В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учебное пособие / под ред. Н.К. Моисеевой – 2-ое изд., переработанное и дополненное. – М.: Финансы и статистика, 2005.

9.Нечаев Т.В. Что такое «стратегический маркетинг» // Экономический журнал ВШЭ. – 1998. - №2.

10.Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Инвестиционный климат Российской Федерации: <http://www.economy.gov.ru>

11.Официальный сайт о маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Региональный маркетинг (маркетинговые методы в региональной политике):

<http://www.bci-marketing.aha.ru/content/regionalnyi-marketing-marketingovye-metody-v-regionalnoi-politike>

12.Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

13.Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – 2-е изд., дополн. / А.П. Панкрухин. – СПб.: Питер, 2009. – 416 с. – (Серия: маркетинг для профессионалов).

14.Петрова Е.М. Стратегический маркетинг территории // Опыт и проблемы маркетинговой деятельности в эконо-

мике региона. Сборник материалов IV Региональной научно-практической конференции, посвященной 50-летию экономического факультета Ставропольского государственного аграрного университета. - 2011. - Часть 1. - 29-30 марта.

15.Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер; под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 2007. – 495 с.

16.Стратегический и операционный маркетинг / Под науч.ред. А.А. Лаптева. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2006

17.Уолкер О. Маркетинговая стратегия: курс МВА. – М.: Вершина, 2006. – с.57

18.Ускова Т.В. Территориальный маркетинг как инструмент социально-экономического развития региона / Т.В. Ускова, А.С. Барабанов // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2008. – № 42.

19.Хулей Г., Сондерс Дж., Пирси Н. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005.

Bibliographic list

1.Beyker M. Marketingovaya filosofiya ili funktsiya. . SPb: Piter, 2001.

2.Konkurentnye pozitsii regiona i ih ekonomicheskaya otsenka / pod red. G.A. Untury. . Novosibirsk: IEiOP SO RAN, 2010. 212 s.

3.Krevens D. Strategicheskiy marketing. . M: Izdatel'skiy dom Vil'yams, 2003.

4.Lamben Zh.Zh. Strategicheskiy marketing. SPb.: Nauka, 1996

5.Lipsits I.V., Vigdorchik E.A. Marketingovye strategii dlya rossiyskih kompaniy. M.: Izdatel'skiy dom GU VShE, 2006.

6.Marketing mest. Privlechenie investitsiy, predpriyatiy, zhiteley i turistov v goroda, kommuny, regiony i strany Evropy: per. s angl. / Stokgol'mskaya shkola ekonomiki v Rossii / SPb., 2008.- 325 s.

7. Marketing ot A do Ya: 80 kontseptsiy, kotorye dolzhen znat' kazhdyj menedzher. Marketing Insights from A to Z. Pereplet, 211 str. Iz-vo: Al'pina Pablisher, 2011 g.
8. Moiseeva N.K., Konysheva M.V. Upravlenie marketingom: teoriya, praktika, informatsionnye tehnologii: Uchebnoe posobie / pod red. N.K. Moiseevoy . 2-oe izd., pererabotannoe i dopolnennoe. . M.: Finansy i statistika, 2005.
9. Nechaev T.V. Chto takoe strategicheskiy marketing // Ekonomicheskiy zhurnal VShE. . 1998. - 2.
10. Ofitsial'nyj sayt Ministerstva ekonomicheskogo razvitiya RF [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: Investitsionnyj klimat Rossiyskoy Federatsii <http://v.vv.etsonomy.gov.ru>
11. Ofitsial'nyj sayt o Marketinge [Elektronnyj resurs]. . Rezhim dostupa: Regional'nyj marketing (marketingovyе metody v regional'noy politike): <http://v.vv.btsi-marketing.aha.ru/tsontent/regionalnyj-marketing-marketingovyе-metody-v-regionalnoi-politike>
12. Ofitsial'nyj sayt Federal'noy sluzhby gosudarstvennoy statistiki [Elektronnyj resurs]. . Rezhim dostupa: <http://v.vv.gks.ru>
13. Pankruhin A.P. Marketing territoriy. . 2-e izd., dopoln. / A.P. Pankruhin. . SPb.: Piter, 2009. . 416 s. . (Seriya: marketing dlya professionalov).
14. Petrova E.M. Strategicheskiy marketing territorii // Opyt i problemy marketingovoy deyatel'nosti v ekonomike regiona. Sbornik materialov IV Regional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyaschennoy 50-letiyu ekonomicheskogo fakul'teta Stavropol'skogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. - 2011. - Chast' 1. - 29-30 marta.
15. Porter M. Mezhdunarodnaya konkurentsia: per. s angl. / M. Porter; pod red. i s predisl. V.D. Schetinina. . M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 2007. . 495 s.
16. Strategicheskiy i operatsionnyj marketing / Pod nauch.red. A.A. Lapteva. . Petrozavodsk: PetrGU, 2006
17. Uolker O. Marketingovaya strategiya: kurs MBA. . M.: Vershina, 2006. . s.57
18. Uskova T.V. Territorial'nyj marketing kak instrument sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya regiona / T.V. Uskova, A.S. Barabanov // Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny v regione: fakty, tendentsii, prognoz. . 2008. . 42.
19. Huley G., Sonders Dzh., Pirsi N. Marketingovaya strategiya i konkurentnoe pozitsionirovanie. Dnepropetrovsk: Balans Biznes Buks, 2005.

Д.В. Капустин

**СОВОКУПНАЯ СТОИМОСТЬ ВЛАДЕНИЯ
ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЕМ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ
МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ:
ПОШАГОВАЯ ПРОЦЕДУРА УПОРЯДОЧЕНИЯ ЗАТРАТ**

Аннотация

Проведено пошаговое ранжирование основных затрат по степени их влияния на величину совокупной стоимости владения веб-приложением для оценки качества жизни населения муниципальных образований. Установлено, что наибольшую значимость для расчета совокупной стоимости владения рассматриваемым веб-приложением имеют затраты на обновление контента (Z10) и затраты на расширение услуг сайта (Z9). Далее по убыванию степени значимости идут поисковая оптимизация (Z11) и PR в Интернете (Z12).

Annotation

The rating of main costs in order of their influence on quantity of web application's ownership total cost, used to estimate population's quality of life in municipalities were incrementally (step-by-step) analyzed. It was established that costs for content updating (Z10) and costs for enhancement of site services (Z9) are the most important for the estimation of concerned web application's ownership total cost. Then search optimization (Z11) and Internet PR are in decreasing significance order.

Ключевые слова

Веб-приложение, совокупная стоимость владения, качество жизни населения, муниципальное образование, экспертное ранжирование затрат.

Key words

Web application, total cost of ownership, population's quality of life, municipalities, expert rating of costs.

Введение. Основное назначение веб-приложения для оценки качества жизни населения (КЖН) муниципальных образований (МО) - представление аналитической информации, позволяющей осуществлять достоверную и прозрачную оценку КЖН муниципальных образований с учетом наличия финансовых, трудовых, материально-технических ресурсов, и показателей экономической, политической демографической ситуации в регионе. Основная цель разработки приложения - автоматизация мониторинга основных индикаторов качества жизни населения муниципальных образований.

Известно, что для успешного функционирования в Интернете необходимы затраты ресурсов не только на создание информационной системы, но и на ежемесячную поддержку работоспособности системы. Принято считать, что прямые и косвенные расходы, потраченные за определенный период на поддержание веб-приложения в работоспособном состоянии, формируют совокупную стоимость владения (ССВ).

Однако выделение подмножества основных, определяющих затрат является достаточно сложной, нетривиальной задачей. Действительно, как отмечается в литературе, в состав затрат, влияющих на величину совокупной

стоимости владения программной системой, может быть включено более сотни видов. Но как определить, какие из этого множества видов затрат вносят основной вклад в результаты расчетов ССВ? Очевидно поэтому, что задача выделения из общей совокупности прямых и косвенных затрат достаточно ограниченного подмножества исключительно актуальна.

Реализация пошаговой процедуры и выделение подмножества основных затрат. Для оценки ССВ разработанным веб-приложением целесообразно выделить две группы затрат: разовые, к которым можно отнести затраты на разработку, и постоянные – затраты на поддержку системы в работоспособном состоянии.

Ключевую роль при определении ССВ веб-приложением играет система управления сайтом (CMS). Выбор CMS во многом определяет стоимость разработки и сопровождения сайта.

При разработке веб-приложений используются различные инструментальные средства:

- коммерческий отчуждаемый программный продукт (коробочное или промышленное ПО);
- свободный (бесплатный) продукт, развиваемый сообществом разработчиков (Open Source);

- внутренняя разработка веб-студии;

- CMS не используется.

Постоянные затраты при эксплуатации сайта будут минимальны при выборе первого варианта и максимальны при выборе двух последних.

Учитывая специфику архитектуры веб-приложения для оценки КЖН МО и ориентируясь на собственный опыт разработки сайтов можно сформировать общий перечень затрат, которые должны быть включены в расчет ССВ рассматриваемым программным продуктом. Отличительной особенностью сформированного перечня является включение в него затрат, специфичных для функционирования информационных систем в Интернете. Так, к категории постоянных затрат отнесены затраты на услуги по размещению сайта в Интернете (хостинг, доменное имя), затраты на размещение рекламы, поисковую оптимизацию.

Классификация затрат, включаемых в ССВ веб-приложением для оценки КЖН МО, представлена на рисунке 1.

Для построения упорядоченной совокупности наиболее значимых составляющих ССВ используются экспертные процедуры пошагового ранжирования объектов [1]. Эффективность предложенного в [2, 3] способа пошагового упорядочения множества объектов обусловлена существенным повышением точности результатов экспертизы за счет элиминирования влияния мнения недостаточно компетентных экспертов и за счет наличия обратной связи, осуществляемой путем ознакомления всех экспертов с результатами упорядочения объектов на предыдущем шаге, в том числе с объяснениями, представленными в защиту сильно отличающихся ответов.

В таблице 1 представлен перечень затрат, которые могут быть включены в расчет ССВ веб-приложением.

Таблица 1. Перечень затрат, включаемых в ССВ веб-приложением

Обозначение категории затрат	Описание
Z1	Разработка концепции, интерфейсов
Z2	Техническое задание
Z3	Покупка оборудования, программного обеспечения
Z4	Оформление, верстка
Z5	Программирование
Z6	Информационное наполнение
Z7	Тестирование
Z8	Хостинг
Z9	Расширение услуг
Z10	Обновление контента
Z11	Поисковая оптимизация
Z12	PR в Интернете
Z13	Разработка рекламных материалов
Z14	Размещение рекламы
Z15	Потери (реальные или возможные) от сбоев в работе
Z16	Обучение персонала

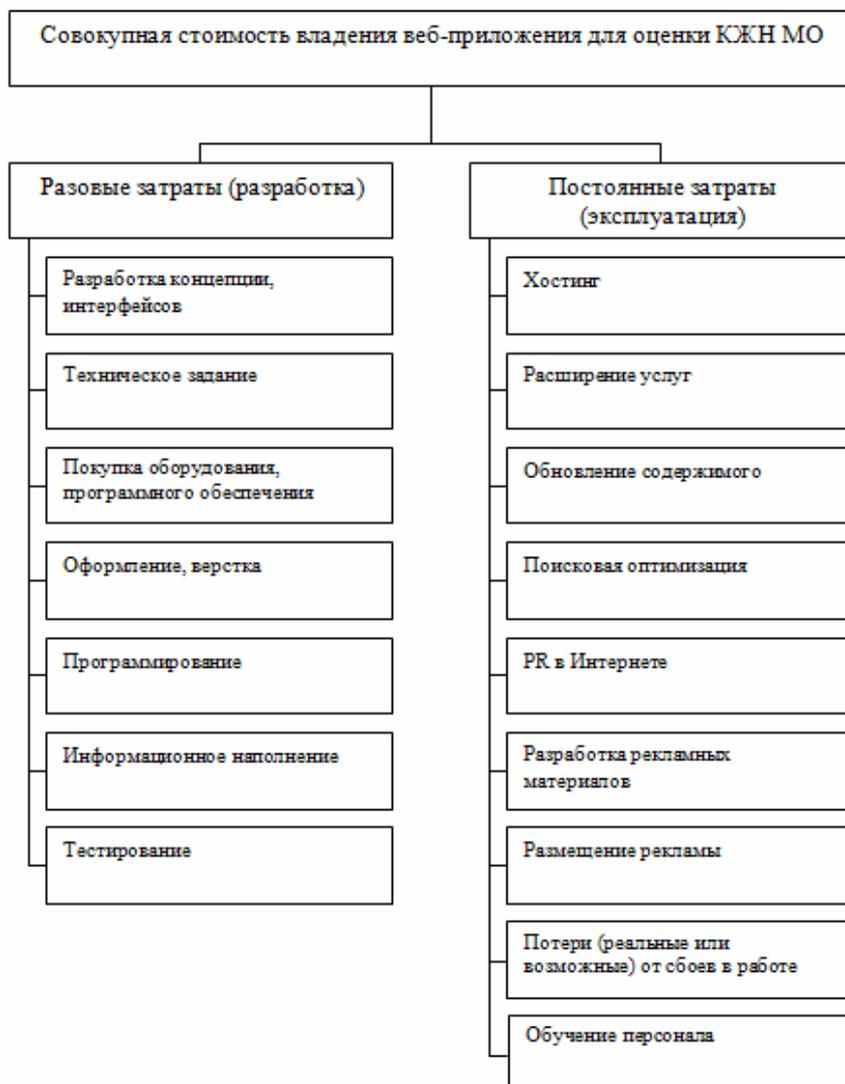


Рис.1. Классификация затрат, включаемых в расчет совокупной стоимости владения веб-приложением для оценки КЖН МО

Для участия в экспертизе по упорядочению представленных в таблице 1 затрат по степени их влияния на величину ССВ веб-приложением приглашены:

а) специалисты в области информационных технологий, занимающиеся разработкой и сопровождением информационных систем;

б) руководители и работники планово-экономических служб РГЭУ «РИНХ»;

в) ведущие специалисты, работающие в других областях знаний.

На рисунке 2 представлены результаты реализации четырёх шагов экспертизы. На каждом шаге экспертизы осуществлялось ознакомление экспертов с медианой и средним значением (по Кемени) и с объяснениями, представленными в защиту сильно отличающихся ответов. Одновременно на каждом очередном шаге эксперты при желании могли изменить свои предыдущие ответы.

Эксперт	Ранжирование эксперта			
	Шаг 1	Шаг 2	Шаг 3	Шаг 4
$A^{(1)}$	Z9, Z10, Z11-Z15, Z12, Z14, Z16, Z5, Z13, Z3, Z4, Z7, Z2-Z8, Z1, Z6	Z11-Z9, Z10-Z15, Z5, Z14, Z2-Z8, Z16-Z12, Z13, Z3, Z4, Z6-Z7, Z1	Z10-Z9, Z11-Z15, Z5, Z14, Z16-Z12, Z13, Z3, Z4, Z6-Z7, Z2-Z8, Z1	Z9, Z10, Z11-Z15, Z12, Z14, Z16, Z5, Z13, Z3, Z4, Z6-Z7, Z2-Z8, Z1
$A^{(2)}$	Z10-Z9, Z12, Z11-Z15, Z14, Z4, Z16-Z5-Z13, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7	Z9-Z11, Z12, Z15-Z5, Z10, Z13, Z16, Z14, Z3, Z1, Z7-Z6, Z2-Z8, Z4	Z10-Z9, Z12, Z11-Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4	Z9, Z11, Z12, Z10, Z15, Z14, Z16-Z5-Z13, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4
$A^{(3)}$	Z11, Z10, Z9, Z2-Z8, Z12, Z5-Z16-Z13, Z7, Z15-Z14, Z3-Z1, Z6, Z4	Z9, Z11, Z12, Z5-Z16-Z13, Z7-Z10, Z15-Z14, Z3-Z1, Z2-Z8, Z6, Z4	Z7-Z10, Z9, Z11, Z12, Z5-Z16-Z13, Z15-Z14, Z3-Z1, Z2-Z8, Z6, Z4	Z10, Z9, Z11, Z12, Z5-Z16-Z13, Z7, Z15-Z14, Z3-Z1, Z6, Z2-Z8, Z4
$A^{(4)}$	Z9, Z11, Z10, Z12, Z15-Z7, Z14, Z13-Z5-Z16, Z2-Z8, Z4, Z3-Z6, Z1	Z9, Z15-Z14, Z12, Z11, Z10, Z5, Z13-Z16, Z2, Z8, Z1, Z4, Z3-Z6-Z7	Z9, Z10, Z15-Z14, Z12, Z11, Z5, Z13-Z16, Z2, Z8, Z1, Z4, Z3-Z6-Z7	Z9, Z10, Z14, Z12, Z11, Z15, Z5, Z13-Z16, Z7, Z2-Z8, Z1, Z4, Z3-Z6
$A^{(5)}$	Z9, Z10, Z14, Z2-Z8, Z12, Z7, Z11, Z15, Z5, Z13-Z16, Z1-Z4-Z3, Z6	Z9, Z12, Z14, Z11, Z10, Z15, Z5-Z13-Z16, Z2-Z8, Z1-Z4-Z3, Z6-Z7	Z9, Z10, Z15, Z12, Z14, Z11, Z5-Z13-Z16, Z2-Z8, Z1-Z4-Z3, Z6-Z7	Z9, Z10, Z14, Z12, Z11, Z15, Z5, Z13-Z16, Z2-Z8, Z1-Z4-Z3, Z7, Z6
$A^{(6)}$	Z9, Z12, Z11, Z14, Z15-Z16, Z2-Z8, Z10, Z13, Z3, Z4, Z5, Z6-Z7, Z1	Z11-Z9, Z12, Z10, Z15-Z16, Z5, Z13-Z14, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4	Z10-Z9, Z12, Z11, Z15-Z16, Z5, Z13-Z14, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4	Z10-Z9, Z12, Z11, Z14, Z15-Z16, Z2-Z8, Z5, Z13, Z3, Z4, Z6-Z7, Z1
$A^{(7)}$	Z9, Z10, Z11, Z12, Z8, Z15-Z5, Z14, Z16, Z7, Z3, Z2, Z4, Z13, Z1, Z6	Z11-Z9, Z15-Z5, Z13, Z10, Z16-Z12, Z14, Z3, Z1, Z6-Z7, Z2-Z8, Z4	Z10-Z9, Z11, Z15-Z5, Z13, Z16-Z12, Z14, Z3, Z1, Z6-Z7, Z2-Z8, Z4	Z9, Z10, Z11, Z12, Z15-Z5, Z14, Z16, Z7, Z3, Z2, Z4, Z13, Z8, Z1, Z6
$A^{(8)}$	Z9, Z11, Z10, Z12, Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z4, Z3-Z1, Z6-Z7	Z11-Z9, Z12, Z10-Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z3-Z4, Z6-Z7, Z1	Z11-Z9, Z12, Z10-Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z3-Z1, Z6-Z7, Z4	Z9, Z11, Z12, Z10, Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z3-Z1, Z6-Z7, Z4
$A^{(9)}$	Z9, Z12-Z11, Z10, Z5, Z13-Z14, Z15-Z16, Z2-Z8, Z3, Z4, Z6-Z7, Z1	Z9, Z12-Z11, Z15-Z16, Z5, Z13-Z14, Z2-Z8, Z10, Z3, Z4, Z6-Z7, Z1	Z10-Z9, Z12-Z11, Z15-Z16, Z5, Z13-Z14, Z2-Z8, Z3, Z4, Z6-Z7, Z1	Z10-Z9, Z12-Z11, Z5, Z13-Z14, Z15-Z16, Z2-Z8, Z3, Z4, Z6-Z7, Z1
$A^{(10)}$	Z12, Z11, Z9, Z10, Z7, Z5-Z16-Z13, Z15-Z14, Z4, Z3, Z2-Z8, Z6, Z1	Z12, Z11, Z9, Z5-Z16-Z13, Z7-Z10, Z15-Z14, Z3-Z1, Z2-Z8, Z6, Z4	Z7-Z10, Z12, Z11, Z9, Z5-Z16-Z13, Z15-Z14, Z3-Z1, Z2-Z8, Z6, Z4	Z10, Z12, Z11, Z9, Z7, Z5-Z16-Z13, Z15-Z14, Z3-Z1, Z2-Z8, Z6, Z4

Рис.2. Результаты ранжирования затрат после четырёх шагов экспертизы

Запись $Z_i - Z_j$ означает, что эксперт не видит различий между объектами Z_i и Z_j , то есть рассматривает эти объекты как одинаково предпочтительные по критерию значимости.

Каждое экспертное ранжирование $A^{(g)} = \|a_{ij}^{(g)}\|$ представлялось в виде матрицы упорядочения в канонической форме.

Элемент $a_{ij}^{(g)} (i, j = \overline{1, m}, g = \overline{1, n}, m = 16, n = 10)$ матрицы упорядочения эксперта $A^{(g)}$ (где m, n, g - число ранжируемых затрат, число экспертов и номер эксперта) определялся следующим образом:

$$a_{ij}^{(g)} = \begin{cases} 1, & \text{если } i \text{ предпочтительнее } j, \\ -1, & \text{если } j \text{ предпочтительнее } i, \\ 0, & \text{если } i \text{ и } j \text{ равноценны.} \end{cases}$$

В результате были получены матрицы упорядочения в канонической форме $A^{(g^k)}$ (здесь k - порядковый

номер шага экспертизы). Например, в таблице 2 приведена матрица для 1-го эксперта на 1-м шаге.

Таблица 2. Матрица 1-го эксперта на 1-м шаге

$A^{(1)}_1 =$	0	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
	1	0	-1	-1	-1	1	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
	1	1	0	1	-1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
	1	1	-1	0	-1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
	1	1	1	1	0	1	1	1	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1
	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
	1	1	-1	-1	-1	1	0	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
	1	0	-1	-1	-1	1	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	0	1	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	0	1	1	1	0	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	0	1	1	-1	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	1	0	-1	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	0	1	1	1	0	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	0

На каждом k -ом шаге экспертизы расстояние $r(A^{(g^1)} A^{(g^2)})$ между ранжированиями $A^{(g^1)} = \|a_{ij}^{(g^1)}\|$ и $A^{(g^2)} = \|a_{ij}^{(g^2)}\|$ ($g^1, g^2 = \overline{1, n}; i, j = \overline{1, m}$) множества объектов $Z_k (k = \overline{1, m})$ рассчитывалось по формуле:

$$r(A^{(g^1)} A^{(g^2)}) = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m |a_{ij}^{(g^1)} - a_{ij}^{(g^2)}|$$

Медианой множества n ранжирований $A^{(g)}$ m объектов Z_1, \dots, Z_k (точек в m -мерном пространстве) является такое ранжирование $A^{(g)}_M$, для которого величина $\sum_{i=1}^n r(A^{(i)} A^{(f)}_M)$ минимальна, а средним значением – ранжирование $A^{(g)}_{cp}$, для которого минимальна величина $\sum_{i=1}^n r(A^{(i)} A^{(j)}_{cp})^2$.

Для количественного анализа степени сходимости мнений экспертов, выявления согласованных групп экспертов и оценки целесообразности завершения экспертизы после каждого k -го шага опросов реализовывался полный цикл экспертного ранжирования объектов, в том числе: выполнялась оценка степени изменения $\Delta R_{(k)}$ суммарного рассогласования (расстояния Кемени) между всеми ранжированиями экспертов (экспертиза завершается, когда суммарное рассогласование R изменится, например, не более, чем на 5-10%), и ознакомление экспертов с результатами упорядочения объектов на предыдущем шаге, в т.ч. с оценками среднего значения и медианы Кемени в качестве результирующего ранжирования («согласованного упорядочения», в терминологии Кемени), и с объяснениями, представленными в защиту сильно отличающихся ответов.

Суммарное рассогласование (расстояние Кемени) $R_{(k)}$ по всем n экспертам на k -ом шаге равно:

$$R_k = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n r(A^{(i)} A^j)_k,$$

а изменение суммарного рассогласования ΔR на $(k+1)$ -м шаге равно:

$$R_{(k+1)} = \frac{|R_k - R_{(k+1)}|}{R_k} \times 100\%$$

Рассчитанные в ходе реализации процедуры расстояния между упорядочениями экспертов на каждом шаге, суммарное расстояние, медиана и среднее представлены в таблицах 3-6.

Таблица 3. Результаты расчета на первом шаге

Шаг 1	$A^{(1)}_1$	$A^{(2)}_1$	$A^{(3)}_1$	$A^{(4)}_1$	$A^{(5)}_1$	$A^{(6)}_1$	$A^{(7)}_1$	$A^{(8)}_1$	$A^{(9)}_1$	$A^{(10)}_1$	Медиана	Среднее	
$A^{(1)}_1$	0	27	74	34	67	51	39	32	37	47	408	20574	
$A^{(2)}_1$	27	0	73	39	64	46	48	23	36	56	412	21056	
$A^{(3)}_1$	74	73	0	62	49	69	51	52	55	59	544	33622	
$A^{(4)}_1$	34	39	62	0	51	53	41	30	37	31	378	16842	
$A^{(5)}_1$	67	64	49	51	0	64	48	61	62	72	538	32736	
$A^{(6)}_1$	51	46	69	53	64	0	56	45	36	70	490	27740	
$A^{(7)}_1$	39	48	51	41	48	56	0	43	44	60	430	20932	
$A^{(8)}_1$	32	23	52	30	61	45	43	0	23	47	356	15490	
$A^{(9)}_1$	37	36	55	37	62	36	44	23	0	42	372	16428	
$A^{(10)}_1$	47	56	59	31	72	70	60	47	42	0	484	27444	
Медиана - $A^{(8)}_1$: Z9, Z11, Z10, Z12, Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z4, Z3-Z1, Z6-Z7 Среднее - $A^{(8)}_1$: Z9, Z11, Z10, Z12, Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z4, Z3-Z1, Z6-Z7											$R_{(1)} =$	4412	

Таблица 4. Результаты расчета на втором шаге

Шаг 2	$A^{(1)}_2$	$A^{(2)}_2$	$A^{(3)}_2$	$A^{(4)}_2$	$A^{(5)}_2$	$A^{(6)}_2$	$A^{(7)}_2$	$A^{(8)}_2$	$A^{(9)}_2$	$A^{(10)}_2$	Медиана	Среднее	
$A^{(1)}_2$	0	57	72	44	43	38	54	29	42	76	455	24959	
$A^{(2)}_2$	57	0	31	51	46	27	11	34	45	35	337	14183	
$A^{(3)}_2$	72	31	0	64	53	40	38	45	48	6	397	20459	
$A^{(4)}_2$	44	51	64	0	17	36	58	35	42	66	413	20927	
$A^{(5)}_2$	43	46	53	17	0	25	57	22	33	55	351	15535	
$A^{(6)}_2$	38	27	40	36	25	0	38	17	26	44	291	10039	
$A^{(7)}_2$	54	11	38	58	57	38	0	45	52	42	395	19031	
$A^{(8)}_2$	29	34	45	35	22	17	45	0	21	49	297	10887	
$A^{(9)}_2$	42	45	48	42	33	26	52	21	0	52	361	15471	
$A^{(10)}_2$	76	35	6	66	55	44	42	49	52	0	425	23223	
Медиана - $A^{(6)}_2$: Z11-Z9, Z12, Z10, Z15-Z16, Z5, Z13-Z14, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4 Среднее - $A^{(6)}_2$: Z11-Z9, Z12, Z10, Z15-Z16, Z5, Z13-Z14, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4											$R_{(2)} =$	3722	

Таблица 5. Результаты расчета на третьем шаге

Шаг 3	$A^{(1)}_3$	$A^{(2)}_3$	$A^{(3)}_3$	$A^{(4)}_3$	$A^{(5)}_3$	$A^{(6)}_3$	$A^{(7)}_3$	$A^{(8)}_3$	$A^{(9)}_3$	$A^{(10)}_3$	Медиана	Среднее
$A^{(1)}_3$	0	42	64	42	39	42	30	49	31	70	409	20071
$A^{(2)}_3$	42	0	46	28	19	6	30	11	17	48	247	8675
$A^{(3)}_3$	64	46	0	68	63	48	44	49	53	6	441	24291
$A^{(4)}_3$	42	28	68	0	11	30	50	35	33	70	367	17907
$A^{(5)}_3$	39	19	63	11	0	23	45	26	24	65	315	14003
$A^{(6)}_3$	42	6	48	30	23	0	32	15	11	50	257	9403
$A^{(7)}_3$	30	30	44	50	45	32	0	35	41	50	357	14691
$A^{(8)}_3$	49	11	49	35	26	15	35	0	24	53	297	11659
$A^{(9)}_3$	31	17	53	33	24	11	41	24	0	57	291	11351
$A^{(10)}_3$	70	48	6	70	65	50	50	53	57	0	469	27423
Медиана - $A^{(2)}_3$: Z10-Z9, Z12, Z11-Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4 Среднее - $A^{(2)}_3$: Z10-Z9, Z12, Z11-Z15, Z16-Z5-Z13, Z14, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4										$R_{(3)} =$	3450	

Таблица 6. Результаты расчета на четвертом шаге

Шаг 4	$A^{(1)}_4$	$A^{(2)}_4$	$A^{(3)}_4$	$A^{(4)}_4$	$A^{(5)}_4$	$A^{(6)}_4$	$A^{(7)}_4$	$A^{(8)}_4$	$A^{(9)}_4$	$A^{(10)}_4$	Медиана	Среднее
$A^{(1)}_4$	0	36	45	40	38	33	30	43	35	61	361	15149
$A^{(2)}_4$	36	0	45	30	22	31	38	7	29	53	291	10809
$A^{(3)}_4$	45	45	0	45	53	58	43	38	42	16	385	17561
$A^{(4)}_4$	40	30	45	0	14	35	34	35	33	49	315	11817
$A^{(5)}_4$	38	22	53	14	0	25	40	27	23	57	299	11665
$A^{(6)}_4$	33	31	58	35	25	0	41	38	20	62	343	14633
$A^{(7)}_4$	30	38	43	34	40	41	0	41	37	47	351	13889
$A^{(8)}_4$	43	7	38	35	27	38	41	0	30	46	305	11437
$A^{(9)}_4$	35	29	42	33	23	20	37	30	0	48	297	10421
$A^{(10)}_4$	61	53	16	49	57	62	47	46	48	0	439	22909
Медиана - $A^{(2)}_4$: Z9, Z11, Z12, Z10, Z15, Z14, Z16-Z5-Z13, Z2-Z8, Z3, Z1, Z6-Z7, Z4 Среднее - $A^{(9)}_4$: Z10-Z9, Z12-Z11, Z5, Z13-Z14, Z15-Z16, Z2-Z8, Z3, Z4, Z6-Z7, Z1										$R_{(4)} =$	3386	

Оценки степени изменения суммарного рассогласования на каждом шаге соответственно равны:

$$\Delta R_2 = \frac{|R_1 - R_2|}{R_1} \times 100\% = \frac{|4412 - 3722|}{4412} \times 100\% = 16\%$$

$$\Delta R_3 = \frac{|R_2 - R_3|}{R_2} \times 100\% = \frac{|3722 - 3450|}{3722} \times 100\% = 7\%$$

$$\Delta R_4 = \frac{|R_3 - R_4|}{R_3} \times 100\% = \frac{|3450 - 3386|}{3450} \times 100\% = 2\%$$

Поскольку на четвертом шаге суммарное рассогласование мнений экспертов отличается не более чем на 5% ($\Delta R_4 = 2\%$) от суммарного рассогласования, полученного на предыдущем шаге, то после шага 4 можно завершать экспертизу.

Выводы:

1. Проведено пошаговое ранжирование основных затрат по степени их влияния на величину совокупной стоимости владения веб-приложением для оценки качества жизни населения муниципальных образований.

2. Установлено, что наибольшую значимость для расчета совокупной стоимости владения рассматриваемым веб-приложением составляют затраты на обновление контента (Z10) и затраты на расширение услуг сайта (Z9). Далее по убыванию степени значимости идут поисковая оптимизация (Z11) и PR в Интернете (Z12). Последнее место занимает разработка концепции, интерфейсов (Z1).

3. Выявлены особенности эксплуатации веб-приложения в Интернете. Так, на начальном этапе функционирования сайта основные затраты идут на наполнение электронного ресурса и его продвижение (реклама, поисковая оптимизация). В дальнейшем растут затраты на расширение спектра услуг, постоянное обновление информации, организацию рассылок.

Библиографический список

1. Кемени Дж., Снелл Дж. Кибернетическое моделирование. Некоторые приложения. Нью-Йорк, 1963-1970. Пер. с англ. Б.Г. Миркина. Под ред. И.Б. Гутчина. М., 1972.
2. Хубаев Г.Н. Пошаговое упорядочение множества объектов // Вопросы экономических наук. – 2010. - №4.
3. Родина О.В. Пошаговое упорядочение множества показателей, составляющих совокупную стоимость владения информационной системой налогового учета// Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2010. - № 4 (24). - № гос. рег. статьи 0421000034/- Режим доступа к журн.: <http://uecs.ru>.

Bibliographic list

1. Kemeny J., Snell J. Cybernetical modeling. Some applications. New-York, 1963-1970. Translated by B.Myrkina. Edited by I.Gutchina. M., 1972.
2. Hubaev G.N. Incremental ordering of object set// Issues of economic science. – 2010. - № 4.
3. Rodina O.V. Incremental ordering of rates set, forming the tax accounting information system's ownership total cost// Economic systems control: electronic scientific journal, 2010.- № 4 (24). - № state reg. number 0421000034/. - Access mode.: <http://uecs.ru>

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Н.Н. Ковалева

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ПЛАНИРОВАНИЮ ОБЪЕМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА В РЕГИОНАЛЬНОМ АПК

Аннотация

Усовершенствована методика прогнозирования и планирования объемов государственной поддержки животноводческих отраслей на основе нормативного и балансового методов с учетом технологического развития животноводства регионального сельского хозяйства. Предложены методические подходы по планированию объемов государственного финансирования ветеринарно-санитарных мероприятий, на основе использования трендовых моделей прогноза наступления эпизоотических рисков, численности поголовья сельскохозяйственных животных и птицы, нормативных и балансовых моделей бюджетирования.

Annotation

The technique of forecasting and planning of volumes of the state support of cattle-breeding branches on the basis of standard and balance methods taking into account technological development of animal industries of regional agriculture is improved. Methodical approaches on planning of volumes of state financing of veterinarno-sanitary actions, on the basis of use of trend forecasting models of approach apizooticheskikh risks are offered, to number of a livestock of agricultural animals and a bird, standard and balance models of budgeting.

Ключевые слова

Прогнозирование и планирование объема государственной поддержки корреляционно-регрессионный анализ, эффективность отрасли животноводства.

Keywords

Forecasting and planning of volume of the state support korreljatsionno-regressionnyj the analysis, efficiency of branch of animal industries.

В 2010 году общая сумма государственной поддержки сельского хозяйства Ростовской области за счет средств консолидированного бюджета составила 5027,6 млн. руб. При этом на развитие животноводства было направлено 189,7 млн. руб. государственных субсидий, из них 117,5 млн. руб. составили средства областного бюджета и 72,2 млн. руб. – средства федерального бюджета. Таким образом, доля средств государственной поддержки отраслей животноводства составила 3,8% от аг-

рарного бюджета региона, что на фоне экономических, технико-технологических, эпизоотических проблем животноводства Ростовской области представляется нам крайне недостаточным. В этой связи поиск методов планирования объемов государственной поддержки развития животноводства, с одной стороны, учитывающих имеющиеся бюджетные ограничения, а с другой – текущие и стратегические задачи отрасли, является актуальным.

Объем средств государственной

поддержки зависит от масштаба объекта государственного регулирования. В данном случае бюджетное планирование должно ориентироваться на перспективную численность поголовья сельскохозяйственных животных и птицы в регионе. В практике планирования наиболее широко распространен метод экстраполяции.

Однако, как свидетельствуют результаты данного исследования, на масштабы развития животноводства в регионе влияют как внешние, так и внутренние факторы. В этой связи можно предположить, что планирование масштаба развития отрасли в регионе целесообразно осуществлять на основе корреляционно-регрессионных моделей.

Как свидетельствуют результаты исследования, масштаб развития животноводства в регионе, который является интегральным показателем, зависит от нескольких групп факторов:

- природно-климатических;
- биологических;
- технико-технологических;
- организационно-экономических;
- эпизоотических.

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ показал, что на численность поголовья сельскохозяйственных животных и птицы (Y) существенное влияние оказали следующие факторы:

X_1 – выход приплода в расчете на 100 маток в год, гол;

X_2 – затраты труда на содержание одной головы сельскохозяйственных животных (1000 гол птицы), чел.-

час;

X_3 – падеж скота и птицы, гол/год.

По результатам корреляционно-регрессионного анализа для условий Ростовской области были рассчитаны следующие корреляционно-регрессионные модели прогнозирования численности сельскохозяйственных животных:

- для прогноза численности поголовья крупного рогатого скота:

$$Y=24722,3+27,9X_1+0,14X_2+1,12X_3, \quad (1)$$

- для прогноза численности поголовья свиней:

$$Y=12779,46+0,68X_1+1,41X_2+0,2X_3, \quad (2)$$

- для прогноза численности овец и коз:

$$Y=92362,20,73X_1+30,53X_2+2,89X_3, \quad (3)$$

Анализ результатов регрессионной статистики (таблица 1) свидетельствует о высоком уровне связей в моделях прогноза численности поголовья КРС ($R=0,988$) и свиней ($R=0,899$).

Коэффициенты детерминации показывают, что свыше 97,5% изменений численности поголовья КРС ($R^2=0,9753$) зависят от включенных в модель факторов и 80,8% изменений численности поголовья свиней ($R^2=0,8077$) также зависят от включенных в модель факторов. Регрессионная статистика модели прогноза численности овец и коз говорит о достаточном уровне достоверности расчетов ($R=0,642$).

Таблица 1. Регрессионная статистика корреляционно-регрессионных моделей прогноза численности поголовья скота в Ростовской области*)

Коэффициенты	Значения коэффициентов		
	модель «КРС»	модель «Свиньи»	модель «Овцы и козы»
Множественной корреляции (R)	0,987617354	0,898752238	0,641847051
Детерминации (R^2)	0,975388039	0,807755585	0,411967638

*) Расчет автора

На втором этапе бюджетного планирования выполняется расчет объ-

емов государственной поддержки отраслей животноводства по следующей,

уточненной, формуле:

$$G_i = A_i / 100 * (M_{\text{ф}} + M_{\text{и}} + X_i), \quad (4)$$

где: G_i – объем государственной поддержки i -й отрасли животноводства в регионе на плановый период, тыс. руб.;

A_i – плановое поголовье i -го вида сельскохозяйственных животных и птицы, гол.;

$M_{\text{ф}}$ – фактическая прибыль (убыток) i -й отрасли животноводства в предплановый (базовый) период, тыс. руб. на 100 гол.;

$M_{\text{и}}$ – индикативная прибыль i -й отрасли животноводства, тыс. руб. на 100 гол.;

X_i – фактический объем государственной поддержки i -й отрасли животноводства в предплановый (базовый) период, тыс. руб. на 100 гол.;

Пример плановых расчетов объемов государственной поддержки простого воспроизводства крупного рогатого скота в сельскохозяйственных организациях Ростовской области приведен в таблице 2.

Как отмечалось выше, одним из важнейших макроэкономических факторов, определяющих эффективность государственной поддержки сельского хозяйства и животноводства, является инфляция.

Таблица 2. Пример расчета объемов государственной поддержки развития животноводства (КРС) в сельскохозяйственных организациях (СХО) Ростовской области на 2011 год*)

Показатели	Ед. изм.	Значения показателей
Прогнозная численность поголовья КРС (A_i)	гол.	125720
Фактическая прибыль (убыток) ($M_{\text{ф}}$)* в т.ч. на 100 гол.	тыс. руб.	206174
	тыс. руб.	155,64
Индикативная прибыль ($M_{\text{и}}$)* в т.ч. на 100 гол.	тыс. руб.	73300
	тыс. руб.	55,33
Фактический объем государственной поддержки (X_i) – консолидированный бюджет в т.ч. на 100 гол.	тыс. руб.	172200
	тыс. руб.	129,99
Планируемый объем средств государственной поддержки (G_i)	тыс. руб.	159816**

*) Расчет автора

**) Планируемый объем субсидий оказался ниже уровня фактически полученных в базовом году на 7,2%, в связи с тем, что прогнозная численность КРС в плановом периоде ниже фактической численности базового периода на 5,1 %, о чем и свидетельствуют значения прогнозной модели (1)

На региональном уровне эффективность животноводства во многом зависит от параметров его технологического развития. В этой связи алгоритм планирования объемов государственной поддержки животноводства (4) может быть дополнен показателями, характеризующими прогнозный уровень инфляции, а распределение средств господдержки между подотраслями животноводства необходимо осуществлять на основе индексов уровня технологического развития [1]. В этом случае формула 4 приобретает следующий вид:

$$G_i = [A_i / 100 * (M_{\text{ф}} + M_{\text{и}} + X_i) + (1 + d / 100)] * (1 + I_{\text{т}} / 100), \quad (5)$$

где d – прогнозируемый уровень инфляции в плановом периоде, %;

$I_{\text{т}}$ – индекс уровня технологического развития j -х подотраслей i -й отрасли животноводства ($I_{\text{т}}$).

В соответствии со скорректированным алгоритмом расчета объемов господдержки животноводства окончательная ее сумма на плановый период может составить 172601 тыс. рублей. Этим средств господдержки будет достаточно, чтобы обеспечить простое вос-

производство отрасли. В том случае если ставится задача обеспечения технико-технологической модернизации, то уровень государственной поддержки отраслей животноводства уже планируется с учетом прогнозируемого технологического развития [3] как в разрезе подотраслей, так и в целом по отрасли

$(1+I_{ij}/100)$.

Пример плановых расчетов объемов государственной поддержки инновационного развития животноводства в сельскохозяйственных организациях Ростовской области приведен в таблице 3.

Таблица 3. Алгоритм расчета сумм государственной поддержки инновационного развития животноводства (КРС) в сельскохозяйственных организациях Ростовской области, тыс. рублей *)

Показатели	Ед. изм.	Значение показателей
Планируемый объем средств поддержки простого воспроизводства	тыс. руб.	159816
Прогнозируемый уровень инфляции на плановый период	%	8,0
Скорректированный объем господдержки простого воспроизводства	тыс. руб.	172601
Прогнозный индекс уровня технологического развития мясного скотоводства на 2011 г.**	ед.	4,24
Прогнозный индекс уровня технологического развития молочного скотоводства на 2011 г.**	ед.	18,1
Планируемый объем господдержки инновационного развития	тыс. руб.	211160

*) Расчет автора

***) Данные ГНУ ВНИИ ЭиН Россельхозакадемии [2,3]

Решение задач обеспечения устойчивого развития животноводства в регионе невозможно без государственных мер поддержки, обеспечивающих минимизацию эпизоотических рисков. В мировой практике это обеспечивается сельскохозяйственным страхованием и господдержкой ветеринарно-санитарных мероприятий.

Решение задачи планирования государственной поддержки по направлению снижения рисков в сельском хозяйстве целесообразно осуществлять на основе экономико-математического моделирования.

На первом этапе прогнозируют вероятный уровень падежа скота и птицы в регионе в планируемом периоде. Наиболее доступным методом для органов управления АПК является метод построения графиков динамических временных рядов исследуемых показателей состояния ветеринарно-санитарного благополучия в животно-

водстве региона. В этих целях могут применяться следующие модели линейных и нелинейных зависимостей:

$$Y=a+bx \quad (6)$$

$$Y_t=ab^t \quad (7)$$

$$Y=a_0x_1^b \quad (8)$$

$$Y=b+a \ln x \quad (9)$$

Для оценки достоверности результатов прогнозирования, полученных по формулам 6-9, проводится сравнение суммы квадратов отклонений от фактических значений показателей (дисперсия). Наименьшая сумма квадратов отклонений от дисперсии характеризует наибольшую достоверность результатов прогнозирования.

Результаты выполненных прогнозов свидетельствуют, что в среднесрочной перспективе общий падеж скота в Ростовской области будет сокращаться, тогда как до 2015 года включительно падеж крупного рогатого скота от заразных болезней будет увеличи-

ваться.

За 2008-2015 годы рост падежа КРС может составить 12,3%. В этот же период от незаразных болезней падеж крупного рогатого скота может сократиться на 20,4%. В то же время результаты прогнозов свидетельствуют, что в период с 2008 года по 2015 год возможен рост падежа свиней. Масштаб гибели свиней от эпизоотических рисков, вероятно, может составить 27,2%.

На втором этапе планирования объемов господдержки страхования эпизоотических рисков прогнозные данные вероятных масштабов падежа сельскохозяйственных животных и птицы включаются в алгоритм расчета суммы субсидий по страхованию скота и птицы. Формула таких расчетов может иметь следующий вид:

$$G_{pi} = [(m_j * b_j / 100) * n] * d_j, \quad (10)$$

где G_{pi} – планируемый объем госсубсидий на поддержку страхования сельскохозяйственных животных и птицы, тыс. руб.;

m_j – балансовая стоимость одной головы j -го вида скота и птицы, тыс. руб.;

b_j – вероятная численность падежа j -го вида скота и птицы, гол.;

n – норматив страхового возмещения, %;

d_j – часть базовой тарифной ставки страхования j -го вида скота и птицы, компенсируемая государством, %.

В связи с тем что в настоящее время нет правил страхования сельскохозяйственных животных и птицы, не представляется возможным и выполнить исследовательские расчетно-конструктивные расчеты.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что планирование объемов государственной поддержки целесообразно осуществлять с учетом региональных факторов: технико-технологических инноваций, эпизооти-

ческих условий и т. п. При этом методика расчета включает в себя регрессивные модели, нормативный и балансовый методы, логически выстроенные в соответствии с этапами бюджетного планирования.

Библиографический список

1. Инновационное технологическое развитие животноводства: методические и нормативно-справочные материалы. Т 1. Молочное и мясное скотоводство. / В.В. Кузнецов и др. - ЗАО «Ростиздат». 2010.- 256 с.
2. Методологические основы планирования и прогнозирования развития АПК на региональном уровне// В.В. Кузнецов, В.В. Гарькавый, Л.М. Турапина и др. –Ростов н/Д.: ВНИИЭиН. 2003. – 114 с.
3. Экономический анализ и прогноз социально-экономических процессов в аграрном секторе экономики //Коллектив авторов – Ростов н/Д.: Изд-во ГНУ ВНИИ ЭиН Россельхозакадемии. 2010.- 431 с.

Bibliographic list

1. Innovative technological development of animal industries: methodical and is standard-help materials. Т 1. Dairy and meat cattle breeding. / V.V.Kuznetsov, etc. - Joint-Stock Company "Rostizdat". 2010. - 256 p.
2. Methodological bases of planning and forecasting of development of agrarian and industrial complex at regional level//V.V.Kuznetsov, V.V.Garkavyj, L.M.Turapina, etc. – Rostov o/D.: The All-Russia scientific research institute of economy and specifications. 2003. – 114 p.
3. The economic analysis and the forecast social and economic about-tsessov in agrarian sector of economy//Collective of authors – Rostov o/D.: Publishing house of the All-Russia scientific research institute of economy and specifications. 2010. - 431 p.

НЕКОТОРЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Аннотация

Механизм государственного регулирования сельского хозяйства является составной частью системы регулирования экономики страны. Становление рыночных отношений в АПК не привело к стабилизации производства. Отсутствует единая программа государственного регулирования сельского хозяйства, необходимость которой определяется спецификой отрасли. Направления по субсидированию сельскохозяйственных предприятий не отвечают требованиям сегодняшнего дня. Необходимо сформировать новую систему планирования и прогнозирования, обеспечить оперативность и предсказуемость размеров бюджетной поддержки сельского хозяйства, обоснование объемов поступления импортной и отечественной продукции на агропродовольственный рынок и наличие социальных стандартов.

Annotation

The mechanism of state regulation of agriculture is considered as the composite part of state regulation system of state economy. The growing of market relations in agroindustrial complex didn't led to the stabilization of production.

The united program of state regulation of agriculture is absent, but its necessity is determined by the branch specificity.

The directions to subsidies of agricultural enterprises don't conform to this day requirements. It's necessary to form a new system of planning and forecasting to provide the efficiency and foretelling of sizes of the budget support of agriculture. It's important to substantiate the volumes of import and patriotic production's entrance to the agroproduct market and the availability of social standards.

Ключевые слова

Государственное регулирование, государственная поддержка, косвенная поддержка, методы прямого воздействия, субсидии, дотации, кредитование, налогообложение, страхование.

Key words

State regulation, state support, indirect state support, methods of direct influence, subsidies, grants, crediting, taxation, insurance.

Государственное регулирование представляет собой деятельность органов государственной власти и их должностных лиц по практическому воплощению выработанного на основе соответствующих процедур политического курса. Деятельность по государственному управлению традиционно противопоставляется, с одной стороны, поли-

тической деятельности, а с другой стороны, - деятельности по формулированию политического курса.

Что касается непосредственно определения «регулирование», то оно проявляется через регулятивную функцию, которая реализуется в организации эффективного развития экономики и социальной среды общества, его поли-

тической системы и социальных взаимодействий между индивидами и их общностями (территориальными, национальными, профессиональными и др.).

Данная функция государственного управления и регулирования проявляется в некоторых аспектах (табл. 1)

Таблица 1. Функции государственного управления АПК

№	Функции
1	Лоббирование интересов отрасли
2	Разработка и реализация стратегии и программ развития АПК
3	Регулирование ассортимента и объемов производства
4	Формирование внутриотраслевого баланса
5	Политическая и административная поддержка
6	Финансовая поддержка, страхование
7	Обеспечение кадрами, создание условий для их закрепления на селе
8	Защита внутреннего рынка, развитие внутренней конкуренции
9	Поддержание равновесия на рынке (закупки, интервенции)
10	Развитие аграрной науки, распространение лучших в мире технологий

По мнению ряда авторов, организационно-экономический механизм государственного регулирования сельского хозяйства является составной частью системы регулирования экономики страны. Исторически в любом обществе при любой общественно-политической и социально-экономической системе агропромышленный комплекс в той или иной степени регулировался государством. Механизмы государственного регулирования изменялись в обществе по мере развития производительных сил и производственных отношений, науки, уровня общественного сознания и культуры.

Следует отметить, что аграрный сектор – важная составная часть экономики страны, с которой связана деятельность почти трети отраслей народнохозяйственного комплекса. Кроме того, развитие АПК определяет уровень продовольственного обеспечения населения и социально-экономическую ситуацию. Как показывает практика, становление рыночных отношений в агро-

промышленном комплексе не привело к стабилизации производства. Отсутствует единая программа государственного регулирования сельского хозяйства, необходимость которой определяется спецификой отрасли. К специфике можно отнести: медленный оборот капитала; слабые позиции многочисленных и разрозненных сельхозтоваропроизводителей на рынке; высокая степень предпринимательского риска, связанного с погодными условиями; необходимость поддержки развития аграрного сектора в регионах с худшими природными и экономическими условиями для сохранения социального контроля над сельскими территориями и ряд других.

Систему государственного регулирования АПК следует рассматривать как совокупность методов формирования рыночного механизма и государственной поддержки в отрасли. Что касается формирования рыночного механизма, то следует обратить внимание на закупочные и товарные интервенции, таможенные квоты, координацию цен,

формирование инфраструктуры рынка, систему бирж, законы и постановления разных уровней государственной власти.

В то же время государственную поддержку предприятий АПК можно представить следующей схемой:



Рис.1. Методы государственной поддержки предприятий АПК

Рассматривая основные направления государственного регулирования, можно выделить основные из них, в частности:

- формирование и функционирование рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия;
- финансирование, кредитование, страхование, льготное налогообложение;
- защиту интересов отечественных товаропроизводителей при осуществлении внешнеэкономической деятельности;

- развитие науки и осуществление научной деятельности в сфере агропромышленного производства;

- развитие социальной сферы села.

Отсюда вытекают задачи государственного регулирования агропромышленного производства:

- стабилизация и развитие агропромышленного производства,
- обеспечение продовольственной безопасности Российской Федерации,
- улучшение продовольственного обеспечения населения,

- поддержание экономического паритета между сельским хозяйством и другими отраслями экономики,
 - сближение уровней дохода работников сельского хозяйства и промышленности,

- защита отечественных товаропроизводителей в сфере агропромышленного производства.

Таблица 2. Финансовое положение сельских товаропроизводителей в России (до 1995 года – РСФСР)

Показатели	1970г.	1980г.	1990г.	1995г.	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.
Число сельскохозяйственных организаций, тыс.ед.	22,3	23,8	25,8	26,9	27,6	24,8	24,2	22,1	20,6	19,0	16,9	15,2
Среднегодовая численность работников, млн. человек	10,9	9,7	8,3	6,7	4,7	4,2	3,8	3,3	2,9	2,5	2,2	1,9
Рентабельность, убыточность (-) всей хозяйственной деятельности, %	26,0	-9,0	37,0	2,0	7,0	10,0	1,0	3,0	10,0	8,0	10,0	16,0
Число убыточных сельскохозяйственных организаций, тыс.ед.	2,9	16,8	0,7	15,4	14,1	11,4	13,3	10,8	7,2	7,6	5,4	3,3
в % от общего числа сельскохозяйственных организаций	13,0	71,0	3,0	57,0	51,0	46,0	55,0	49,0	35,0	40,0	32,0	22,0

Следует обратиться к финансовому положению сельскохозяйственных товаропроизводителей в России (таб.2). Число сельскохозяйственных организаций за исследуемый период сократилось на 32%, численность работников на 83%, рентабельность производства уменьшилась с 26% до 16%, (для ведения расширенного воспроизводства в отрасли уровень рентабельности должен составлять не менее 30%) число убыточных хозяйств составляет 22% от об-

щего числа сельскохозяйственных организаций.

Что касается сельскохозяйственных предприятий Рязанской области, то государственная помощь и поддержка осуществляются в регионе по таким направлениям (табл. 3). Как показывают исследования, стабильными на протяжении последних лет в Рязанской области остаются субсидии на поддержку элитного семеноводства, рост составил 54,3%.

**Таблица 3. Государственная поддержка сельскохозяйственных предприятий
Рязанской области, тыс. руб.**

Показатели	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2009г. в % к 2004г.
Субсидии: - на поддержку элитного семеноводства	6652	10772	15819	25131	23247	10266	154,3
- уплату части страхового взноса (страхование урожая)	621	4035	18164	19953	38240	36284	в 58 раз
- закладку и уход за насаждениями	17360	10717	13150	7763	5361	4492	25,9
- другие	29592	43142	-	-	-	-	
Итого по растениеводству	54225	68666	47133	52847	66848	51042	94,1
Господдержка программ в животноводстве	12544	124072	145362	206624	645398	406370	В 32,4 раза
Племенное животноводство	12544	38655	48441	66018	90403	81616	В 6,5 р.
Субсидии на молоко	-	85417	96921	140606	471954	274488	-
Субсидии на возмещение части затрат по % за кредит	40169	132860	22693	139906	647274	1109453	В 27,6 Раза
Федеральная целевая программа повышения плодородия почв	48639	183390	67972	76146	251981	221790	В 4,6 Раза
Федеральная целевая программа социального развития села	35430	72000	47259	116674	-	-	-
Финансирование капитальных вложений	219425	-	-	-	-	-	-
Субсидии на возмещение убытков по чрезвычайным ситуациям	94808	160	153649	-	-	-	-
Субсидии на топливо	-	-	100797	137126	137126	163015	67819

Также значительно возросли субсидии на уплату части страхового взноса по страхованию урожая сельскохозяйственных культур с 621 тыс. руб. в 2004г. до 36284 тыс. руб. в 2009г. Однако резко сократились субсидии на закладку и уход за многолетними насаждениями на 74,1%. Кроме того, наблюдается рост государственной поддержки по компенсации части затрат при приобретении минеральных удобрений по

Федеральной целевой программе повышения плодородия почв в 4,6 раза. С 2006 года сельскохозяйственным товаропроизводителям компенсируется часть затрат по приобретению дизельного топлива. Однако следует отметить, что в затратах на производство продукции доля субсидий и государственной поддержки составляет только около 6% (табл.4).

Таблица 4. Выручка и затраты при производстве продукции в сельскохозяйственных предприятиях Рязанской области, тыс. руб.

Показатели	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2009 в % к 2004г.
Всего затрат по растениеводству	2147090	2665290	3298837	4056373	6304547	5994170	279,2
Всего затрат по животноводству	3672156	3965691	4199398	4576040	6048997	6462437	176,0
Итого затрат	5819246	6630981	7498235	8632413	12353544	12456607	214,1
Выручка от продажи продукции растениеводства	1455876	1861684	2221577	3635730	4799356	5083560	349,2
господдержка и субсидии	102864	252056	215902	266119	481844	340651	331,2
Выручка от продажи продукции животноводства	4384175	3485089	3737809	4452617	5648505	6688668	152,6
господдержка и субсидии	12544	124072	145362	206624	645398	406370	в 32 раза
Господдержка и субсидии всего по двум отраслям	115408	376128	361264	472743	1127242	747021	в 6,5 раза.
Доля субсидий и господдержка в затратах на производство %	2,0	5,7	4,8	5,5	9,1	6,0	-

Направления по субсидированию и государственной поддержке сельскохозяйственных предприятий не отвечают требованиям сегодняшнего дня. Во-первых, в регионе на протяжении последних 15-20 лет практически не проводились культуртехнические мероприятия (известкование, гипсование и ряд других). Все это привело к значительному росту кислых почв, которые маловосприимчивы к внесению минеральных удобрений. С этих позиций целесообразно перенаправить часть средств государственной помощи и поддержки на проведение этих очень важных работ. Во-вторых, в регионе наблюдается значительное сокращение пахотных угодий, площади которых зарастают кустарником и выбывают из севооборотов. На борьбу с этим отрицательным явлением также необходимо направлять значительные государственные финансовые ресурсы. В-третьих, необходима поддержка садоводческих

предприятий региона в плане раскорчевки старых садов и ягодников, их восстановления и замены. В-четвертых, в отрасли молочного скотоводства самым убыточным является реализация мяса крупного рогатого скота, а так как специализированной отрасли здесь пока не создано, то все эти проблемы связаны с молочным скотоводством. Здесь необходимо переходить на минимальные стабильные рыночные цены, поддерживаемые государством, уровень которых должен позволять вести хотя бы простое воспроизводство в отрасли. По молоку такие закупочные цены должны быть на уровне 13 руб. за 1л., мясу крупного рогатого скота - не менее 90 руб. за 1кг живой массы. В создавшихся экономических условиях собственными средствами сельскохозяйственные предприятия эти проблемы решить не могут.

Вывод о том, что государство является ключевым звеном рыночного ме-

ханизма хозяйствования убедительно свидетельствует передовой мировой опыт. Зарубежный опыт свидетельствует о том, что развитие АПК зависит от того, насколько целесообразны и как соблюдаются установленные государством «правила игры» в отрасли и в экономике в целом. Если в отечественном АПК субсидии, как правило, выделяются не на конечный результат, а на промежуточный (компенсацию части затрат на приобретение нефтепродуктов, минеральных удобрений), то опыт большинства зарубежных стран свидетельствует о том, что страхуется или субсидируется конечный результат, например, доход фермеров.

С учетом современных условий хозяйствования меры государственной поддержки расширены и сгруппированы по целевому признаку следующим образом:

- государственное регулирование (макроэкономическая политика), которое включает методы, не направленные непосредственно на аграрно-продовольственную сферу экономики, но воздействующие на ее функционирование;

- поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей, к которой относятся различные субсидии, компенсационные платежи, страховые платежи за ущерб, связанный со стихийными бедствиями;

- компенсация издержек как мера субсидирования и льготного налогообложения при приобретении оборотных средств, субсидирования выплат процентов по кредитам и страховым программам;

- ценовое регулирование, включая поддержку внутренних цен на сельскохозяйственную продукцию, государственные закупки сельскохозяйственной продукции, таможенное и тарифное регулирование;

- содействие развитию агропродовольственного рынка и его продукто-

вых сегментов путем выделения государственных средств на разработку и осуществление рыночных программ, субсидий на хранение и транспортировку сельскохозяйственной продукции;

- содействие развитию производственной инфраструктуры, включая финансирование мероприятий долгосрочного характера;

- осуществление региональных программ развития агропромышленного производства.

Все вышеперечисленные меры должны разделяться по уровням управления экономикой: федеральному, региональному, муниципальному.

Перечисленные меры государственной поддержки сельхозпроизводителей позволят обеспечить:

1. Рост объемов производства сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, повышение их качества и конкурентоспособности.

2. Рост доходов отраслей и товаропроизводителей АПК.

3. Формирование эффективно функционирующих рынков сельскохозяйственной продукции, развитие их инфраструктуры.

4. Расширение экономических и торговых возможностей отечественных товаропроизводителей агропромышленного комплекса.

5. Мониторинг цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию, используемую сельскохозяйственными товаропроизводителями, поддержание паритета индексов этих цен (тарифов).

6. Создание условий роста инвестиций в сферу сельского хозяйства.

7. Поддержку развития сельских территорий на основе повышения финансовой устойчивости товаропроизводителей, диверсификации занятости и источников доходов сельского населения.

8. Сохранение и воспроизводство природных ресурсов, используемых в

агропромышленном (в том числе рыбохозяйственном) комплексе.

В обеспечении продовольственной безопасности страны главная роль принадлежит государству, для чего необходимы: увязка, определенность и предсказуемость размеров бюджетной поддержки сельского хозяйства, обоснование объемов поступления импортной и отечественной продукции на агропродовольственный рынок и наличие социальных стандартов. Для решения этой задачи предстоит сформировать новую систему индикативного планирования и прогнозирования, обеспечить оперативность разработки и доступность продуктовых балансов на федеральном и региональных уровнях.

Интересен мировой опыт государственного управления агропроизводством. Особое место в государственной поддержке фермерских хозяйств уделяется составлению и реализации различных программ страхования. Например, одной из самых старейших программ в США по страхованию урожаев сельскохозяйственных культур является программа «Многokратное страхование урожая», которая обеспечивает возмещение частичных потерь или гибель всего урожая от большинства естественных опасностей, включая засуху, избыточную влажность, наводнение, град, сильные ветры (торнадо) и другие катастрофические природные явления. Программой покрываются 75 видов выращиваемых культур, а страховой случай наступает тогда, когда фактически полученный урожай оказывается ниже среднего урожая за 4-10 предыдущих лет. Минимальный уровень страхования полностью финансируется за счет бюджета и гарантирует фермерам возмещение ущерба в случае снижения урожая более чем на 50% от ожидаемого – из расчета 55% фиксированной цены, устанавливаемой агентством. Для участия в этой программе фермеры платят только административные расходы в сумме

100\$ за каждую застрахованную культуру. При этом страховые взносы базируются на тарифах в зависимости от возделываемой культуры, предполагаемом размере урожая и региональном расположении фермерского хозяйства. Величина тарифа больше там, где чаще происходят колебания урожайности. Максимальный уровень страхования устанавливается при потере урожая ниже 85% от среднего его уровня с выплатой ущерба из расчета 100% фиксированной цены.

Данная программа страхования – одна из наиболее популярных в США; по ней ежегодно страхуются сельскохозяйственные культуры и многолетние насаждения на площади около 40 млн. га, а общий объем выплат превышает 1,0 млрд. дол.

Существует ряд других программ, которые позволяют фермерам защищать свои доходы от возможного падения урожайности сельскохозяйственных культур и снижения рыночных цен на произведенную продукцию: Программа «Страхование доходов»; программа «Прямые платежи производителям»; программа «Антициклические платежи»; программа «Рыночные займы»; программа «Консервация сельскохозяйственных земель» и др.

В целом размер прямых государственных выплат, особенно по программам поддержки цен и доходов фермеров, внушительен. В отдельные годы общие поступления доходят до 100 млрд.\$. В процентах к стоимости продукции это составляет в США 30-40%, в странах Евросоюза 40-80% . при том, что естественная продуктивность гектара сельхозугодий в США в 2,8 раза выше, а в странах Евросоюза в 2,0 – 2,2 раза, чем в России. В Российском АПК доля государственной помощи и поддержки составляет только 3 - 10 % от выручки.

Библиографический список

1. Буздалов И. Сельское хозяйство как приоритетное направление господдержки // АПК: экономика и управление. – 2009.-№ 4.
2. Воловик Ю.С. Государственная поддержка – основа развития агрострахования // АПК: экономика и управление. – 2010.-№ 1.
3. Стадник А.Т., Шелковников С.А. и др. Совершенствование государственного регулирования развития сельскохозяйственного производства региона // АПК: экономика и управление. – 2007.-№ 11.
4. Стадник А. Т., Шелковников С. А. и др. Совершенствование системы бюджетного финансирования сельхозпроизводства // АПК: экономика и управление. – 2009.- №4.
5. Годовые отчеты сельскохозяйственных организаций Рязанской области 2004-2009 гг.

6. Статистические сборники по Рязанской области 2004-2009 гг.

Bibliographic list

1. Buzdalov I. Agriculture as a priority direction of state / AIC: Economics and Management. - 2009.- № 4.
2. Volovik, Y.S. State support - the basis of agricultural insurance / agriculture: economics and management. - 2010.- № 1.
3. Stadnik A.T. Shelkovnikov S.A. etc. Agricultural production The improvement of state regulation of in the region // AIC: Economics and Management. - 2007.- № 11.
4. Stadnik, A. T., Shelkovnikov S.A. etc. The improvement of budget financing agricultural / agribusiness: Economics and Management. - 2009.- № 4.
5. Annual Reports of Agricultural Organizations in Ryazan Region, 2004-2009.
6. Collected articles on Statistics in the Ryazan region 2004-2009.

Зимовейскова А.А., Толмосов В.В.

СОЦИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ КОЛЛЕКТИВНЫМИ СЕЛЬХОЗПРЕДПРИЯТИЯМИ

Аннотация

В статье рассматривается система функций управления, составляющих содержание управленческой деятельности; при этом сельскохозяйственные предприятия рассматриваются как сложные социально-экономические системы, имеющие социальную и производственную подсистемы, движение которых к поставленной цели и фазы их жизнедеятельности составляют материальную основу возникновения функций управления.

Annotation

In the clause the system of the management functions constituting the maintenance of management activity is considered; thus agricultural enterprises are considered as the difficult social and economic systems having social and production subsystems which movement to an object in view and phases of their ability to live constitute a material basis of origin of management functions.

Ключевые слова

Субъект управления; социально-экономическая система и ее подсистемы; система функций управления; экономические отношения; социальная функция управле-

ния; административно-производственная функция управления; управляющее воздействие; управленческие решения

Key words

The subject of management; social and economic system and its subsystems; system of management functions; economic relations; social management function; administratively-production function managements; corrective action; management decisions

Современное коллективное сельскохозяйственное предприятие как Объект управления представляет собой социально-экономическую систему (СЭС) со сложной организационно-производственной структурой, в состав которой входят две подсистемы: социальная и производственно-экономическая. Это часто многоотраслевые предприятия по производству растениеводческой и животноводческой продукции, с соответствующими технологическими подразделениями (отделения, бригады, фермы, звенья). Кроме того, в состав таких предприятий входят вспомогательные и обслуживающие подразделения. А если принимать во внимание и индивидуальные объекты планирования и учета, становится очевидной сложность задачи управления в этих системах.

В рамках социальной подсистемы реализуется задача формирования экономических отношений в рамках производственно-технологической подсистемы – общая координация и рациональное использование трудовых и материально-вещественных ресурсов предприятия в процессе производства сельхозпродукции.

Понятие «экономические отношения» было определено К.Марксом при формулировке им категории «способ производства», основу которого составляет *материальное производство*.

В процессе материального производства участвуют люди, которые удовлетворяют свои потребности, изменяя, преобразуя природу, воздействуя на предмет, подлежащий обработке с помощью орудий труда. Все это, вместе

взятое (люди, участвующие в производстве, орудия и средства труда) действует в системе и составляет *производительные силы общества*. Такова первая сторона способа производства.

Второй стороной способа производства являются *производственно-экономические отношения* - отношения между людьми. При этом отношения собственности являются *главной, определяющей стороной производственных отношений*. Они *предопределяют и отношения распределения, обмена* (товарообмен или непосредственный продуктообмен) *и потребления готового продукта*.

Первичными ячейками при любом способе производства выступают предприятия, в отношении которых человек осуществляет управляющее воздействие. Управление есть всеобщая форма деятельности человека. Всюду, где человек реализует свою деятельность, он вынужден осуществлять функции управления и принимать управленческие решения (УР), позволяющие ему оказывать регулирующее воздействие на Объект управления (технику, природу, экономику) с целью придания желаемых тенденций, свойств, параметров, качеств. Эти функции универсальны и адекватны любым производственно-экономическим системам. Исходя из этого, в общем управление предприятием можно представить как совокупность управленческих воздействий на его подсистемы. Соответственно субъект управления (СУ) должен выполнять управленческие воздействия в форме реализации функций управления: соци-

альной функции управления (СФУ) и производственно-экономической функции (ПЭФУ). На этом основании можно сделать заключение о том, что функции управления имеют объективную основу в материальном производстве.

При этом содержание социальной подсистемы составляют экономические интересы всех субъектов ПЭС. Формой их проявления и реализации выступают экономические отношения. В отношении этой подсистемы субъект управления реализует социальную функцию, сущность которой состоит в формировании системы стимулирования и ответственности (ССО) с учетом специфических интересов ее субъектов. От того, как относятся субъекты к средствам производства («как к своим» или «как к чужим»), зависят особенности экономических отношений, складывается их тип и соответственно характер системы стимулирования и ответственности.

Содержание производственно-технологической подсистемы составляют трудовые, материально-вещественные и технические ресурсы. Относительно нее субъект управления реализует производственно-экономическую функцию управления (ПЭФУ), сущность которой состоит в административном регулировании, координации деятельности и обеспечении эффективного функционирования ПЭС (формирование затрат, производство продукции, ее реализация и т.д.).

Известно, что впервые эту функцию управления исследовал А. Файоль. В своем основном труде «Общая и промышленная администрация» он пытался разработать общий подход к анализу деятельности администрации и сформулировать на этой базе некоторые строго обязательные принципы администрирования. Управлять, утверждал он, значит вести предприятие к его цели, извлекая максимальные возможности из всех имеющихся в распоряжении ресурсов.

По мнению А. Файоля, администрирование составляет часть управления, которое представляет значительно более широкую деятельность и включает производственную, коммерческую, финансовую, кредитную, учетно-бухгалтерскую и административную функции. Анализируя административную функцию, он выделил пять ее элементов: предвидение, планирование; организацию, координирование, контроль.

В современной научной литературе можно встретить самое разное изложение этих функций. Действительно, каждая из них является сложной по своему содержанию, представляет относительно автономную систему, чем и можно объяснить неоднозначное их толкование, вытекающее из исследования разных аспектов той или иной функции.

Например, только в последнее время в аграрной экономике появились относительно новые направления исследований:

- установление характера планирования (директивное, индикативное),
- управленческий учет,
- контроллинг,
- комплексный управленческий анализ,
- влияние управленческих решений на деятельность предприятия.

Сторонники каждого из этих направлений пытаются обосновать «чистоту» своего и некорректность или недостаточную аргументированность иного подхода. В связи с этим представляется актуальной задача исследования функций управления с позиций обобщения вышеперечисленных направлений, их систематизации и установления общего и особенного в их содержании.

В качестве научной гипотезы исследований выступает предположение о том, что, во-первых, функции управления имеют объективную основу, вытекающую из самого материального про-

изводства, во-вторых, они представляют собой сложную экономическую систему, что означает их взаимную зависимость и предопределенность.

Таким образом, функции управления составляют содержание управления как сложного процесса. Если принимать во внимание, что ПЭС находится в постоянном движении и развитии,

то правомерным будет выделение ее жизненных фаз и циклов, в совокупности составляющих содержание жизнедеятельности предприятия. С определенными оговорками, можно выделить три состояния жизнедеятельности предприятия: его историю, настоящее и будущее (рис 1).



Рис 1. Фазы жизнедеятельности предприятия

История (прошлое) отражает условия зарождения и развития предприятия. Исходя из этого, история (прошлое) предприятия может быть разделена на новейшую историю (3-5 лет), новую (6-10 лет) и предания (более 10 лет). Информация из новейшей истории предприятия может быть использована при составлении планов на текущий год его деятельности, новой – при установлении тенденций и закономерностей развития предприятия на современном этапе жизнедеятельности, преданий – как поучительный урок развития предприятия.

Настоящее предприятия отражает его деятельность в реальном отрезке времени (календарный год). В соответствии с существующей практикой настоящее предприятия делится на следующие жизненные циклы: месяц, квартал, полугодие, год.

Будущее предприятия можно разделить на краткосрочный и долгосрочный прогноз.

Производственно-экономическая деятельность предприятия как процесс осуществляется только в фазе «настоящее предприятия». Поэтому функции управления в полной мере наиболее динамично реализуются на этом этапе жизнедеятельности предприятия. Именно здесь проявляется их системный характер и полнота влияния на управляемый объект (КСП). Система функций управления представлена на рис 2 (см. ниже).

Из этой схемы видно (см. ниже), что функции в своей совокупности проявляют свойства системы. Каждая из них, в отдельности выполняя свою роль, тем не менее находится в жесткой зависимости от предыдущей и является исходным моментом для проявления последующей. Исключение любой из них разрушает логику процесса управления предприятием. Кроме того, они представляют собой кругооборот, объективно отражающий непрерывный характер производства.



Рис 2. Система функций управления

Планирование в этом кругообороте является исходным моментом при рассмотрении фазы «настоящее предприятия» и позволяет получить более-менее ясное понимание, чем закончится деятельность предприятия в текущем году на основе выбранного реалистического сценария его развития. Функция организации сводится к обеспечению реализации реалистического сценария на практике в соответствии с его параметрами (планами). Функция контроля и учета сводится к отслеживанию фактических параметров деятельности предприятия и установления их соответствия плановым показателям. Статистика есть форма накопления информации о деятельности предприятия, которая составляет информационную базу для формирования истории предприятия. И, наконец, анализ представляет собой обобщающую (аналитическую)

функцию управления, на основе которой осуществляется регулирование производственно-экономической деятельности предприятия и принимаются управленческие решения (УР) на всех его жизненных циклах. Анализ при этом является исходным моментом планирования нового витка жизненного цикла «настоящее предприятия».

Представленная система функций управления в общем виде отражает зависимость между ними. Однако в реальности их взаимодействие представляет собой сложный процесс, в котором не только проявляются эти функции, но возникает необходимость в сложной аналитической работе и принятии ответственных решений (управленческие решения). Необходимость в УР возникает тогда, когда существует проблема ответственного выбора в среде неоднозначных решений [2], то есть

практически постоянно. Если отдельные функции управления выполняются соответствующими специалистами, то управленческие решения являются прерогативой руководителей различных уровней и рангов. В своей совокупности вся эта работа представляет собой управленческую деятельность.

В принятии управленческих решений в режиме «да – нет» возникает в ходе реализации всех функций управления и на всех этапах жизнедеятельности предприятия. И это является свидетельством того, что сами управленческие решения являются составной частью системы функций управления, а точнее - управленческой деятельности.

На основании выполненных исследований можно сделать следующее заключение:

1. Функции управления отражают объективно все фазы жизненного цикла производственно-экономических систем и их сложную структуру, в соответствии с которой формируется функция управления социальной подсистемой (СФУ) и функция управления производственно-экономической подсистемой (ПЭФУ).

2. Функции управления представляют собой форму (способ) воздействия Субъекта управления на Объект с целью задания ему необходимых тенденций и характеристик.

3. В своем взаимодействии они представляют систему с жесткими связями и закономерностями, объясняющими правомерность существования тех или иных направлений исследований по данной проблеме, позволяющими уяснить понимание их отличий и особенностей.

4. В своей совокупности функции управления и управленческие решения

представляют управленческую деятельность.

Библиографический список

1. Ушачев И.Г. Формирование рациональных систем управления в АПК. – М.: Экономика и информатика, 1999. – 368 с.
2. Хоружий Л.И. Проблемы теории, методологии, методики и организации управленческого учета в сельском хозяйстве. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 496 с.
3. Югай А.М. Механизм мотивации труда в сельском хозяйстве. – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2007. – 80 с.
4. Арутюнян Ф.Г. Коммерческий расчет – важнейшее звено хозяйственного механизма сельхозорганизаций / Ф.Г. Арутюнян // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – ГНУ ВНИЭТУСХ, 2009. - № 1. – С. 58-63.

Bibliographic list

1. Ushachev I.G. Formation of rational control systems in agrarian and industrial complex. – M: Economy and computer science, 1999. – 368 p.
2. Horugiy L.I. Problem of the theory, methodology, a technique and the organization of the administrative account in agriculture. – M: Finance and statistics, 2004. – 496 p.
3. Yugay A.M. Mechanism of motivation of work in agricultural industry. – M.: FGNU "Rosinformagroteh", 2007. – 80 p.
4. Arutyunyan, F.G. Commercial account – the major link of an economic mechanism of the agricultural organisations [Text] / F.G. Arutyunyan // Economy, work, management in agriculture. – The All-Russia scientific research institute of economy, work and management in agriculture, 2009. - № 1. (P. 58-63).

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Ю.И. Меликов

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННЫХ ФАКТОРОВ НА КРУГООБОРОТ КАПИТАЛА И ОРГАНИЗАЦИЮ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ АПК

Аннотация

Рассматривается влияние сезонных факторов на кругооборот капитала в АПК, эффективность использования оборотных средств и организацию финансово-кредитного механизма.

Annotation

It is considered of influence on a capital circulation in agrarian and industrial complex of seasonal factors, on efficiency of use of circulating assets and the organization of the financially-credit mechanism.

Ключевые слова

Кругооборот капитала, кредит, АПК, сезонные факторы, оборотные средства, сельскохозяйственные и перерабатывающие предприятия.

Keywords

Capital circulation, the credit, agrarian and industrial complex, seasonal factors, of circulating assets, the agricultural and processing enterprises.

Непрерывность кругооборота капитала предприятий АПК во многом зависит от максимального учета влияния сезонных факторов и формирования на этой основе правильной организации финансово-кредитных отношений в АПК РФ.

Методологической основой исследования особенностей кругооборота средств предприятий АПК являются общие закономерности и особенности кругооборота денежного, производительного и товарного капитала. При выяснении этих особенностей следует исходить из требований системного анализа и положений диалектики о взаимосвязи всеобщего, особенного и единичного в явлениях объективного мира. Применительно к кругообороту средств в АПК это означает необходимость вычленения общих (отраслевых), специфических (подотраслевых) и индивидуальных особенностей у отдельного предпри-

ятия, а также связанных с интеграционными процессами и созданием агропромышленных формирований (АПФ) различного типа.

Отраслевые особенности кругооборота капитала в АПК являются общими для всех предприятий, относящихся к конкретной отрасли (зерновые, животноводческие, плодоовощные, виноградарские и другие хозяйства, консервные, маслоэкстракционные, сахарные, винодельческие и другие предприятия). В специфических подотраслевых особенностях отражаются как индивидуальные особенности кругооборота средств предприятий данной подотрасли, так и общие - присущие другим подотраслям и отрасли в целом. Индивидуальные особенности содержат в себе одновременно элементы всеобщих и специфических особенностей, а также такие элементы единичного, которые

отличают условия хозяйствования каждого отдельного предприятия.

Особенности кругооборота предопределяют характер движения средств на всех его стадиях: степень равномерности авансирования и обратного притока денежных средств в течение года; продолжительность вложения оборотных средств; характер колебаний общей потребности в них по периодам года у предприятий разных отраслей АПК.

В свою очередь, особенности кругооборота средств предопределяются совокупностью производственно-технологических и организационно-экономических факторов. Характер кругооборота средств любого предприятия, независимо от его отраслевой принадлежности, зависит от условий и организации производства, снабжения и сбыта продукции. Различия в этих условиях в каждой отрасли и подотрасли определяют специфические особенности кругооборота средств их предприятий и объединений. При исследовании кругооборота средств АПФ необходимо выяснить общие особенности кругооборота, вытекающие из интеграции сельскохозяйственного и промышленного производства, и специфические, связанные с отраслевыми особенностями интегрируемых предприятий, их специализацией, количественным и качественным составом участников.

Сельскому хозяйству присущ ряд специфических черт, определяющих особенности кругооборота средств сельскохозяйственных предприятий: 1) основным средством производства является земля, многолетние насаждения и животные основного стада; 2) процесс производства протекает под влиянием природно-климатических и естественно-биологических факторов и, как правило, носит сезонный характер; 3) в соответствии с требованиями агротехники подавляющая часть работ осуществляется в строго определенные периоды года; 4) продолжительность производствен-

ного цикла в сельском хозяйстве в основном определяется природно-климатическими факторами и естественно-биологическими процессами, что ограничивает возможности влияния человека в направлении сокращения времени производства продукции; 5) в сельскохозяйственном производстве имеет место значительный разрыв между временем производства и рабочим периодом; 6) выход продукции определяется сроками созревания растений и выращивания животных, а в растениеводстве – носит выраженный сезонный характер и происходит в короткий период; 7) часть готовой продукции растениеводства и животноводства не выходит за рамки сельскохозяйственного производства, используется в качестве предметов труда в новом производственном цикле.

Указанные специфические черты, обуславливают общие особенности кругооборота средств в сельском хозяйстве: 1) авансирование оборотных средств на длительный период и неравномерный, сезонный характер их обратного притока; 2) несовпадение во времени и по объему авансирования оборотных средств и их обратного притока; 3) сезонный характер колебаний общей потребности хозяйств в оборотных средствах; рост в одни периоды года, снижение – в другие; 4) из-за сезонного характера затрат на производство и выхода продукции высвободившиеся из оборота средства в течение определенного периода не могут быть вовлечены в новый производственный цикл и оседают на расчетном счете; 5) часть оборотных средств не высвобождается по завершении производственного цикла, постоянно обслуживает внутренний воспроизводственный оборот, не выходит за рамки сферы производства.

Неоднозначное проявление указанных черт в различных отраслях сельскохозяйственного производства предопределяет существенные отличительные

особенности в кругообороте средств хозяйств, специализирующихся на животноводстве и растениеводстве, а также на отдельных отраслях растениеводства и животноводства. Наиболее продолжительный производственный цикл наблюдается у предприятий, специализирующихся на производстве и откорме крупного рогатого скота – свыше одного года, на выращивании свиней – 6-8 месяцев, на выращивании овец – 5-7 месяцев, в пти-

цеводстве – 1-3 месяца. Это обуславливает разную продолжительность кругооборота средств животноводческих предприятий, для которых характерно относительно равномерное авансирование оборотных средств и их обратный приток в течение года.

Продолжительность производственного цикла в растениеводстве колеблется от 6 до 10 месяцев (Таблица 1.)

Таблица 1. Длительность цикла производства основных видов продукции растениеводства

Виды продукции	Сроки посева	Сроки уборки
1. Пшеница: Яровая	15 – 25 мая	до конца августа
Озимая	август – сентябрь	конец июня – начало июля
2. Кукуруза: на зерно	апрель	сентябрь
на корма	август	октябрь
3. Свекла:	середина апреля	октябрь
4. Ячмень:	с 10 мая	до конца августа
5. Соя:	конец апреля – начало мая	конец августа – середина сентября
6. Подсолнечник:	конец апреля – начало мая	сентябрь - октябрь
7. Картофель:	начало апреля	конец августа
8. Виноград:	многолетние	август - сентябрь
9. Яблоки:	многолетние	сентябрь
10. Груши:	многолетние	сентябрь

В зависимости от специализации хозяйств (производство зерна, плодов, овощей, чайного листа, эфиромасличных и других культур) в круго-обороте средств предприятий наблюдаются особенности, обусловленные разными сроками проведения сельскохозяйственных работ, созревания растений и выхода продукции. В результате этого имеют место существенные различия в продолжительности кругооборота, характере колебаний общей потребности предприятий в оборотных средствах в течение года, сроках их авансирования и обратного притока.

О влиянии неравномерности затрат, выхода продукции и выручки от реализации на потребность сельскохозяйственного предприятия в оборотных

средствах и кредите в течение года свидетельствуют данные анализа этих показателей по ОАО «Малоорловское» Ростовской области (Таблица 2). Так в первом полугодии 2010 года. хозяйством было осуществлено 58,64% всех затрат, выход продукции за этот период составил 21,46% (в том числе за 5 месяцев – 0,06%), а выручка от реализации – 20,7%. Во втором полугодии наоборот – затраты составили 41,36%, выход продукции – 78,54%, выручка от реализации – 79,3%.

Это определило необходимость привлечения банковского кредита в первом полугодии и создало необходимые условия для его погашения во втором полугодии 2010 года.

Таблица 2. Соотношение затрат на производство, выхода продукции и выручки от реализации ОАО "Малоорловское" за 2010 г.

Показатель	Затраты		Выход продукции		Выручка от реализации	
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %
Январь	229,8	0,54	-	0	2 065	3.4
Февраль	532,1	1,2	30	0,06	7 842	13.0
Март	1 479,1	3,5	-	0	422	0.7
Апрель	8 937,7	20,9	-	0	1 251	2.1
Май	8 798,3	20,6	-	0	280	0.5
Июнь	5 096,0	11,9	10 363	21,4	582	1.0
Июль	3 948,0	9,2	10 137	21,0	14 832	24.6
Август	1 457,0	3,4	428	0,88	12 425	20.6
Сентябрь	3 904,8	9,1	3 741	7,7	5 705	9.5
Октябрь	4 201,7	9,8	4 117	8,5	4 926	8.2
Ноябрь	2 737,8	6,4	985	2,0	8 160	13.6
Декабрь	1 432,4	3,3	-	0	1 696	2.8
За год	42 753,6	100	48 346	100	60 186	100

Следует отметить, на продолжительность кругооборота средств в растениеводстве оказывают влияние особенности хранения и реализации готовой продукции (длительное хранение замедляет кругооборот и обратный приток авансированных денежных средств).

Анализ особенностей внутригодовых колебаний потребности в оборотных средствах позволил определить их характерные типичные модели для сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий разных подотраслей АПК (Рис. 1-6). У хозяйств плодово-овощного направления потребность в оборотных средствах возрастает с января (минимум) по июль (максимум), а во втором полугодии снижается. В первом полугодии осуществляется 60-65% годового объема затрат на производство, а выход продукции и выручка от реализации – около 25-30% годового объема. У зернового хозяйства потребность в оборотных средствах возрастает с начала года (минимум) по июнь (максимум), а затем снижается. Основная масса авансированных оборотных средств, высвобождается в июне-июле в период массо-

вой уборки зерновых и реализации продукции. Для виноградарских хозяйств характерен процесс нарастания потребности в оборотных средствах с начала года по август (максимум) и резкое снижение в короткий период - август-сентябрь (минимум). У хозяйств, специализирующихся на выращивании сахарной свеклы, потребность в оборотных средствах возрастает с начала года до сентября (максимум), а затем резко снижается в течение сентября-октября (минимум) в период уборки урожая и реализации продукции заготовителям. У хозяйств, специализирующихся на производстве маслосемян подсолнечника, потребность в оборотных средствах возрастает с начала года до сентября (максимум), а затем снижается в период уборки урожая и реализации маслосемян перерабатывающим предприятием - сентябрь-ноябрь (минимум). У чайных хозяйств потребность в оборотных средствах растет в период с сентября по апрель (максимум) и снижается в период выхода чайного листа – с мая по август (минимум).

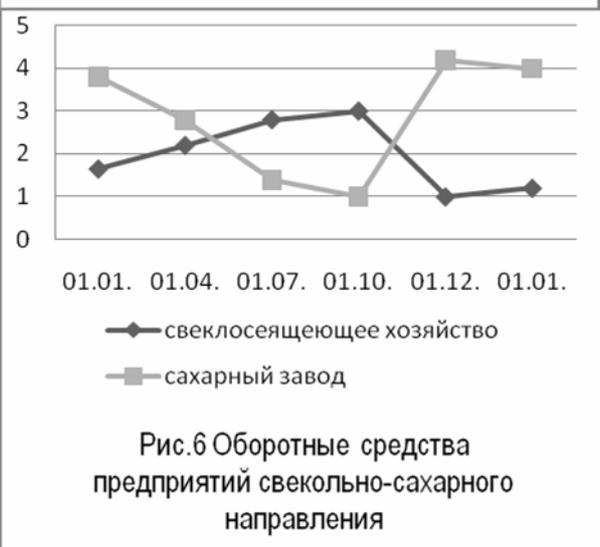
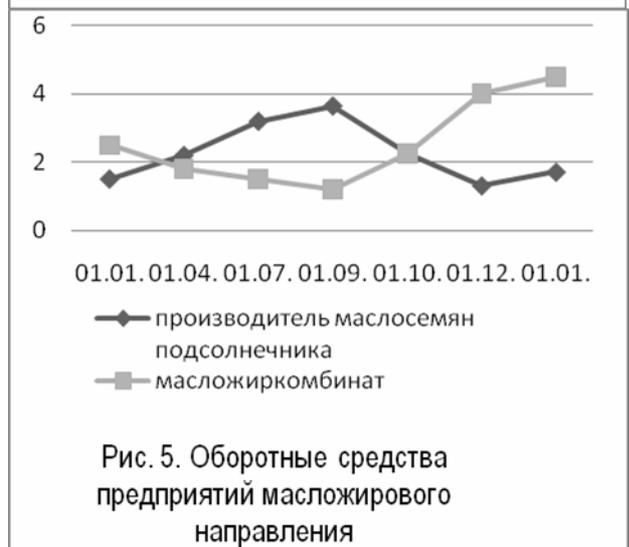
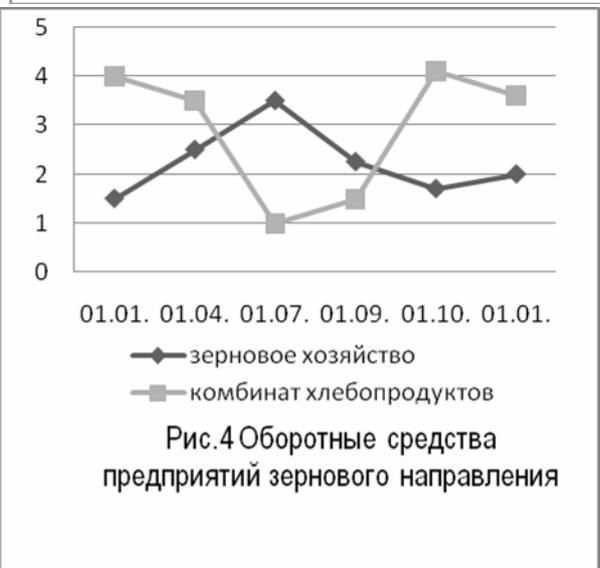
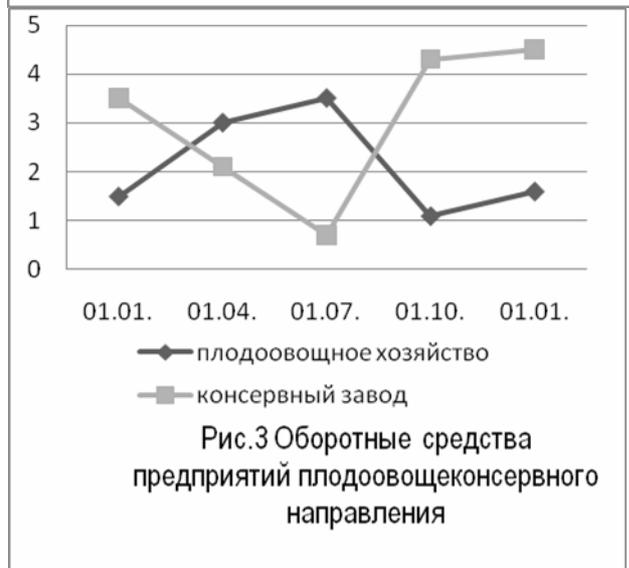
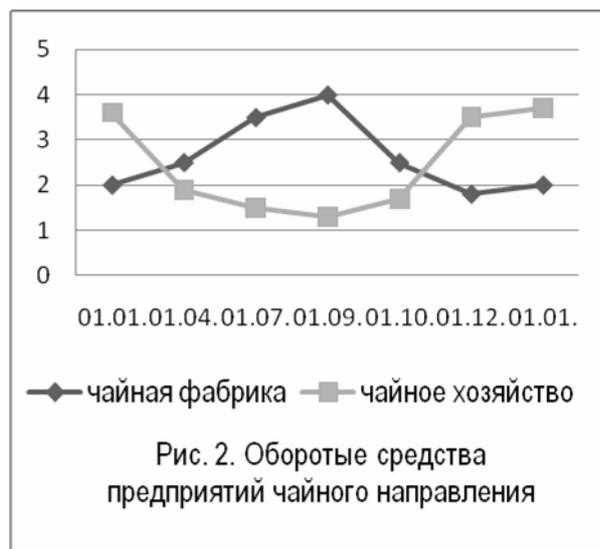
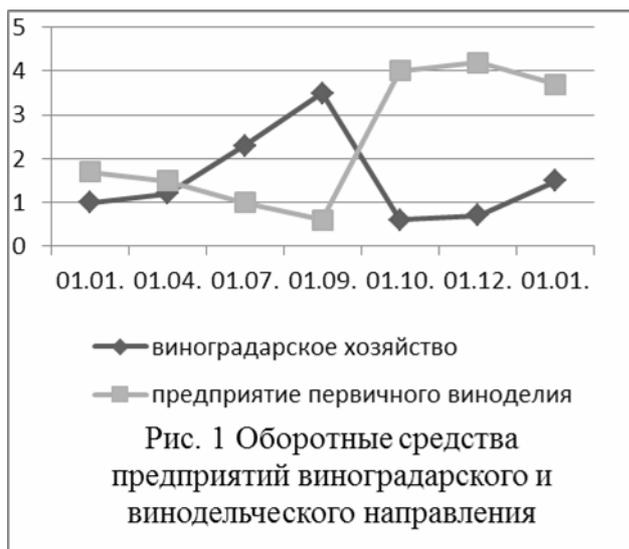


Рис. 1-6. Типичные модели внутригодовых колебаний оборотных средств предприятий основных отраслей АПК¹.

¹ Составлено автором.

Под влиянием конкретных природно-климатических условий происходят сдвиги до одного месяца в сроках созревания, уборки урожая, в периодах максимальной и минимальной потребности в оборотных средствах. Имеют место также сдвиги в периодах роста и снижения потребности в оборотных средствах, связанные с более ранним созреванием урожая у хозяйств, расположенных в южных районах страны.

Важное влияние на продолжительность кругооборота капитала сельскохозяйственных предприятий оказывают существенные различия природно-климатических факторов в европейских, азиатских и африканских странах. Так, в южных странах Азии и Африки товаропроизводители имеют возможность получать урожай многих видов продукции не менее двух раз в год. Это определяет ускорение кругооборота капитала (не менее, чем в 2 раза) и модификацию рисунка внутригодовых колебаний потребности в нем.

Эти особенности необходимо учитывать при осуществлении РФ внешнеэкономической стратегии, создавать транснациональные АПФ, обеспечивающие необходимым сельскохозяйственным сырьем перерабатывающие предприятия РФ. Это позволит нивелировать влияние сезонности производства сельскохозяйственной продукции на результаты деятельности перерабатывающих предприятий, обеспечить равномерную их загрузку, занятость рабочей силы, ускорить кругооборот капитала.

Особенности кругооборота средств перерабатывающих предприятий обусловлены специфическими особенностями, вытекающими из организационно-экономических и технологических сторон переработки сельскохозяйственного сырья: тесной связью по линии сырья пищевой промышленности с сельским хозяйством, высокой материалоемкостью производства, сезонно-

стью заготовок и первичной переработки большинства видов сырья, зависимостью результатов переработки от количества заготовленного и переработанного сырья, а также от содержания полезных веществ в нем. Перерабатывающая промышленность испытывает косвенное влияние природно-климатических факторов, которое проявляется в колебаниях общего объема заготовок и цены сельскохозяйственного сырья в урожайные и неурожайные годы, а также в содержании полезных веществ.

В результате этих особенностей перерабатывающие предприятия испытывают наибольшую потребность в оборотных средствах в период заготовок сельскохозяйственного сырья. У плодоовощеконсервных заводов потребность в оборотных средствах возрастает в период с июня по ноябрь (максимум), снижается с ноября по июнь (минимум). У хлебоприемных (элеваторов) и зерноперерабатывающих (крупозаводы, мукомольные заводы) предприятий потребность в оборотных средствах возрастает в июле-сентябре (максимум) и снижается с октября по июнь (минимум). На изменение потребности элеваторов в оборотных средствах влияют операции по экспорту и импорту зерна, а также его межрегиональные перемещения из зоны заготовок в регионы потребления. В результате потребность в ресурсах у одних элеваторов возрастает у других – снижается. У зерноперерабатывающих предприятий имеет место короткий производственный цикл превращения зерна в муку, крупу, комбикорма. У масложиркомбинатов и сахарных заводов рост потребности оборотных средствах имеет место в сентябре – ноябре в период заготовки семян подсолнечника и сахарной свеклы, а затем – снижение. У виноделов первичного виноделия потребность в оборотных средствах возрастает в сентябреноябре (максимум), а затем постепенно снижается в ноябре – августе (мини-

мум). Для этих предприятий характерен длительный производственный цикл (при производстве молодого вина составляет 30-40 дней, при выдержке марочных вин достигает трех лет). Реализация продукции виноделия осуществляется равномерно в течение года, чтобы к сентябрю освободить имеющиеся емкости для переработки в вино винограда нового урожая. У чайных фабрик, специализирующихся на первичной переработке чайного листа, рост потребности в оборотных средствах имеет место в период его заготовок и переработки – с мая по сентябрь (максимум), снижение – в период интенсивной реализации чайного листа чаеразвесочным фабрикам – с сентября по апрель (минимум).

На эффективность использования оборотных средств перерабатывающих предприятий помимо сезонности влияет степень концентрации переработки. Влияния концентрации перерабатываемого производства на эффективность использования и скорость кругооборота оборотных средств исследовано автором на примере 70 консервных предприятий [4, с. 47]. Анализ показал, что рост концентрации производства приводит к более эффективному использованию и более быстрой оборачиваемости оборотных активов перерабатывающих предприятий. Это обстоятельство следует максимально учитывать при создании новых агропромышленных формирований.

Анализ сезонности в отраслях АПК позволил определить структуру факторов сезонности, характерных для этого сектора экономики (Таблица 2.). В сельском хозяйстве действуют следующие факторы сезонности: сезонность процесса производства и выполнения в строго определенных календарных сроки основных видов сельскохозяйственных работ; сезонный характер уборки урожая, выхода продукции и ее реализации, определяемые природно-

климатическими условиями, сроками созревания растений; сезонный характер заготовок, создания производственных запасов, сезонный характер использования конкретных видов сельскохозяйственной техники и рабочей силы в течение года; сезонный характер хранения сельскохозяйственной продукции с целью ее продажи по более высоким ценам; сезонный характер авансирования, обратного притока и высвобождения оборотных средств, внутригодовых колебаний потребности в них сельскохозяйственных предприятий; сезонный характер потребности в кредите, его предоставления и возврата.

В перерабатывающем звене действуют следующие факторы сезонности: сезонный характер заготовки сельскохозяйственной продукции и создание производственных запасов; сезонность производственного цикла по переработке сельскохозяйственного сырья и хранения полуфабрикатов для последующей переработки; сезонность использования основных фондов и рабочей силы; сезонный характер хранения и реализации готовой продукции, поступление выручки от реализации; сезонный характер вложения (авансирования и высвобождения) оборотных средств, колебания внутригодовой потребности в них; сезонный характер потребности в банковском кредите; сезонный характер предоставления и погашения кредита; сезонность поступления выручки от реализации.

Сезонные факторы, определяющие особенности кругооборота капитала в оптово-розничном звене АПК, следующие: сезонность заготовок и хранения сельскохозяйственной продукции; сезонность потребления и реализации сельскохозяйственной продукции; сезонность использования рабочей силы (переборка, сортировка овощей и фруктов, подготовка к розничной реализации и упаковка); сезонность авансирования и высвобождения оборотных средств;

сезонный характер выдачи и погашения кредита; внутригодовой потребности в банковском кредите.

Разновременность и разнонаправленность воздействия сезонных факторов на потребности в оборотных средствах сельскохозяйственных, пере-

рабатывающих и оптово-розничных предприятий АПК создают благоприятные условия для экономного использования и оперативного маневрирования имеющимся в распоряжении АПК фондом оборотных средств.

Таблица 3. Структура сезонных факторов в АПК²

Сезонные факторы АПК		
Сезонные факторы в сельском хозяйстве	Сезонные факторы промышленного производства	Сезонные факторы оптово-розничной торговли
1. Сезонность производственного цикла	1. Сезонный характер заготовки сельскохозяйственной продукции и создание производственных запасов	1. Сезонность заготовки сельскохозяйственной продукции
2. Сезонность конкретных видов и сроков сельскохозяйственных работ (предпосевная обработка почвы, посевная кампания, внесение удобрений, борьба с вредителями, уход за посевами, уборка урожая)	2. Сезонность производственного цикла по переработке сельскохозяйственного сырья	2. Сезонность хранения сельскохозяйственной продукции
3. Сезонность выхода продукции	3. Сезонный характер хранения полуфабрикатов для последующей переработки	3. Сезонность потребления сельскохозяйственной продукции
4. Сезонный характер ее реализации	4. Сезонный характер хранения и реализации готовой продукции	4. Сезонность реализации сельскохозяйственной продукции
5. Сезонный характер заготовки, создания и расходования производственных запасов: а) семена, посадочный материал; б) корма; в) ГСМ	5. Сезонность использования основных фондов перерабатывающих предприятий	5. Сезонность использования рабочей силы (переборка, сортировка овощей и фруктов, подготовка к розничной реализации и упаковка)
6. Сезонность использования рабочей силы	6. Сезонность использования рабочей силы	6. Сезонность авансирования оборотных средств
7. Сезонность использования сельскохозяйственной техники	7. Сезонность поступления выручки от реализации	7. Сезонность высвобождения оборотных средств
8. Сезонные запасы и хранение сельскохозяйственной продукции с целью более выгодной реализации	8. Сезонный характер вложения оборотных средств	8. Сезонность вложения оборотных средств
9. Сезонный характер поступления выручки от реализации	9. Сезонный характер авансирования оборотных средств	9. Сезонный характер потребности в банковском кредите
10. Сезонный характер затрат на производство	10. Сезонный характер высвобождения оборотных средств	10. Сезонный характер выдачи кредита
11. Сезонное авансирование и высвобождения оборотных средств	11. Сезонный характер в предоставлении кредита	11. Сезонный характер погашения кредита
12. Сезонный характер потребности в банковском кредите	12. Сезонный характер погашения кредита	
13. Сезонный характер предоставления и погашения кредита	13. Сезонный характер потребности в банковском кредите	

² Составлена автором.

Периоду максимальной потребности в оборотных средствах сельскохозяйственного предприятия соответствует период минимальной потребности в оборотных средствах перерабатывающего и оптово-розничного звеньев АПК и наоборот. Поэтому высвобождающиеся оборотные средства сельскохозяйственного звена могут быть использованы для удовлетворения в период заготовок дополнительной потребности в оборотных средствах перерабатывающего и оптово-розничного звена АПК и наоборот (Рис. 1-6). Это позволит обеспечить более эффективное использование оборотных средств предприятий АПК и кредита как важнейшего источника их формирования, ускорить кругооборот капитала и кредита, сформировать четкую научно обоснованную систему финансово-кредитных отношений АПК РФ.

Помимо сезонных факторов на характер внутригодовых колебаний оборотных средств оказывают влияние также факторы, связанные с природно-климатическими особенностями года (влияющими на начало посевной кампании и уборки урожая), конъюнктурой мирового и внутреннего продовольственного рынка и маркетинговой стратегией предприятия (реализация продукции в 3-ем и 4-ом квартале текущего года либо в 1-ом и 2-ом квартале следующего года). Как показывает анализ, в периоды усиления инфляции, а также нарастания кризисных явлений происходит деформация отраслевых закономерностей внутригодовых колебаний оборотных средств у сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. В результате внутригодовое движение оборотных средств может быть выражено линейной функцией: при инфляции, резком росте объема производстве – $y=ax+b$, при кризисном снижении показателей работы предприятия – $y=ax-b$.

Важнейшими направлениями преодоления действия факторов сезонности в АПК являются: 1) отказ от монокультурной системы ведения сельскохозяйственного производства, когда многие хозяйства, в первую очередь КФХ, стремятся производить менее трудоемкую, но наиболее прибыльную продукцию (зерно, подсолнечник, сахарную свеклу и т.п.), для которой наиболее характерно действие факторов сезонности; 2) правильное сочетание хозяйством производимых сельскохозяйственных культур (как с позиции научно обоснованного севооборота, так и с позиции сочетания ранних и поздних культур и сортов растений, в том числе технических); 3) сочетание трудоемких и нетрудоемких производств (в том числе производство овощей закрытого грунта), животноводства (молочного и мясного) и растениеводства; 4) сочетание сельскохозяйственного производства и промышленной переработки сельскохозяйственного сырья на основе оптимального соотношения производимой и перерабатываемой сельскохозяйственной продукции в рамках АПФ.

Преодоление указанных сезонных факторов во многом зависит от правильной организации и структуры АПФ, количественного и качественного состава сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, соотношения сельскохозяйственного и промышленного производства. В зависимости от указанных особенностей у разных АПФ могут в различной степени проявляться особенности структуры и сезонных колебаний оборотных средств одной из комбинируемых отраслей. Однако общая закономерность – в АПФ отраслевые особенности размещения и внутригодовых колебаний оборотных средств в известной степени нивелируются. Происходит изменение соотношения минимальной постоянной неснижающейся потребности в оборотных средствах и временной колеблющейся

по сравнению с отдельно взятыми сельскохозяйственными и перерабатывающими предприятиями в сторону увеличения первой и снижения второй. Таким образом, создается объективная экономическая основа для организации финансово-кредитных отношений АПФ с использованием механизма внутриобъединенческого агропромышленного кредита. В этом случае сезонно высвобождающиеся оборотные средства сельскохозяйственных предприятий используются для кредитования интегрированным формированием перерабатывающего звена и наоборот, сезонно высвобождающиеся оборотные средства перерабатывающих предприятий используются для кредитования сельскохозяйственного звена.

Создание АПФ приводит к изменению структуры и натурально-вещественного состава производственных запасов, создает условия их более эффективного использования в условиях интеграции. Эффективность комплексного использования производст-

венных запасов зависит от количественного состава, степени удаленности объединившихся предприятий, а также централизации в АПФ функций материально-технического снабжения.

На индивидуальные особенности размещения и эффективность использования оборотных средств АПФ оказывают существенное влияние различия в специализации производства, размещении сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, степени обеспеченности их собственным сельскохозяйственным сырьем.

Правильное решение вопросов создания АПФ как целостной системы создает благоприятные условия для нивелирования действия отраслевых сезонных факторов, способствует реализации преимуществ АПФ, в том числе связанных с более эффективным использованием оборотных средств. Это подтверждают результаты анализа действия сезонных факторов ЗАО «Агрокомплекс» Выселковского района Краснодарского края (Таблица 4).

Таблица 4. Продолжительность кругооборота капитала ЗАО «Агрокомплекс» в 2009г³

Показатели	1 кв.	2 кв.	6 мес.	3 кв.	9 мес.	4 кв.	год
1. Выручка от реализации (млн.руб.)	1 441,7	1 539,2	2 981	1 767,2	4 748,2	1 817	6 565,1
2. Средние остатки (млн.руб.)							
2.1 совокупного капитала	7 639,7	8 205	7922,3	8 952,7	8265,8	9 672,7	8617,5
2.2 оборотных средств(млн.руб.)	3 250,8	3 386,1	3318,5	3 500,1	3379	3 743,4	3470,1
3. Коэффициент оборачиваемости							
3.1 совокупного капитала	0,189	0,188	0,376	0,197	0,574	0,188	0,762
3.2 оборотных средств	0,443	0,455	0,898	0,505	1,405	0,485	1,892
4. Количество дней в периоде	90	90	180	90	270	90	360
5. Продолжительность кругооборота(в днях)							
5.1 Совокупного капитала	476,9	479,7	478,4	455,9	470,0	479,1	472,5
5.2. оборотных средств	202,9	198,0	200,4	178,3	192,1	185,4	190,3

³ Составлена по данным отчетности ЗАО «Агрокомплекс».

Анализ внутригодовых колебаний потребности Агрокомплекса в совокупном капитале и оборотных средствах свидетельствует о сглаживании, нивелировании сезонных отраслевых колебаний потребности в оборотных средствах по сравнению с отдельно взятыми сельскохозяйственными и перерабатывающими предприятиями. Это касается как поступления по периодам года выручки от реализации, так и относительно стабильной потребности в оборотных средствах, что в целом приводит к сравнительно равномерной продолжительности кругооборота средств. Таким образом, наиболее эффективное сглаживание отраслевых особенностей в рамках АПФ достигается при условии обеспечения оптимальной структуры и количественного состава интегрируемых сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий.

Нивелирование действия факторов сезонности на кругооборот капитала в АПК создаст благоприятные условия для построения научно обоснованного финансово-кредитного механизма агропромышленного комплекса РФ, позволяющего эффективно использовать оборотные средства и кредит.

Библиографический список

1. К Маркс Капитал.
2. Годовой отчет ОАО «Малоорловское» за 2010г.
3. Годовой отчет ЗАО «Агрокомплекс» за 2009г.
4. Меликов Ю.И. Особенности кругооборота средств предприятий АПК и кредит / TERRA ECONOMICUS. 2010. № 2. Т.8.
5. Меликов Ю. И. Использование оборотных средств агропромышленных объединений./ Деньги и кредит. 1981. № 4.

Bibliographic list

1. K. Marx Capital.
2. Open Society "Maloorlovsky" annual report for 2010г.
3. Close corporation "Agrocomplex" annual report for 2009г.
4. Melikov J.I.feature of a circulation of means of the enterprises of agrarian and industrial complex and the credit / TERRA ECONOMICUS. 2010. № 2. Т.8.
5. Melikov J. I. Use of circulating assets agro-industrial associations./ Money and credit. 1981. № 4.

В.Ю. Барашьян

ОПТИМИЗАЦИЯ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация

Учет особенностей формирования оптимальной дивидендной политики в условиях инновационно-ориентированного финансового менеджмента требует научного подхода к выбору теоретической базы ее реализации и методологических инструментов, позволяющих учитывать приоритеты инновационно-инвестиционной деятельности высокотехнологичных компаний и необходимость повышения их инвестиционной привлекательности.

Annotation

Accounting of features of forming of optimum dividend policy in the conditions of the innovative-focused financial management demands the scientific approach to a choice of theoretical base of its realization and the methodological tools, allowing to consider priorities

of innovative-investment activity of the hi-tech companies and necessity of increase of their investment appeal.

Ключевые слова

Распределение прибыли, дивидендная политика, сигнал информирования, инновационная деятельность, инвестиционная активность, инвестиционная привлекательность.

Key words

Distribution of profit, dividend policy, the signal information, innovation activity, investment activity, investment attraction.

Стратегия формирования финансовых ресурсов, а в условиях развития инновационных процессов в российской экономике – преимущественно инвестиционной их части, обеспечивающей финансирование инновационной деятельности, становится важнейшей доминантной сферой финансового менеджмента. В свою очередь, реализация разработанной стратегии формирования финансовых ресурсов тесно связана с механизмом осуществления эффективной политики распределения прибыли, позволяющей обеспечить стратегическое финансовое развитие предприятия. В этой связи в рамках инновационно-ориентированного финансового менеджмента большое значение придается дивидендной политике, без учета особенностей которой не могут быть приняты обоснованные управленческие решения по структуре источников финансирования и по направлениям инновационно-инвестиционной политики компании.

Дивидендная политика — политика компании в отношении выплаты дивидендов своим акционерам при неизменных решениях компании, касающихся вопросов инвестиций и займов[2].

В гипотетической, идеальной финансовой среде, где отсутствуют налоги и операционные издержки, благосостояние акционеров (рыночная стоимость их акций) находится на одном уровне независимо от того, какой дивидендной политикой руководствуется компания. В 1961 году Модильяни и

Миллер (Modigliani and Miller, M&M) представили доказательство в подтверждение данного факта. Следует отметить, что, несмотря на неопровержимость их аргументов применительно к миру идеальных и эффективных рынков капитала, на практике схема выплаты дивидендов, безусловно, рассматривается и инвесторами, и корпоративными менеджерами как важный атрибут деятельности компании. Более того, согласно многочисленным исследованиям менеджеры стремятся к достижению целевого долгосрочного коэффициента дивидендных выплат (дивидендный выход), определяемого по формуле:

$$DPR = DIV / EAC,$$

где DPR – коэффициент дивидендных выплат;

DIV – сумма дивидендных выплат;

EAC – чистая прибыль, доступная держателям обыкновенных акций к выплате в качестве дивидендов.

Данный феномен может объясняться тремя причинами:

- 1) эффект клиентской базы;
- 2) эффект информационных сигналов;
- 3) необходимость уменьшения агентских издержек[12].

В реальной финансовой среде существует ряд финансовых факторов, которые могут оказать влияние на благосостояние акционеров. К ним относятся налоги, особенности регулирования финансовой деятельности, затраты на внешнее финансирование, информационное или "сигнальное" содержание

дивидендов. В практике хозяйствования указанные факторы могут означать, что дивидендная политика действительно оказывает заметное влияние на поведение инвесторов, привлекая определенные их типы с определенными финансовыми потребностями и налоговым статусом, и способствует проявлению эффекта клиентской базы.

В условиях информационной асимметрии дивиденды превращаются в средство подачи менеджерами сигналов инвесторам о перспективах компании. Причем на снижение дивидендов (отрицательный сигнал) рынок реагирует намного сильнее, чем на их увеличение (положительный сигнал). Отсутствие статистически значимой связи дивидендов и прибыли, характерной для развивающихся рынков, в том числе и России, свидетельствует о большой заинтересованности компаний в положительном сигнализировании рынку.

При возрастании степени разграничения между акционерами (владением) и менеджерами или агентами акционеров (управлением) компании возрастает актуальность агентских издержек. Увеличение дивидендных выплат можно рассматривать в качестве одного из способов снижения агентских издержек, так как в результате сокращаются денежные потоки компании, ограничиваются возможности менеджмента по нерациональному расходованию денежных средств, инвестированию в неприбыльные проекты. Кроме того, повышается уровень контроля над менеджерами при привлечении капитала из внешних источников, которое сопровождается предоставлением соответствующей информации инвесторам и органам надзора. В качестве частного случая агентской теории предлагается рассматривать парадокс самоконтроля, который наиболее наглядно может быть представлен в приложении к дивидендной политике [9]. С позиций модели само-

контроля дивиденды могут использоваться как один из методов самоконтроля, который не дает инвесторам возможности «погрузиться в капитал» (*dip into capital*), играет роль естественного ограничителя бюджета расходов и позволяет отслеживать потоки прибыли от их вложений.

Еще один аспект контроля над бизнесом с помощью постоянного потока дивидендов заключается во взаимосвязи дивидендных выплат с угрозой поглощения компании. Считается, что более уязвимы к нежелательному поглощению компании, которые проводят политику высокого уровня реинвестируемой прибыли и выплачивают низкие дивиденды.

Дивидендная политика, представляющая часть финансовой политики компании, включает выработку концепции распределения чистой прибыли и формирования доли собственника в ней в соответствии с его вкладом, установление оптимального соотношения между потребляемой и капитализируемой частями прибыли, а также определение конкретных мер, направленных на увеличение рыночной стоимости акций. Формой реализации разработанной дивидендной политики выступает конкретный механизм распределения чистой прибыли по двум направлениям: реинвестированию прибыли и выплате доходов собственникам компании.

С позиций наращивания инновационных механизмов экономического развития относительно дешевой формой финансирования для компаний является реинвестирование прибыли, которое предполагает процесс поиска, изучения, экономической оценки альтернативных инновационно-инвестиционных проектов с точки зрения потенциальных доходов компании, а также практическую реализацию наиболее эффективных вариантов инвестирования в инновации.

Вместе с тем часть чистой прибыли с определенной периодичностью

распределяется между акционерами в соответствии с видами и количеством акций, находящихся в их владении. Дивиденды, представляющие собой текущий доход акционеров, сигнализируют рынку о том, что компания, в акции которой они инвестировали денежные средства, работает эффективно. Однако периодическое изъятие средств в виде дивидендов обуславливает поиск альтернативных источников финансирования инновационной деятельности. С этих позиций проблема оптимизации дивидендной политики в условиях инновационно-ориентированного финансового менеджмента представляется чрезвычайно актуальной, особенно для высокотехнологичных отраслей экономики.

Одной из наиболее инновационно-активных отраслей экономики являются телекоммуникации, а их развитие становится необходимым условием экономического прогресса и движения к постиндустриальному обществу. Формирование отрасли телекоммуникаций, которая отличается высокой наукоемкостью продукции, коротким жизненным циклом товара, высокой стандартизацией и ограниченными возможностями по дифференциации существующих продуктов, явилось результатом активной научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности международных компаний, представивших на рынок совершенно новые услуги: сотовую, спутниковую, широкополосную связь и Интернет. Снятие барьеров для иностранных компаний позволило построить современные телекоммуникационные сети на развивающихся рынках. В результате большинство крупных телекоммуникационных компаний приобрели статус транснациональных корпораций. Самым ярким примером интернализации телекоммуникационных компаний является крупнейший в мире по доходам британский оператор мобильной связи Vodafone, который в

2009 году почти 90% доходов получил за рубежом[8].

Телекоммуникационная отрасль представляет на рынок уникальный продукт, который совмещает в себе материальное производство (оборудование), сферу услуг (провайдеры связи) и know-how (технологии).

Для поддержания конкурентоспособности телекоммуникационные компании проводят активную инновационную политику и планомерно выводят на рынок новые товары и услуги. Их конкурентные стратегии основаны на постоянных и комплексных нововведениях. В свою очередь, инновационная деятельность телекоммуникационных компаний оказывает большое влияние на традиционные отрасли мировой экономики, выдвигая новые технологические требования к продукции, организации производства, внутриотраслевой коммуникации и управлению персоналом. Следовательно, рост телекоммуникационной отрасли, в свою очередь, увеличивает эффективность других отраслей экономики и может рассматриваться в качестве стратегического фактора повышения конкурентоспособности российской экономики на мировом рынке.

Телекоммуникационные компании имеют значительно большие финансовые возможности для осуществления своей инновационной политики благодаря стремительно растущему притоку инвесторов в данный сектор экономики. В среднем внутрифирменные расходы на развитие научно-технической базы составляют 10-15% от доходов телекоммуникационных компаний.

Инновационные внутрикорпоративные процессы российских телекоммуникационных компаний базируются на принципах комплексности и непрерывности осуществления инновационной деятельности.

В качестве основных тенденций реструктуризации инновационных процессов телекоммуникационных компаний можно выделить два направления.

Во-первых, усиление децентрализации управления инновациями при сохранении за высшим руководством функции долгосрочного планирования инновационной деятельности компании. В данном случае оперативное управление нововведениями делегируется низовому звену управления. Так, например, компания Nokia имеет 52 центра НИОКР в своих производственных отделениях, компания Motorola создала на низовом уровне управления специализированные дочерние компании, ответственные за разработку долгосрочных инновационных преимуществ для всех подразделений корпорации[1].

Во-вторых, активное сотрудничество с университетами и НИИ; создание венчурных фондов и стимулирование венчурного предпринимательства внутри компаний (многочисленные венчурные подразделения часто выступают локомотивом глобальных инноваций и оправдывают высокий риск и капиталоемкость); переход к организационным структурам с использованием матричных систем при разработке и внедрении инновационных проектов; интеграция отделов НИОКР, маркетинга и планирования в единые стратегические центры по управлению нововведениями. В качестве примера можно привести тот факт, что в компании «Ростелеком» в рамках формирования единой системы управления инновационной и научно-исследовательской деятельностью создан Центр инновационного развития. В его состав вошли: департамент исследований и разработок, департамент внедрения инноваций и департамент управления инновациями. Планируется, что партнерами «Ростелекома» в деятельности, направленной на инновационное развитие компании, будут ведущие российские научно-

исследовательские организации и высшие учебные заведения, крупнейшие мировые телекоммуникационные компании, отечественные и зарубежные поставщики оборудования, малые и средние инновационные компании, технопарки и венчурные фонды.

Активное инновационное развитие отрасли телекоммуникаций приводит к необходимости внедрять в телекоммуникационных компаниях наиболее прогрессивные методы финансового менеджмента, в том числе позволяющие повысить гибкость и адаптивность дивидендного управления. В самом общем случае при разработке дивидендной политики конкретной компании необходимо осуществить анализ и оценку факторов, ограничивающих принятие дивидендного решения, выбор типа дивидендной политики; разработать механизм распределения прибыли, определить уровень дивидендных выплат на одну акцию и форму дивидендных выплат, оценить эффективность дивидендной политики.

Однако построение системы дивидендного управления носит для каждой компании строго индивидуальный характер. В случае поддержания высоких темпов роста стоимости чистых активов компании, приоритетного направления прибыли на производственное и инновационное развитие, а не на текущие дивидендные выплаты, как правило, реализуется консервативная дивидендная политика. При этом, если компания находится на ранних стадиях жизненного цикла и имеет высокий уровень инвестиционной активности, то в рамках данного типа дивидендной политики используется методика остаточного дивиденда, базирующаяся на первостепенном учете ее инвестиционных возможностей, а также целевой структуры капитала, доступности и цены внешнего капитала. Она позволяет предприятию удовлетворить свои потребности в собственном капитале за

счет нераспределенной прибыли, обеспечить финансовую устойчивость и высокие темпы развития бизнеса. Однако широкий диапазон варьирования размеров дивидендных выплат в зависимости от инвестиционных возможностей предприятия отрицательно сказывается на формировании уровня рыночной цены акций. В этой связи большинство зарубежных телекоммуникационных компаний предпочитают фиксированные дивидендные выплаты и отдают приоритет стабильности в дивидендной политике. Так, компания «American Telephone and Telegraph Company» (AT&T), действующая на рынке связи и телекоммуникаций с 1885 года, на протяжении всей своей истории не только выплачивает дивиденды, но и ни разу не снизила их размера[6].

Стабильный поток дивидендов свидетельствует о том, что финансовое положение компании находится под контролем. Преимуществами методики фиксированных дивидендных выплат, реализуемой в рамках консервативной политики, являются: сглаживание колебаний курсовой стоимости акций; стабильность котировки акций на фондовом рынке; высокая ликвидность акций и низкий риск инвестирования; уверенность акционеров в получении регулярного текущего дохода; положительное влияние на стоимость компании. Однако при применении данной методики возможно снижение темпов роста собственного капитала, инвестиционной и инновационной активности компании в результате слабой связи с финансовыми результатами ее деятельности, а также высока вероятность значительного ухудшения ликвидности в условиях резкого снижения размера прибыли.

При быстрых темпах роста финансово устойчивой компании, а также при временном недостатке финансовых ресурсов в результате реализации инновационно-инвестиционных проектов может рекомендоваться выплата дивидендов допол-

нительными акциями. Информация о невыплате дивидендов дает отрицательный «сигнал», в то время как выплата дивидендов акциями позволяет сохранить репутацию компании и не снижать цену акции.

Следует отметить, что в целом для российских компаний телекоммуникационной отрасли характерна тенденция к увеличению дивидендных выплат. Так, несмотря на кризисные явления в экономике, по итогам 2009 года средняя дивидендная доходность акций телекоммуникационной отрасли составила 4,97%, в России это 4 место[15]. Телекоммуникационные компании оказались наиболее устойчивы к кризисным явлениям, поскольку генерируют стабильные денежные потоки и обеспечивают рентабельность бизнеса.

Дивидендные стратегии российских операторов фиксированной и сотовой связи имеют существенные различия.

Анализ практики дивидендных выплат межрегиональных компаний фиксированной связи до присоединения в 2011 году к "Ростелекому" в рамках реорганизации госхолдинга "Связьинвест" показал, что для них не характерен единый подход в реализации дивидендной политики. Некоторые межрегиональные компании (МРК) связи "Связьинвеста" предпочитали увеличивать дивиденды пропорционально росту чистой прибыли, используя механизм постоянного процентного распределения прибыли. Другие практиковали более взвешенную дивидендную политику, сочетающую различные дивидендные стратегии по отношению к привилегированным и обыкновенным акциям. Фиксированный процент от прибыли устанавливался преимущественно для привилегированных акций (ОАО «Волгателеком», ОАО «Ростелеком»). Для обыкновенных акций размер дивиденда чаще всего определялся как гарантированный минимум с возможностью получения экстра-дивиденда при наличии

нераспределенной чистой прибыли в текущем отчетном периоде (например, ОАО «Уралсвязьинформ»), а также по методике остаточного дивиденда (ОАО «Ростелеком», ОАО «Волгателеком»). Но даже в этом случае допускались ссылки на необязательный характер таких минимумов. В среднем доля дивидендных выплат межрегиональных компаний связи в прибыли по МСФО составляла 16% по обыкновенным акциям и 10% по привилегированным акциям.

По итогам девяти месяцев 2010 года "Ростелеком" ограничился минимальными дивидендами в размере 3,05% от чистой прибыли компании по РСБУ за прошлый год без учета последних приобретений. Межрегиональные компании "Связьинвеста" и "Ростелеком" за девять месяцев 2010 года выплатили промежуточные дивиденды на общую сумму 8 млрд руб. На дивиденды по обыкновенным акциям МРК направили 15% неаудированной чистой прибыли по РСБУ, по привилегированным акциям - 10%[4].

Руководство объединенного "Ростелекома", образованного путем присоединения к нему семи межрегиональных компаний и "Дагсвязьинформа", в качестве оптимального уровня рассматривает выплаты дивидендов в размере до 40% от чистой прибыли, причем 30% прибыли предполагается направлять на дивиденды по обыкновенным акциям и 10% - по привилегированным[14]. Такой уровень выплат соответствует инвестиционной программе компании, запланированной до 2015 года, и задачам ее инновационного развития. Согласно Стратегии развития объединенной компании до 2015 года ежегодные инвестиции "Ростелекома" составят 20% от выручки[16]. В настоящее время компания работает над созданием новой дивидендной политики, которая ориентирована на учет

лучшей практики в этой сфере в соответствии с мировыми стандартами.

Исследование дивидендной политики сотовых операторов связи показывает, что она в основном характеризуется возрастающей динамикой в выплате дивидендов, причем как в абсолютном, так и в относительном (по отношению к чистой прибыли) отношении. Дивидендная политика ОАО «МТС» предусматривает выплату установленного на более высоком уровне минимума - не менее 50% чистой годовой прибыли по US GAAP. При определении размера дивидендов, выплачиваемых ОАО «МТС», Совет директоров учитывает целый ряд факторов, в первую очередь, перспективы роста доходов, требования по капитальным затратам, поступление средств от основной деятельности, потенциальные возможности приобретений, а также состояние долга компании. Такие случаи установления гарантированного размера дивидендных платежей на высоком уровне (более 50% от чистой прибыли) являются редкими в российской практике[5]. В большинстве случаев компания исторически превышала закрепленный в Уставе акционерного общества и Положении о дивидендной политике эмитента (2007г.) гарантированный уровень дивидендных выплат, выплачивая преимущественно 60-78%, что соответствует дивидендной доходности на уровне 4-6% для ADR и 4-8% для локальных акций (таблица 1)(см. ниже).

Фактически в 2010 году ОАО «МТС» превысила прогнозные значения и выплатила \$1,08 млрд., или 78% чистой прибыли в качестве дивидендов. Такая агрессивная дивидендная стратегия ОАО «МТС» объясняется тем фактом, что, как правило, в холдинговой структуре дивидендные выплаты служат инструментом перераспределения финансовых потоков между предприятиями группы.

Таблица 1. Динамика показателей дивидендных выплат и дивидендной доходности ОАО «МТС» за 2005-2010 годы

(Составлено автором)

№	Показатели	Год выплаты					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010*
А	1	2	3	4	5	6	7
1	Выплаты дивидендов, млн.руб.	15 624	19 669	32 116	28797	31 668	37 082
2	Доля дивидендов в чистой прибыли, %	49,9	60,0	60,7	57,9	100,0	75,0
3	Дивидендная доходность, в % к средней годовой цене						
3.1	ADR	3,8	4,9	4,5	6,2	6,3	6,0
3.2	Локальные акции	3,8	5,2	5,4	8,2	8,8	7,8

*прогнозные значения

Следовательно, «компания-донор» - ОАО «МТС» осуществляет максимальные дивидендные выплаты, так как ее основной акционер - АФК «Система» - заинтересован в денежной позиции.

Акционерам "ВымпелКома", согласно дивидендной политике, должно выплачиваться не менее 25% от чистой прибыли. Однако в 2006 и 2007 годах размер дивидендов был исторически больше - около 40%. По итогам 2008 года "ВымпелКом" реализовал антикризисную модель выплаты дивидендов. Учитывая высокую долговую нагрузку и отсутствие единого контролирующего акционера, дивиденды компания не выплачивала. Дивидендная политика Vimpelcom Ltd. предусматривает, что на выплату дивидендов должно направляться не менее 50% от годового свободного денежного потока компании в России и на Украине ("ВымпелКом" и украинский "Киевстар"). В апреле 2011 года наблюдательный совет Vimpelcom Ltd. принял решение выплатить финальные дивиденды за 2010 г. на сумму \$244 млн. Таким образом, с учетом промежуточных дивидендов в 2010 году акционерам выплачено 65% чистой прибыли.

Телекоммуникационный холдинг Vimpelcom Ltd., завершивший в этом году объединение с ак-

тивами египетского бизнесмена Нагиба Савириса, не планирует изменять определяющий подход к формированию дивидендной политики. Вместе с тем обслуживание долга Orascom Telecom за счет доходов российского подразделения компании - "ВымпелКом" значительно сокращает потенциальную возможность увеличения дивидендных выплат. Что касается дивидендной политики ОАО «Мегафон», то за 2008 и 2009 годы дивиденды компанией не выплачивались по двум причинам:

во-первых, из-за необходимости создания «подушки ликвидности» в условиях мирового финансового кризиса;

во-вторых, в связи с реализацией стратегии приобретения активов, требующей значительных объемов финансирования.

В отношении дивидендных выплат за 2010 год Совет директоров ОАО «Мегафон», учитывая нацеленность компании на конкурентную борьбу, консолидацию активов и усиление позиций на рынке, дал аналогичные рекомендации. При этом не исключается изменение принципов дивидендной политики после достижения указанных стратегических задач.

По величине коэффициента дивидендных выплат российские телекоммуникационные компании занимают

лишь седьмое место, опережая Южную Корею, Китай и Индию. При этом средний коэффициент дивидендных выплат в целом по России, который не превышает 16% от чистой прибыли, значи-

тельно ниже, чем в любой другой из десяти стран с развивающейся рыночной экономикой, представленной в таблице 2.

Таблица 2. Коэффициент дивидендных выплат в 2010 году
(Составлено автором)

Страна	Телекоммуникации	Место	Нефть и газ	Место	Всего	Место
Чехия	123	1	-	-	82	1
Чили	73	3	-	-	76	2
ЮАР	41	6	34	1	46	3
Бразилия	55	5	14	7	44	4
Польша	90	2	17	5	41	5
Мексика	57	4	-	-	35	6
Китай	23	9	28	2	30	7
Индия	22	10	22	3	20	8
Южная Корея	26	8	19	4	17	9
Россия	28	7	16	6	16	10

В целом анализ механизма реализации дивидендной политики инновационно-активных компаний телекоммуникационной отрасли, которая по аналитическим данным Российской Ассоциации Прямого и Венчурного Инвестирования (РАВИ) лидирует по объему прямых и венчурных инвестиций в России, позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, большая часть компаний в качестве определяющего подхода реализует умеренный (компромиссный) и консервативный типы формирования дивидендной политики, что соответствует принятым Положениям о дивидендной политике и Уставам акционерных обществ.

Во-вторых, используются практически все методики дивидендных выплат, чаще всего различающиеся для привилегированных акций (преобладает методика постоянного процентного распределения прибыли) и обыкновенных акций.

В-третьих, средний уровень дивидендов в прибыли составляет 20-30% (за исключением ОАО «МТС»), что значительно ниже, чем в энергетиче-

ском секторе (более 50% чистой прибыли).

Таким образом, в настоящее время телекоммуникационный сектор предлагает инвесторам стабильные дивиденды, привлекательную дивидендную доходность, что в целом позволяет рассматривать их акции в качестве инвестиций с регулярным годовым доходом. Следует отметить, что компании, выплачивающие дивиденды, в среднем дорожают быстрее, чем эмитенты, направляющие средства в развитие бизнеса. Высокие дивидендные выплаты телекоммуникационных компаний воспринимаются инвесторами позитивно, что положительно отражается на котировках их акций.

Однако, несмотря на положительные сдвиги в практике дивидендных выплат отдельных российских компаний, она остается нестабильной, не отражает инновационных приоритетов развития российской экономики, инвестиционных возможностей и финансового положения компаний. Отраслевая принадлежность компании, которая ассоциируется с доходностью бизнеса, оказалась тесно связана с дамми-переменной \square выплата дивидендов по

акциям за период □ на сверхвысоком уровне значимости [10]. Значительные отраслевые диспропорции оказывают влияние на доходы российских предприятий и порядок их распределения. В этой связи основная доля дивидендных выплат (более 80%) приходится на нефтегазовые компании сырьевого сектора экономики России, в то время как предприятия наукоемкой отрасли машиностроения практически не выплачивают дивидендов (менее 1% совокупных дивидендных выплат) в силу низкой рентабельности и имеют низкую инвестиционную привлекательность.

Многочисленные теоретические исследования в области формирования дивидендной политики (теория иррелевантности дивидендов, теория предпочтительности дивидендов, теория налоговой дифференциации) предлагают весьма противоречивые рекомендации по формированию оптимальной дивидендной политики. Вместе с тем надо полагать, что включение дивидендной политики, учитывающей инновационную направленность российских высокотехнологичных и наукоемких компаний, в их управленческую стратегию следует рассматривать как фактор повышения инновационной активности и эффективности финансового менеджмента. Для данных компаний могут быть даны следующие рекомендации по выбору методологических инструментов, способствующих оптимизации дивидендной политики и реализации целей инновационной политики.

С целью определения будущих денежных потоков, доступных к распределению в условиях активизации инновационно-инвестиционной деятельности, необходимо оценить потребность компании в инновациях, определить стадию жизненного цикла и провести оценку ее инвестиционных возможностей. На этой основе следует осуществить разработку инвестиционного бюджета на среднесрочный период (3 года) с разбивкой по годам и детализацией первого года по кварталам; рассчитать сумму акционерного капитала, необходимого для финансирования оптимального инвестиционного бюджета при целевой структуре капитала. Далее необходимо количественно и качественно оценить факторы, ограничивающие принятие дивидендного решения. При этом особое внимание уделить ограничениям финансового, организационно-управленческого и правового характера.

Выявление детерминанты в распределении прибыли на основе проведенного факторного анализа позволяет осуществить выбор методики дивидендных выплат. При этом в обязательном порядке должно учитываться различное влияние механизма реализации основных методик дивидендной политики на уровень инвестиционной активности и инвестиционной привлекательности компании (таблица 3).

Таблица 3. Оценка взаимосвязи основных методик дивидендных выплат, инвестиционной активности и инвестиционной привлекательности

Методика дивидендных выплат	Содержание методики дивидендных выплат	Коэффициент реинвестирования, $(RR=1-DRP)^{**}$	Характеристика инвестиционной активности и инвестиционной привлекательности компании
Методики дивидендных выплат в денежной форме			
<i>Агрессивный тип дивидендной политики</i>			

Продолжение таблицы 3

1.Методика постоянного процентного распределения прибыли**	Соблюдается постоянство коэффициента дивидендных выплат (дивидендного выхода), $DPR = const$	Менее 50%	Инвестиционная активность определяется нестабильностью суммы формируемой прибыли. Наблюдаются резкие перепады в рыночной стоимости акций, что отрицательно сказывается на их инвестиционной привлекательности
2.Методика постоянного роста дивидендных выплат	Стабильное увеличение дивиденда в расчете на одну акцию (DPS) при плановом (целевом) уровне показателя дивидендного выхода (DPR)	0%-50%	Инвестиционная активность заметно сокращается при замедлении темпов роста прибыли по сравнению с фондом дивидендных выплат. Обеспечение высокой рыночной стоимости акций и инвестиционной привлекательности.
Умеренный (компромиссный) тип дивидендной политики			
3.Методика выплаты гарантированного минимума и «экстра» - дивидендов**	1. Соблюдение постоянства регулярных выплат фиксированных сумм дивиденда на акцию в минимально предусмотренном размере, $DPS = const$; 2. Премия к фиксированной сумме дивиденда	50%-80%, в том числе минимальный стабильный уровень 70-80%.	Инвестиционная активность не снижается даже в период увеличения дивидендных выплат «экстра» - дивидендов. Инвестиционная привлекательность акций компании снижается при продолжительной выплате минимальных размеров дивидендов.
Консервативный тип дивидендной политики			
4.Методика остаточного дивиденда	Дивидендные выплаты в году $t =$ чистая прибыль – нераспределенная прибыль, направляемая на финансирование инновационно-инвестиционных программ данного года.	90% - 100%	Высокий уровень инвестиционной активности компании. Инвестиционную привлекательность компании заметно снижает нестабильность размеров дивидендных выплат или их полное отсутствие.
5.Методика фиксированных дивидендных выплат**	Соблюдение постоянства суммы дивиденда на акцию, $DPS = const$ в течение длительного периода вне зависимости от динамики курса акций, регулярность дивидендных выплат	80-90%	Инвестиционная активность в период неблагоприятной конъюнктуры и низкого размера формируемой прибыли может быть сведена к нулю. Стабильность котировки акций на фондовом рынке положительно влияет на инвестиционную привлекательность компании.
Методики дивидендных выплат в неденежной форме			
6. Методика выплаты дивидендов акциями**	Получение акционерами дополнительных акций вместо денежного дивиденда	100%	Высокий уровень инвестиционной активности компании. Инвестиционная привлекательность не снизится, если акции достаточно ликвидны, чтобы в любой момент превратиться в наличность.

*Диапазоны значений коэффициента реинвестирования определены автором с учетом зарубежного опыта и рекомендуемых Воробьевым А.Г. оптимальных уровней дивидендных выплат по отношению к чистой прибыли компании

**Указанные методики дивидендных выплат официально рекомендованы российским компаниям для выбора дивидендной политики в рамках разработки основных направлений финансовой политики.

Таким образом, достаточный уровень инвестиционной активности, необходимый на ранних стадиях жизненного цикла предприятия, а также для реализации инновационно-инвестиционных проектов с уровнем внутренней ставки рентабельности, превышающим средневзвешенную стоимость капитала, в большей степени сопряжен с методикой остаточного дивиденда, методикой выплаты гарантированного минимума и «экстра» - дивидендов, а также методикой выплаты дивидендов акциями. На первостепенном учете инвестиционных возможностей предприятия базируется методика остаточного дивиденда, согласно которой предприятие осуществляет максимально возможное финансирование инвестиционного бюджета путем реинвестирования прибыли. В том случае, если размер оставшейся прибыли больше оптимального инвестиционного бюджета – предприятие выплачивает дивиденды; если меньше – дивиденды отсутствуют, вся чистая прибыль реинвестируется, а недостаток денежных средств покрывается через дополнительную эмиссию акций или другими способами. Вместе с тем считается, что консервативная стратегия дивидендного управления в венчурных компаниях крайне неэффективна, вследствие отсутствия интереса у потенциальных акционеров, ориентированных на высокий уровень дивидендных выплат. Более рациональный подход для таких компаний заключается в выборе стратегии, ориентированной на выплату дивидендов в периоды получения сверхприбылей от реализации инновационных проектов.

Модель выплаты дивидендов по выбранной методике представляет собой основу для установления целевого значения коэффициента реинвестирования ($RR=1-DRP$) на среднесрочную перспективу с использованием сценарного подхода, а также аналитических данных о среднеотраслевых показателях и

показателях конкурентов. Для определения оптимального значения коэффициента реинвестирования в качестве основы можно рекомендовать модель финансового прогноза. Она позволяет определять будущие денежные поступления, целевую структуру капитала, размеры заемного и акционерного капитала, которые необходимы для удовлетворения потребностей в капитале при сохранении его плановой структуры. Модель дает возможность предприятию выработать такую дивидендную политику на прогнозный период, при которой акционерный капитал, достаточный для финансирования инвестиционного бюджета, образуется без необходимости нового выпуска обыкновенных акций или выхода структуры капитала за пределы оптимального диапазона. В конкретные годы коэффициент реинвестирования может отличаться от оптимального, но в среднем за прогнозный период будет близок к нему. В целях концентрации собственных финансовых ресурсов на цели развития предприятия следует закрепить в его внутренних документах норму капитализации чистой прибыли (RR), характеризующую минимальную ее долю, обязательную к реинвестированию.

После определения целевого прогнозного значения коэффициента реинвестирования и формы выплаты дивидендов целесообразно осуществить оценку эффективности дивидендной политики с позиций возможности реализации инновационных стратегий развития компании, выявить детальность ее проработки и раскрытия информации.

В целях повышения эффективности дивидендной политики как неотъемлемой части финансового менеджмента, ориентированного на максимизацию благосостояния собственников, следует особое внимание уделять построению доверительных отношений с акционерами (shareholders relations), что

предполагает максимальное раскрытие информации. Как известно, инвесторы могут высоко оценивать стоимость компании даже в случае не выплаты дивидендов, если они хорошо информированы о программах ее развития, причинах невыплаты или сокращения дивидендов, направлениях реинвестирования прибыли.

В национальном стандарте корпоративного управления – Кодексе корпоративного поведения в главе 7 «Раскрытие информации об обществе» рекомендуется раскрывать всю существенную информацию об обществе, а также дополнительную информацию, которая является важной для оценки общества акционерами и потенциальными инвесторами, в том числе, сведения об условиях и порядке выплаты дивидендов. В Кодексе в главе 9 «Дивиденды» рекомендуется также установить прозрачный и понятный акционерам механизм определения размера дивидендов и их выплаты; информировать акционеров и иных заинтересованных лиц о своей дивидендной политике, учитывая ее большое значение для принятия инвестиционных решений. Средняя оценка уровня раскрытия информации по развитым странам составляет 74 из 100, по развивающимся странам – 66. При этом выявляется значимая зависимость между степенью раскрытия информации и уровнем дивидендных выплат.

Такой подход к раскрытию информации о дивидендной политике и иной существенной информации, необходимой для принятия инвестиционных решений, может быть реализован в отношении высокотехнологичных и наукоемких публичных компаний в рамках формирования годового аналитического отчета о результатах комплексной оценки инвестиционной привлекательности компании. В указанном документе внутренней отчетности следует предусмотреть раздел, содержащий подробную информацию о многофакторной

системе формирования и реализации дивидендной политики компании, включающий динамику основных индикаторов оценки эффективности дивидендной политики за ряд отчетных периодов (DPS, EPS, DPR, P/ E, текущая (дивидендная) и общая доходность акции) и сведения о целевом значении коэффициента реинвестирования на среднесрочную перспективу.

Повышение качества дивидендного управления, эффективное внедрение в него инструментов, формирующих стимулы к инвестициям в инновации и финансовому развитию компаний на долгосрочной основе, позволят повысить инвестиционную активность и инвестиционную привлекательность высокотехнологичных и наукоемких публичных российских компаний, реализовать их инновационные стратегии.

Библиографический список

1. Безбородов А., Раджапов М. Тенденции развития инновационной деятельности отрасли телекоммуникаций. - <http://www.infocom.uz>
2. Боди З., Мертон Р. Финансы. – М.: Вильямс, 2007.
3. Данилочкин С. Базовые компоненты технологии формирования дивидендной политики // РИСК. – 2010 №1 – с.22-26.
4. Ерохина И. «Связьинвест» выносит дивиденды// Коммерсант. - № 92. - 26.05.2010.
5. Жукова Т.В. Дивидендная политика в современном акционерном обществе. Теория и практика российских компаний// Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. – 2009. - №7. - www.ao-journal.ru
6. Ковалев В.В. Управление финансовой структурой фирмы: учеб.-практ. пособие. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2010.
7. Кодекс корпоративного поведения - www.fcsm.ru

8. Корнеев И.Н. Новые направления развития телекоммуникаций // Экономические науки. – 2010. - №3. – с.132-134.
9. Рудык Н.Б. Проблема самоконтроля и дивидендная политика корпораций // Финансовый менеджмент. – 2008. - № 4. – с. 108-113.
10. Ружанская Л., Лукьянов С. Особенности дивидендной политики российских компаний и интересы инвесторов // Вопросы экономики. – 2010 №3 – с.132-146.
11. Формирование регионального модуля национальной инновационной системы: под ред. проф. Л.Г. Матвеевой, доц. Т.В. Федосовой – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2009.
12. Этринг П. Финансовый менеджмент для неспециалистов. 3-е изд. / Пер. с англ. Под ред. Е.Н. Бондаревской. – СПб.: Питер, 2006.
13. <http://algoritmus.ru>
14. <http://www.ComNews.ru> - Новости. Кудряшова Е. "Ростелеком" посулил дивиденды, от 30.05.2011.
15. <http://www.slon.ru> – Slon.ru Деловые новости и блоги
16. <http://www.rbk.ru> – РБК. Определена дивидендная стратегия объединенного "Ростелекома", от 05.04.2010.

Bibliographic list

1. Bezborodov A. Radjapov M. Trends in innovation activities the telecommunications industry. -<http://www.infocom.uz>
2. Bodie Z., Merton Finance. -M.: Williams, 2007.
3. Danilochkina C. Basic technology components forming the dividend policy // RISK. - 2010 № 1 - p.22-26.
4. Erokhina I. "Svyazinvest" bore dividends // Kommersant. - № 92. - 26.05.2010.
5. Zhukova TV Dividend policy in the modern corporation. Theory and practice of Russian companies // joint-stock company: corporate governance issues. - 2009. - №7. - www.ao-journal.ru
6. Kovalev VV The financial management structure of the firm: ucheb.-Pract. allowance. - Moscow: TC Welby, publ Prospect, 2010.
7. Code of Business Conduct - www.fesm.ru
8. Korneev, IN New directions for the development of telecommunications // Economics. - 2010. - № 3. - P.132-134.
9. Rudyk NB The problem of self-control and corporate dividend policy // Financial Management. - 2008. - № 4. - With. 108-113.
10. Ruzhanskaya L., Lukyanov S. Features of the dividend policy of Russian companies and the interests of the investors // Problems of Economics. - 2010 number 3 - p.132-146.
11. Formation of a regional unit of the national innovation system: ed. prof. LG Matveeva, Assoc. TV Fedosova - Taganrog: Izd TSURE, 2009.
12. Etrill AP Financial Management for nespetsialistov.3 ed. / Per. from English. Ed. EN Bondarevsky. - St. Petersburg. Peter, 2006.
13. <http://algoritmus.ru/>
14. <http://www.ComNews.ru> - News. Kudryashov E. "Rostelecom" promised dividends of 05/30/2011.
15. <http://www.slon.ru> - Slon.ru Business News and Blogs
16. <http://www.rbk.ru> - RBC. Determined by the combined company's dividend strategy of "Rostelecom", on 05.04.2010.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ОТЛИЧИЙ СПЕКУЛЯНТОВ ОТ ОСТАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ

Аннотация

Рассматриваются разные определения спекулянтов на финансовых рынках в экономической литературе, выделены два основных подхода в определении. На основе анализа теорий эффективности и равновесия рынков выделено отличие спекулянтов в отношении к информационной эффективности.

Annotation

This article discusses the various definitions of speculators in the financial markets in the economic literature, identified two main approaches in the definition. Based on the analysis of theories of market efficiency and market equilibrium speculators difference in relation to information efficiency is given.

Ключевые слова

Спекуляция, спекулятивные пузыри, участники финансовых рынков, микроструктура рынка, финансовые риски, гипотеза эффективного рынка, модели рыночного равновесия.

Key words

Speculation, speculative bubbles, financial market participants, market microstructure, financial risks, efficiency market hypothesis, market equilibrium models.

Кризис 2008 года вновь обнажил проблему определения доли спекуляции на финансовых рынках и её роль. Хотя спекуляции зачастую обвиняют в создании проблем на рынках, в действительности они необходимы для функционирования сложившегося типа международных финансовых отношений. Необходимо полное понимание природы спекуляций и мотивов, движущих спекулятивно настроенных участников рынка, для эффективного снижения отрицательного воздействия спекуляций при сохранении необходимых рынку функций.

Спекуляция достаточно емкий термин. В разных отраслях науки он трактуется по-разному. Если ознакомиться со всеми определениями спекуляции, то это может существенно расширить видение данной категории. В экономике общее определение спекуля-

ции означает получение дохода за счет разницы между ценой покупки и продажи.

Однако из этого определения следует, что неспекулянт должен, купив актив, держать его вечно, так как цены изменяются постоянно, а продав актив через некоторое время и получив доход, участник станет спекулянтом, что неприменимо к некоторым участникам рынка.

Спекуляция в философии – отвлечённое рассуждение, тип теоретического знания, которое выводится без обращения к опыту, спекулятивное суждение [4]. Спекулировать (о чём-либо, по какому-либо поводу, на какую-либо тему) – отвлечённо рассуждать. Отсюда спекулятивный – в значении умозрительный [3].

Существует ещё несколько определений спекуляции, у каждого из кото-

рых есть свои особенности. Одно определяет спекуляцию как принятие на себя определенного экономического риска, в ожидании определенной выгоды, где под экономической выгодой понимается превышение уровня безрисковой ставки процента. В этой же книге под спекуляцией понимается финансовое действие, которое не гарантирует возврата, как вложенных средств, так и процента. Спекуляция обычно подразумевает заем денежных средств для приобретения активов, ценных или долговых бумаг, но не средством анализа, а путем предположения о некотором или даже серьезном риске потери. Спекулянт рассматривается как участник рынка, который отождествляет цену актива с его стоимостью [9]. Ожидание положительной прибыли и призвано отличать спекуляцию от азартной игры, в которой игрок берет на себя риск ради своего удовольствия, несмотря на великую вероятность проигрыша; в статистической терминологии люди могут принять игру, даже если это должно привести к проигрышу. Другое определение описывает спекуляцию как принятие на себя риска в ожидании благоприятного изменения цены, которое не зависит от действий держателя риска [6]. Хотя оно похоже на предыдущее определение, это определение отделяет спекуляцию на изменении цен от спекуляции на изменении добавочной стоимости вследствие производственной деятельности, такой как переработка и транспортировка товаров, так же как и от манипуляций на рынке, с целью влияния на равновесную цену [7]. Третье определение определяет спекуляцию как принятие на себя риска с целью получения прибыли, основанной на будущем изменении цен, с точки зрения данного индивида [10]. Это определение подчеркивает, что спекулянты ищут выгоду, основываясь на своих способностях к сбору, анализу и толкованию общедоступной рыночной информации.

Литература по микроструктуре определяет спекулянтов как трейдеров, обладающих информацией, которые находят и используют информацию о фундаментальных показателях [11]. Основная категория информированных трейдеров – фундаменталисты, которые концентрируются стоимости определенных инструментов; они занимают короткие позиции на активах, которые, по их мнению, переоценены, и длинные позиции на недооцененных активах. Другая важная категория – арбитражеры, которые специализируются на относительной цене финансовых инструментов; арбитраж по своей природе подразумевает смену длинной и короткой позиций. Другие категории осведомленных трейдеров включают новостных трейдеров, кто ожидает изменения в стоимости, и технических трейдеров, кто анализирует ценовые графики. У всех у них общим является то, что они надеются получить прибыль, используя свои возможности покупать и играть, используя рыночную информацию.

Существование информированных трейдеров в литературе по микроструктуре рынка подразумевается существованием неинформированных трейдеров, которыми являются участники фондового рынка, кто обычно не торгует, основываясь на преимуществе используемой информации. Основную часть неинформированных трейдеров составляют хеджеры, которые играют с целью снижения вероятности определенных финансовых рисков; хеджирование само по себе подразумевает занятие коротких и длинных позиций, в зависимости от риска, который хеджируется. К другим категориям неинформированных трейдеров относятся инвесторы, которые ищут прибыль за счет отложенного потребления, и кредиторы, которые ищут прибыль за счет моментального предоставления средств. Хеджеров, инвесторов и кредиторов иногда называют утилитарными трейдерами,

все они обычно не ожидают прибыли от акта купли-продажи самого по себе, но торгуют, держа собственные цели в голове.

Другой категорией информированных трейдеров являются дилеры, или маркет-мейкеры, помогающие другим торговать на бирже, представляя себя финансовыми посредниками, которые могут покупать и продавать по запрашиваемой или предлагаемой цене. В отличие от хеджеров, инвесторов и кредиторов, дилеры ожидают получения прибыли от торговли как от части посреднических услуг, которых они обеспечивают. Хотя торговля на рынке может приносить некоторую информацию, способствующую получению прибыли, дилеры обычно не торгуют, основываясь на информационных преимуществах, и поэтому считаются неосведомленными участниками рынка.

Самуэльсон называл перемещение товаров из времен и мест, где наблюдается избыток этих товаров, туда, где наблюдается их недостаток, спекулятивной деятельностью. Спекуляция заключается в покупке товара с намерением его дальнейшей перепродажи. Спекулянты не заинтересованы в использовании продукта [12].

Также Кейнс рассматривал спекуляцию как держание некоторых средств в ожидании условий совершения спекулятивной сделки [2].

Проанализировав эти определения, можно выделить два основных подхода к ключевому отличию спекулянтов от остальных участников рынка:

- в отношении риску,
- в отношении к информации.

Однако сложно разграничивать эти две категории, так как риск возникает из-за невозможности получить всю нужную информацию о некотором событии. Ключевое отличие спекуляций необходимо искать в информационном аспекте.

Спекулирование в экономике всегда означало обладание некоторой возможностью, недоступной большинству хозяйствующих субъектов. Спекуляции связаны с движением товара, с обладанием спекулянтам преимуществ в пространстве или времени.

Исторически сложилось так, что спекуляции товарами или услугами дифференцировалась от таковых с капиталом. Обладание преимуществом в капитале, не затрагивая товарного оборота, выделяется как ростовщичество. Даже на современных финансовых рынках спекуляции связаны с вовлечением денежных средств в оборот некоторого актива, но не оборот денег сам по себе, это хорошо видно на примере приведенных определений. Отношение к спекуляции и инструментам спекуляции меняется с течением времени, с развитием экономических отношений, со сменой ведущих отраслей экономики.

Очень тяжело различить спекулянта или инвестора, любой инвестор может заключить спекулятивную сделку, и наоборот. Поэтому целесообразно говорить о спекулятивных стратегиях. Любой участник рынка в разные периоды может иметь разнонаправленные стратегии. Более того, само отношение к определенной стратегии может меняться со временем. Например, после депрессии 1930 года многие ведущие эксперты начали говорить о том, что только облигации могут считаться инвестированием [8].

С начала 20 - го века получил широкое развитие финансовый капитал, преимущества, связанные с товарами во времени и пространстве, стали играть меньшую роль. Развивалась международная торговля и глобализация. В 1973 году произошел переход на новую валютную систему плавающего валютного курса. На данном этапе возросла роль современных технологий в интеграции национальных валютных рынков, возросла либерализация фондовых рынков,

и начался стремительный рост объемов международного движения капитала. Именно этот период связан с переходом от индустриального к постиндустриальному типу экономики. В 1970-х годах, после информационной революции, начала складываться организованная вокруг информационной технологии новая технологическая парадигма [1].

Можно рассмотреть спекуляцию в рамках моделей рыночного равновесия и эффективности. Существуют две конкурирующие теории рыночного равновесия: теория рациональных ожиданий (ТРО) и теория равновесия Байеса-Неша (ТРБН). Согласно ТРО все участники рынка ведут себя рационально, и действие отдельного участника не может повлиять на цену: цена воспринимается как данность. В ТРБН наоборот учитываются действия всех участников, и цена не является данностью [5, с. 14]. Теория информационной эффективности рассматривает, как много информации заложено в цене. Рынок имеет сильную форму, если вся общедоступная информация, а также частная информация полностью отражаются в ценах. Если рассматривать рыночную эффективность согласно ТРО, то в рамках этой теории возникает парадокс, который заключается в отсутствии стимулов к торговле на эффективном рынке.

Хиршлейфер первый отметил, что на эффективном рынке не имеет смысла страховать риски [5, с. 26]. Позднее эта особенность стала известна как парадокс Гроссмана-Стиглица: если рынок эффективен с информационной точки зрения, иными словами, вся необходимая информация отражается в уровне цен, то ни один из участников рынка не будет иметь стимулы использовать информацию, содержащуюся в ценах.

Парадокс Гроссмана-Стиглица сильно зависит от отношения участников рынка к цене. В рамках теории ТРБН существует одна модель, в кото-

рой ограниченное количество участников может изменить функцию спроса. Она показала, что, несмотря на отсутствие информационных преимуществ, участники рынка могут приступить к торговле в надежде на то, что другие участники поверят в существование информационного преимущества. [5, с. 27].

При анализе этих моделей получается, что при информационной эффективности не возникнет необходимости в управлении риском, в его хеджировании, следовательно, отпадает необходимость в спекулянтах, как контрагентах хеджеров. Также возникающие парадоксы на эффективном рынке указывают на то, что, с одной стороны, все участники стремятся к рыночной эффективности, для того чтобы обладать полной информацией, для минимизации рисков. С другой стороны, некоторое количество участников стремится к тому, чтобы полная информация была доступна ограниченному количеству участников, иначе при установлении общей рыночной эффективности невозможно будет получать постоянную прибыль.

Из этого можно сделать вывод, что добросовестный инвестор стремится к общей рыночной информации, чтобы иметь всю возможную информацию о будущих доходах от актива, но спекулянты, наоборот, заинтересованы только в личной информационной эффективности.

Библиографический список

1. Бревдо Т.В. Глобализация мировой экономики. Ростов н/Д: Феникс, 2008. С. 98.
2. Пети В., Смит А., Рикардо Д., Кейнс Д. М., Фридмен М. Классика экономической мысли: Сочинения. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. С. 616.
3. Словарь иностранных слов. М.: Русский язык, 1986. С. 467.

4. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. С. 645.
5. Brunnermeier K. M. Asset Pricing under Asymmetric Information. Oxford, 2001. 244 с.
6. Cheroenrook A., Daouk H. A Study of Market – Wide Short-Selling Restrictions: Working paper, 2005. URL: <http://ssrn.com/abstract=687562> (дата обращения: 17.02.2011).
7. Duffie D. In Defense of Financial Speculation. // Wall Street Journal. 2010. № 24. С. 3.
8. Graham B. The Intelligent Investor. New York: McGraw-Hill, 1976. С. 18.
9. Graham B., Dodd B. Security Analysis. New York: McGraw-Hill, 1934. С. 134.
10. Harris L. Trading and Exchanges: Market Microstructure for Practitioners. New York: Oxford University Press, 2002. 650 с.
11. O'Hara M. Market Microstructure Theory. Oxford, 1995. 294 с.
12. Samuelson P., Nordhaus W. Economics. New York: McGraw-Hill, 1995. С. 181.

Bibliographic list

1. Brevdo T. World Economy Globalization. Rostov-on-Don: Feniks, 2008. P. 98.
2. Petty J. W., Smith A., Ricardo D., Friedman M., Keynes J. M. Economic

- classical thought: Works. Moscow: EKSMO-Press publishing, 2000. P.616
3. Foreign words dictionary. Moscow: Russian language, 1986. P. 467.
4. Philosophical Encyclopedic Dictionary. Moscow: Soviet encyclopedia, 1983. P. 645.
5. Brunnermeier K. M. Asset Pricing under Asymmetric Information. Oxford, 2001. 244 p.
6. Cheroenrook A., Daouk H. A Study of Market – Wide Short-Selling Restrictions: Working paper, 2005. URL: <http://ssrn.com/abstract=687562> (date: 17.02.2011).
7. Duffie D. In Defense of Financial Speculation. // Wall Street Journal. 2010. № 24. P. 3.
8. Graham B. The Intelligent Investor. New York: McGraw-Hill, 1976. P. 18.
9. Graham B., Dodd B. Security Analysis. New York: McGraw-Hill, 1934. P. 134.
10. Harris L. Trading and Exchanges: Market Microstructure for Practitioners. New York: Oxford University Press, 2002. 650 p.
11. O'Hara M. Market Microstructure Theory. Oxford, 1995. 294 p.
12. Samuelson P., Nordhaus W. Economics. New York: McGraw-Hill, 1995. P. 181.

И.С. Зуева

МОТИВЫ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В СИСТЕМЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ КОМПАНИЙ

Аннотация

В данной статье исследуются основные мотивы, побуждающие компании участвовать в сделках по слиянию и поглощению, а также условия, которые способствуют достижению синергического эффекта при этих сделках.

Annotation

In given article is researched the main motivations that encourage companies to participate in mergers and acquisitions as well as the conditions that contribute to achieving synergies with these

Ключевые слова

Слияния и поглощения компаний, мотивы слияний и поглощений, синергический эффект.

Keywords

Mergers and acquisitions, the motives of mergers and acquisitions, synergistic effect

Известно, что под слиянием понимается реорганизация юридических лиц, при которой права и обязанности каждого из них переходят ко вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом [1]. За рубежом понятия «слияние» и «поглощение» не имеют такого четкого разграничения, как в нашем законодательстве. Например, английские аналоги рассматриваемых понятий имеют неоднозначное значение[2]:

Merger – поглощение (путем приобретения ценных бумаг или основного капитала), слияние (компаний);

Acquisition – приобретение (например, акций), поглощение (компаний);

Merger and acquisitions – слияния и поглощения компаний. Фактически слияние и поглощение – это общее понятие для всех сделок с передачей корпоративного контроля во всех формах, включая покупку и обмен активами. Сюда входят сами слияния (соединение компаний в одну), поглощения, приобретение компаний, LBO, MBO (выкуп акций заемными средствами), "takeover" (враждебное поглощение), рекапитализация, изменение структуры собственности, "обратное слияние" (создание публичной компании без IPO), "spin-off" (выделение и продажа бизнес-единицы) и все другие сделки, которые подразумевают передачу корпоративного контроля из рук одних акционеров другим[3]: .

Эти сделки могут быть использованы в различных целях как в интересах компаний в целом, так и в интересах их совладельцев. Слияния и поглощения могут улучшить положение компании и повысить прибыльность и устойчи-

вость, сделать бизнес более конкурентоспособным и прибыльным.

Основной импульс использования механизмов слияния и поглощения — это стремление иметь устойчивое экономическое и социальное положение в условиях конкуренции, что вынуждает активно искать инвестиционные возможности, эффективно использовать все ресурсы, снижать издержки и выработать стратегии противодействия конкурентам. Расширяя свои возможности, компании создают стратегии диверсификации и реструктуризации. Поглощение является основным инструментом перераспределения контроля над компаниями. С точки зрения корпоративного контроля, сделки по слиянию и поглощению:

□ являются естественной реакцией на изменяющиеся рынки ;

□ нужны всем компаниям для постоянного приспособления к изменяющейся экономике .

Как правило, подчеркивают следующие основные мотивы слияний и поглощений компаний[4]:

1. Получение дополнительного эффекта, возникающего как взаимодополняющее действие активов двух или нескольких предприятий, дающее совокупный результат, намного превышающий сумму результатов отдельных действий этих компаний. Синергетический эффект в данном случае возникает благодаря:

а) экономии, обусловленной масштабами деятельности;

б) комбинированию взаимодополняющих ресурсов;

в) финансовой экономии за счет снижения транзакционных издержек;

г) возросшей рыночной мощи за счет снижения конкуренции (мотив монополии);

д) взаимодополняемости в области НИОКР.

— Экономия, обусловленная масштабами, возникает, когда средняя величина издержек на единицу продукции снижается по мере увеличения объема производства продукции. Происходит распределение постоянных издержек на большее число единиц выпускаемой продукции. Экономия за счет масштаба выражается в возможности выполнять больший объем работы на тех же мощностях, при той же численности работников, при той же системе распределения, то есть позволяет более эффективно использовать имеющиеся в наличии ресурсы. Однако существуют определенные пределы увеличения объема производства, при превышении которых издержки на производство могут существенно возрасти, что приведет к падению рентабельности производства.

Слияния и поглощения компаний могут порой обеспечивать экономию, полученную за счет централизации маркетинга, например, через объединение усилий и придание гибкости сбыту, возможности предлагать дистрибьюторам более широкий ассортимент продуктов, использовать общие рекламные материалы.

Такой вид экономии характерен для горизонтальных слияний и в меньшей степени для конгломератных. В этом случае добиваются экономии, обусловленной масштабами, за счет устранения дублирования функций различных работников, централизации отдельных функций управления, таких, как: бухгалтерский учет, финансовый контроль, делопроизводство, повышение квалификации персонала и общее стратегическое управление компанией. Интегрировать поглощаемую компанию в действующую структуру обычно сложно. Поэтому некоторые компании после

слияния продолжают функционировать как совокупность отдельных и иногда конкурирующих подразделений, имеющих разную производственную инфраструктуру, научно-исследовательские и маркетинговые службы. Даже экономия за счет централизации отдельных функций управления может оказаться недостижимой. Сложная структура корпорации, наоборот, способна привести к увеличению численности административно-управленческого персонала.

— Комбинирование взаимодополняющих ресурсов возникает в случае, если каждая из компаний имеет то, что необходимо другой, и поэтому их слияние станет эффективным при условии, что получаемые ресурсы будут стоить дешевле, нежели пришлось бы их создавать самостоятельно.

Такой вид слияний характерен как для крупных фирм, так и для малых предприятий. Крупные компании чаще всего сами в состоянии создать необходимые им компоненты, но можно гораздо дешевле и быстрее получить к ним доступ, осуществив слияние с компанией, которая их уже производит. Малые предприятия создают подчас уникальные продукты, но испытывают недостаток в производственных, технических и сбытовых структурах для организации крупномасштабного производства и реализации этих продуктов. Таким образом, малые предприятия становятся объектом поглощения, способным обеспечивать недостающие компоненты для успешного функционирования крупных компаний.

— Нарастивание рыночной мощи компании за счет снижения конкуренции обусловлено стремлением достичь или усилить монопольное положение предприятия. Данный эффект характерен для слияний горизонтального типа. Антимонопольное законодательство ограничивает слияния, намерением которых является повышение цены. Однако в погоне за конкурентным преимущест-

вом цены могут быть снижены настолько, что каждый из производителей получает минимальную прибыль. В этой ситуации выгоднее выкупить компанию-конкурента и закрыть, устранив ценовую конкуренцию, чем опустить цены ниже средних переменных издержек, заставляя всех производителей нести существенные потери.

— Взаимодополняемость в области НИОКР возникает при объединении потенциалов двух фирм: одна из которых имеет превосходные каналы сбыта, другая - выдающихся исследователей, инженеров, программистов, но не обладает соответствующими производственными мощностями, сетью реализации, необходимыми для извлечения выгоды от новых продуктов, которые ими разрабатывались. Вместе же обе компании способны плодотворно функционировать. Через слияния могут быть также соединены передовые научные идеи и денежные средства, необходимые для их реализации. Молодые, передовые в технологическом отношении отрасли, связанные с производством и использованием наукоемкой продукции, технологических новинок, сверхсложной техники, становятся главной сферой интересов слияний. Так возникает экономия на дорогостоящих разработках новых технологий и создание новых видов продукции, а также экономия на инвестициях в новые технологии и новые продукты.

2. Повышение качества управления реализуется благодаря достижению высокой эффективности при слиянии неэффективно управляемой фирмы и компании с более эффективным аппаратом управления активами.

Компании, в которых остаются не до конца использованными возможности снижения затрат и повышения объемов продаж и прибыли, компании, имеющие неэффективный аппарат управления становятся естественными кандидатами на поглощение со стороны

фирм, имеющих более эффективные системы управления.

Зачастую эффективное управление подразумевает просто необходимость сокращения персонала или реорганизацию деятельности компании, ведь слияния и поглощения не единственно возможное средство совершенствования методов управления. Если реструктуризация позволит повысить качество управления - это веский аргумент в ее пользу. Однако необходимо проанализировать деятельность поглощаемой компании, чтобы не переоценить своих возможностей, особенно, если речь идет об управлении более сложной организацией с незнакомыми технологиями и рынками. Тем не менее в некоторых ситуациях именно эти процедуры представляют собой наиболее простой и рациональный способ повышения качества управления. Ведь менеджеры не станут принимать решения об увольнении или понижении в должности самих себя за неэффективное управление, а акционеры крупных корпораций не всегда имеют возможность непосредственно влиять на решения вопросов о том, кто и как именно будет управлять корпорацией.

3. Снижение налоговой нагрузки посредством приобретения высокоприбыльной фирмой, несущей высокую налоговую нагрузку, компании с большими налоговыми льготами, которые будут использованы для созданной корпорации в целом. У компании может иметься потенциальная возможность экономить на налоговых платежах в бюджет благодаря налоговым льготам, но уровень ее прибыльности недостаточен, чтобы реально воспользоваться этим преимуществом. Иногда после банкротства и соответствующей реорганизации компания может воспользоваться правом переноса понесенных ею убытков на облагаемую налогом прибыль будущих периодов. Правда, слияния, предпринятые исключительно ради

этих целей, Налоговая служба США, например, расценивает как сомнительные, и применительно к ним принцип переноса убытков может быть отменен.

4. Диверсификация реализуется через возможность использования избыточных производственных и финансовых ресурсов компании. Очень часто причиной слияний и поглощений является диверсификация в другие виды бизнеса. Диверсификация помогает стабилизировать поток доходов, что выгодно и работникам данной компании, и поставщикам, и потребителям, к примеру, за счет расширения ассортимента товаров и услуг.

Зачастую компания действует в отрасли, находящейся в стадии зрелости, и создает крупные потоки денежных средств, но располагает незначительным выбором привлекательных инвестиционных возможностей, в этом случае подобные компании используют образовавшиеся излишки денежных средств для проведения слияний. В противном случае они сами могут стать объектом поглощения другими фирмами, которые найдут применение избыточным денежным средствам.

Этот мотив связан с надеждами на изменение структуры рынков или отраслей с ориентацией на доступ к новым важным ресурсам и технологиям, также он позволяет компаниям идти в ногу со временем и зарабатывать на новых рынках. Так, Уорен Баффет, генеральный директор Berkshire Hathaway, компании, которая включала группу текстильных предприятий, возникших в начале XIX в., приобрел страховую компанию, превратив Berkshire — в холдинговую компанию, основным видом деятельности которой на сегодняшний день является страхование: включая дочернюю компанию GEICO Corporation, шестого по величине поставщика услуг автострахования в Соединенных Штатах, и General RE Corporation, одного из четырех круп-

нейших операторов на рынке вторичного страхования в мире. Berkshire издает газету *The Buffalo News* и владеет предприятиями, которые производят и продают различные виды товаров, начиная с ковровых покрытий, кирпичей, краски, энциклопедий, домашней мебели и систем очистки и заканчивая шоколадными конфетами, мороженым, ювелирными изделиями, обувью, униформой и воздушными компрессорами, владеет компаниями, занимающимися подготовкой экипажей воздушных и морских судов, а также акциями авиакомпаний и производителей электроэнергии. Помимо этого Berkshire владеет крупным пакетом акций таких корпораций, как: American Express, Coca-Cola, Gillette, The Washington Post и Wells Fargo[5]

5. Получение выгоды при покупке недооцененной компании реализуется в ситуации, когда проще купить действующее предприятие, чем строить новое. Это целесообразно тогда, когда рыночная оценка имущественного комплекса целевой компании (компания-мишень) значительно меньше стоимости замены ее активов.

Разница в рыночной цене компании и стоимости ее замещения возникает из-за несовпадения рыночной и балансовой стоимости приобретаемой фирмы. Рыночная стоимость фирмы базируется на ее способности приносить доходы, чем и определяется экономическая ценность ее активов. Если говорить о справедливой оценке, то именно рыночная, а не балансовая стоимость будет отражать экономическую ценность ее активов, а, как показывает практика, рыночная стоимость очень часто оказывается меньше балансовой (инфляция, моральный и физический износ и т.п.).

6. Получение выгоды при продаже даже компании по частям (продажа “вразброс”) реализуется при наличии разницы между ликвидационной и текущей рыночной стоимостью. Иначе этот мотив можно сформулировать сле-

дующим образом: возможность “дешево купить и дорого продать”. Нередко ликвидационная стоимость компании выше ее текущей рыночной стоимости. В этом случае фирма, даже при условии приобретения ее по цене, несколько выше текущей рыночной стоимости, в дальнейшем может быть продана “вразброс”, по частям, с получением продавцом значительного дохода (если активы фирмы могут быть использованы более эффективно при их продаже по частям другим компаниям, имеет место подобие синергии и синергетического эффекта). В целом если придерживаться точки зрения целесообразности, то ликвидация должна иметь место тогда, когда экономические приобретения перевешивают экономические потери.

Помимо традиционных мотивов интеграции могут встречаться и специфические. Так, слияния для российских компаний представляют собой один из немногих способов противостояния экспансии на российский рынок более мощных западных конкурентов.

Поглощения позволяют смещать неэффективно работающих менеджеров (против воли последних) и извлекать выгоду за счет синергетического эффекта объединения различных фирм. Кроме того, сама угроза поглощения влияет на поведение лиц, обладающих правами контроля, а именно: дисциплинирует их. В этой связи нормально функционирующий рынок поглощений признается важным компонентом (если вообще не предпосылкой) эффективной системы корпоративного управления. За несколько последних десятилетий вопрос регулирования поглощений приобрел особую актуальность. В настоящее время ЕС одобрил Тринадцатую директиву по законодательству об акционерных обществах, посвященную предложениям о покупке акций при поглощении. В отличие от российского законодательства, в указанной директиве делается попытка применить правила в отноше-

нии поглощений к зарегистрированным на бирже компаниям и особо рассмотреть предложения о добровольном поглощении (которые вообще не регулируются российским законодательством).

Добровольные предложения о приобретении акций представляют собой публичную оферту о приобретении акций общества, в результате принятия которой происходит смена контроля. Существуют особые правила, которые касаются условий таких предложений и раскрытия информации о них [6]. Слияния и поглощения расширяют возможности компаний. Менеджеры компаний обычно рассматривают внутренние и внешние инвестиционные возможности. Внутренние инвестиции касаются реорганизаций и инвестиций в саму компанию, внешние проекты связаны с приобретением новых активов и проектов. Компаниям следует рассматривать еще один круг возможностей, предполагающий взаимодействие с другими игроками рынка, и самим постоянно искать такие возможности, сопоставляя потенциал внутреннего роста и слияний.

Необходимо, чтобы варианты реструктуризации постоянно рассматривались и были в арсенале каждого корпоративного менеджера, так как Россия переживает уже вторую волну слияний и поглощений в последние годы. Первая волна была создана долговым кризисом 1998 г., девальвацией, удешевлением активов и переключением спроса на внутреннее потребление. Вторая волна вызвана высокими ценами на нефть, большими доходами от экспорта. Компании, особенно экспортного сектора, создали значительные наличные резервы и стремятся вложить их в другие отрасли. Очевидно, что российским компаниям не удастся избежать тенденции к укрупнению капитала, если они хотят быть конкурентоспособными как на локальном, так и на международном уровне. Таким образом, основной причиной слияний и поглощений всегда выступа-

ет намерение занимать устойчивое экономическое и политическое положение в условиях конкуренции. А также желание компании выжить в условиях, создаваемых конкурентной средой, например, таких, как: изменения в технологии и организации отраслей. Развитие экономики выражается в ее глобализации, диверсификации, технологическом прогрессе, либерализации рынков. Каждый этот фактор отдельно и в сочетании с другими вызывает необходимость пересмотра прогнозов и переоценки активов всеми компаниями.

Библиографический список

1. Федеральный закон РФ от 31.12.2005г. №208-ФЗ «Об акционерных обществах», ст. 16
2. Д.И. Стратан Теоретические основы реструктуризации собственности и реорганизации предприятия. Курс лекций/под ред. Д.И. Стратан, О.В. Семенов, Е.Ю. Лиманова -Ростов-на-Дону, 2005г., стр. 102
3. http://www.ebrc.ru/library/112/?i_9432=9865
4. Ф.М. Шерер, Д. Росс. Структура отраслевых рынков. Пер. С англ. — М.: Инфра. — М., 1997. — 698 с.
5. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями /

Уоррен Баффетт ; сост., авт. предисл. Лоренс Каннингем ; пер. с англ. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 268 с.

6. Пособие по корпоративному управлению: В 6 т. — М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. Т. 3: Часть III. Права акционеров.

Bibliographic list

1. Federal law of 31.12.2005 №208-FZ "About the joint-stock companies" Art. 16
2. D.I. Stratan Theoretical bases of the restructuring of ownership and enterprise reorganization of enterprise. A course of lectures / ed. D.I. Stratan, O.V. Semenenko, E.Y. Limanova Rostov-na-Donu, 2005., P. 102
3. http://www.ebrc.ru/library/112/?i_9432=9865
4. F.M. Scherrer, D. Ross. The structure of industrial markets. - M.: INFRA. - M., 1997. - 698
5. The essays of Warren Buffett lessons for corporate America/ Essays by Warren E. Buffett Selected, Arranged, and Introduced by Lawrence A. Cunningham First Revised Edition - M: "Alpina Business Books", 2005-268p.
6. Allowance Corporate Governance: 6 volumes - M: "Alpina Business Books", 2004. Part III. The rights of shareholders.

И.В. Колтырева

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Аннотация

В статье финансовый контроль рассматривается как элемент управления посткризисного развития промышленности региона, в частности, при введении ускоренной амортизации для обновления основных фондов предприятий, следует усилить контроль со стороны финансовых служб и государства и предприятия в отношении целевого использования амортизационных отчислений.

Annotation

In article financial control is considered as an element of management of postcrisis development of the industry of region, in particular, at introduction of the accelerated amorti-

zation for updating of fixed capital of the enterprises, it is necessary to strengthen control from financial services and the state and the enterprise concerning target use of depreciation charges

Ключевые слова

Финансовый контроль, промышленная политика, основные фонды, амортизационные отчисления, инвестиции, система финансового контроля.

Key words

Financial control, the industrial policy, fixed capital, depreciation charges, investments, system of financial control

Экономика нашей страны постепенно выходит на докризисный уровень и можно констатировать некоторый рост, что связано, с заметной реанимацией интереса к проблемам промышленной политики. В региональном разрезе развитие экономики происходит неравномерно. Сложившееся положение в российской экономике характеризуется наличием серьезных проблем, решение которых не под силу лишь представителям бизнеса и которые требуют поэтому новых подходов к государственной промышленной политике.

Промышленная политика включает в себя анализ текущей ситуации в промышленности, постановку задач и механизм их реализации, а также контроль выполнения разработанных мероприятий. Базой реализации этого комплекса является финансовый контроль как основная составляющая управления на макро- и микроуровне, то есть как государственный, так и внутренний в рамках предприятия. Поэтому представляется целесообразным применить комплексный подход к вопросам развития экономики и страны в целом и регионов.

Так, за 2010-й год в целом Ростовской области практически удалось достичь докризисного уровня промышленного производства: индекс промышленного производства к уровню 2008-го года составил 99,8 процента. Следует отметить, что восстановление промышленности Ростовской области в 2010-

году имело более интенсивную динамику, чем по Российской Федерации в целом. Индекс промышленного производства в Ростовской области в 2010-м году составил 115,9%, в то время как в Российской Федерации этот показатель имел значение в 108,2%, темпы роста физического объема производства за год превысили среднероссийские на 7,7%. Однако необходимо учесть, что темпы восстановительного роста в разрезе промышленных видов экономической деятельности были неоднородными. В январе – декабре 2010-го года добыча полезных ископаемых сократилась к уровню 2009-го года до 92,1%, в то же время в обрабатывающих производствах и секторе «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды» зафиксирован рост в размере 116,3% и 121,4% соответственно. [3].

Финансовое состояние донских предприятий также имеет положительную динамику. Так, сальдированный финансовый результат в 2010-м г. составил 26,9 млрд. рублей прибыли против 10,8 млрд. рублей за предыдущий год (то есть 249%). Существенно сократились убытки предприятий, получивших отрицательный результат по итогам финансово-хозяйственной деятельности. [5].

Сегодня во главу угла управления российской экономикой поставлено решение задач по преодолению последствий мирового финансового кризиса и обретение нового качества роста по-

средством внедрения высоких технологий и расширения инновационных возможностей предприятий. Финансовый контроль за решением этих задач позволит обеспечить конкурентоспособность продукции отечественных товаропроизводителей, устойчивые темпы экономического развития и повышение производительности труда. Безусловно, это подразумевает разработку и реализацию программ государственного стимулирования промышленности, бизнеса, повышение их ответственности. Государственное стимулирование может выражаться в большей мере в виде налогового стимулирования, с одной стороны, и неперемного усиления финансового контроля со стороны государства, с другой.

Основные направления модернизации экономики, обобщённые в стратегических документах развития страны, направлены на создание «умной экономики, производящей уникальные знания, новые вещи и технологии, полезные людям» [2].

Наиболее важной составляющей данного направления развития представляется активизация хозяйствующих субъектов в области инвестиционной и инновационной деятельности посредством стимулирования технического перевооружения основных средств предприятий промышленности. Учитывая сложившуюся в настоящее время практику, целесообразным надо считать усиление финансового контроля за процессом ускоренной амортизации для обновления основных фондов и финансирования расширенного производства. Это обусловлено существующей на сегодняшний день системой регулирования структуры инвестиций в нашей стране, которая по своим источникам является весьма затратной. Так, за 2008-й г. в общих инвестициях в основные фонды на амортизацию приходилось всего 17,3% (в США для сравнения – 74,2%, то есть в 4,3 раза больше) [4].

Подобное отставание в общих инвестициях и преобладание в их структуре заемных средств приводят к удорожанию производства товаров в нашей стране, и, как следствие, отрицательно влияют на них конкурентоспособность. Кроме того, следует отметить, что доля прибыли в источниках финансирования инвестиций в основной капитал в 2008-м г. достигала 18,4%, в 2009-м г. – 14,8%. Структура инвестиций в основной капитал также свидетельствует об отсутствии у промышленников и предпринимателей заинтересованности в инновационном развитии своих предприятий. Так, в основной капитал в 2009-м г. в общем было вложено 5770 млрд. руб., из них в здания и сооружения – 3221 млрд. руб. (55,7%), в машины и оборудование – 1798 млрд. руб. (31,2%), то есть доля вложений в здания и сооружения возросла по сравнению с 2008-м г. на 4,1% (в 2008-м г. она составляла 51,7%), а машин и оборудования – снизилась на 2,2%, кроме того, почти 3% средств было инвестировано в бывшие в употреблении машины и оборудование [6]. Данные показатели свидетельствуют о негативной тенденции: увеличении вложений в неактивную составляющую основного капитала, то есть углубляются процессы старения основных производственных фондов.

В Ростовской области за 2005 – 2009 годы в совокупном объеме инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий и организаций на долю промышленных видов деятельности приходилось 41,4%. В 2005-м году доля инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий промышленности области составляла 30,3%, по итогам 2009-го года – 52,3%. По данным за 2008-й год, физический объем инвестиций крупных и средних предприятий области более чем в 2 раза превышал значение показателя в 2005-м году. Однако в результате кризисных явлений 2009-го года рост показателя

сменился резким падением, которое сохранялось и в 2010-м году: индекс физического объема инвестиций в основной капитал по отношению к 2005-му году в 2009-м году составил 178,4%, а по итогам января – декабря 2010 года – 142,9 % [3]. К сожалению, следует признать, что это не свидетельствует о технической модернизации промышленных предприятий региона, поскольку промышленности области присущ обще-российский тренд структуры инвестиций.

Исходя из изложенного, для стимулирования модернизации российской экономики, обновления основных производственных фондов представляется необходимым усиление мер государственного регулирования амортизационной политики, в том числе ускоренной амортизации. Амортизационные отчисления, являясь составляющей издержек производства, с одной стороны, уменьшают размер прибыли предприятия, что уменьшает его платежи налога на прибыль в бюджет, и, с другой, становятся источником собственных финансовых ресурсов. При этом мобилизованные таким образом средства имеют целевое назначение – обновление основных фондов. Вместе с тем государство должно установить жесточайший контроль за целевым использованием амортизационных отчислений: средства амортизационного фонда могут быть использованы исключительно для обновления основного капитала. Это должно выражаться введением финансовых санкций за нецелевое использование начисленных амортизационных отчислений. Мотивацией для обновления основных фондов предприятия в этих условиях будет, с одной стороны, уменьшение суммы уплачиваемого налога на прибыль организации в размере средств, израсходованных на приобретение нового оборудования, и, при нецелевом использовании амортизационных отчислений: уплата в бюджет вос-

становленной суммы налога на прибыль (по сроку произведённого уменьшения), начисленной пени, а также штрафа в размере 100%, с другой. Выполнение контрольной работы по этому направлению следует возложить на налоговые органы.

Активное стимулирование инвестиционной деятельности в России с помощью налоговой политики в целом будет способствовать оздоровлению экономики страны и в большей мере развитию промышленности.

Развитие производства, направленность деятельности субъектов хозяйствования на техническое переоснащение бизнес-процессов, совершенствование технологии и организации производственных процессов определяют приоритетные направления развития в нынешних непростых условиях экономического механизма управления экономикой, связанных с интенсификацией и повышением эффективности инвестиционной деятельности на всех уровнях финансовой системы – от отдельного предприятия до государства в целом. Надо полагать, что именно в свете решения указанных задач роль финансового контроля во всех его видах и формах наиболее возрастает.

Здесь следует вспомнить, что финансовый контроль представляет собой одну из основополагающих функций управления или, другими словами, является практическим применением контрольной функции финансов. Контроль связывает воедино все функции управления, позволяя обеспечить достижение системой в целом поставленных целей. Польский профессор К. Адамецки выделял контроль как один из важнейших принципов управления и настаивал на сквозной роли контроля в процессах управления [1].

Финансовый контроль направлен на обеспечение динамичного развития экономики страны. Он охватывает производственную и непроизводственную

сферы, нацелен на повышение экономического стимулирования, рациональное и бережливое расходование материальных, трудовых, финансовых ресурсов и природных богатств, сокращение непроизводительных расходов и потерь, пресечение расточительности, бесхозяйственности. Финансовый контроль воздействует на общественные отношения, возникающие в сфере финансовой деятельности, то есть в процессе создания, распределения и использования определенных фондов денежных

средств.

Система финансового контроля, включающая в себя следующие формы: государственный (общегосударственный и ведомственный) и негосударственный (внутрихозяйственный, общественный и независимый), призвана способствовать социально-экономическому развитию российского общества в условиях глобализации экономики.

Элементы финансового контроля могут быть представлены следующей схемой на рис. 1



Рис. 1. Элементы финансового контроля

Следует отметить, что в нынешних условиях развития промышленности наиболее важным направлением внешнего (государственного) финансового контроля является модернизация налоговой системы Российской Федерации, имеющая своей основной задачей создание наиболее благоприятных налоговых условий для развития производства. В этом направлении, кроме введения ускоренной амортизации, возможен

возврат, как это было ранее, льгот по налогу на прибыль организаций, в той лишь её части, которая используется для целей модернизации, технического переоснащения предприятия, производящего продукцию. Учитывая, что в бюджет субъекта федерации зачисляется 18% налогооблагаемой прибыли, представляется целесообразным льготу по налогу на прибыль ввести за счёт этого уровня бюджета. Однако следует

понимать также, что в этих условиях необходимо ужесточить условия предоставления таких льгот и усилить контроль со стороны налоговых органов. С целью же минимизации потерь бюджета от введения льгот необходимо одновременно увеличить штрафные санкции за нарушения налогового законодательства. Этот процесс, в свою очередь, должен будет способствовать активизации службы внутреннего контроля на предприятии.

Ни одна из острейших социально-экономических проблем не будет решена, пока не будет наведен должный порядок в бюджетно-финансовой сфере, пока системе государственного финансового контроля не будет придана надлежащая стабильность. Поэтому эффективный и действенный финансовый контроль является необходимым условием сильной страны.

Библиографический список

1.Бровкина Н.Д. Основы финансового контроля. Под ред. д.э.н. проф. М.В.Мельник. М.: Магистр. 2007. С.36

2.Послание Президента Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации// Российская газета, 2009, 13 ноября, №5038 (214)

3.Постановление администрации Ростовской области от 13.05.2011 № 260 // Собрание правовых актов Ростовской области, 2011, май, №5

4.Соколов М. Амортизационная политика и диверсификация экономики. Экономист. №10 2010, с.20-24

Bibliographic list

1.Brovkina N.D. Bases of financial control. Under the editorship of d.e.s. Prof. M.V.Melnik. M: the Master. 2007. С.36

2.The message of President Dmitry Medvedev to Federal Meeting of the Russian Federation//the Russian newspaper, 2009, on November, 13th, №5038 (214)

3.The decision of administration of the Rostov region from 5/13/2011 № 260//Meeting of legal certificates of the Rostov region, 2011, May, №5

4.Sokolov of M. The amortization policy and an economy diversification. The economist. №10 2010, s.20-24

А.В.Бабурин, В.В.Терентьева

СОВРЕМЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

Аннотация

В настоящее время органы муниципальной власти стали обладать большими правами и обязанностями в организации управления местными финансами, в том числе проведения муниципального контроля за эффективным их использованием.

Однако изучение законодательной и нормативной базы позволило утверждать о том, что до настоящего время не определено место муниципального финансового контроля в системе общегосударственного финансового контроля, четко не обозначены задачи, цель и принципы организации муниципального финансового контроля, не сформирована система органов муниципального контроля.

Отсутствие на законодательном уровне основ организации муниципального финансового контроля требует не только организационных мер, но и определения его места и роли в условиях проводимой в стране бюджетной реформы.

Annotation

Now municipal authority bodies began to possess the big rights and duties in the management organization the local finance, including carrying out of municipal control over their effective use.

However studying of legislative and standard base has allowed to assert that before the present time isn't defined a place of municipal financial control in system of nation-wide financial control, problems, the purpose and principles of the organization of municipal financial control accurately aren't designated, the system of bodies of municipal control isn't generated.

Absence at legislative level of bases of the organization of municipal financial control demands not only organizational measures, but also definition of its place and a role in the conditions of budgetary reform carried out in the country.

Ключевые слова

Бюджет муниципального образования, муниципальное задание, внутренний муниципальный финансовый контроль, контроль муниципального задания

Key words

The municipal budget, the municipal task, internal municipal financial control, control of the municipal task.

В рамках проводимой Правительством Российской Федерации бюджетной реформы внедряются новые для российской практики финансовые инструменты — государственные (муниципальные) задания и государственные (муниципальные) программы [4]. В этих условиях происходит переосмысление роли финансового контроля, задачи которого постепенно выходят за рамки традиционных форм, повышается необходимость его реформирования.

Требуется разграничение полномочий органов власти, выполняющих муниципальный контроль, пересмотр объектов, форм и методов проведения контроля.

Муниципальный финансовый контроль реализуется главным образом в регламентированной законодательством деятельности органами исполнительной власти, органами местных администраций муниципальных образований. Согласно Бюджетному кодексу РФ каждый уровень бюджетной системы имеет право создавать собственные контрольные органы для проведения

внешнего и внутреннего муниципального контроля[1].

Для осуществления внешнего аудита за бюджетным процессом в муниципальном образовании, за соблюдением установленного порядка управления и распоряжения имуществом, находящимся в муниципальной собственности, ст. 38 Закона РФ от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» [2] предусмотрено образование контрольного органа муниципального образования (Счетная палата), который осуществляет финансовый контроль в следующих формах:

□ предварительный контроль – в ходе обсуждения и утверждения проектов решений о бюджете;

□ текущий контроль – в ходе рассмотрения отдельных вопросов исполнения бюджетов на заседаниях комиссий законодательных органов;

□ последующий контроль – в ходе рассмотрения и утверждения отчетов об исполнении бюджета.

Решением Ростовской-на-Дону городской Думы от 11 апреля 2005-го года принято положение «О Контрольно-счетной палате города Ростова-на-Дону», согласно которому Контрольно-счетная палата является постоянно действующим органом внешнего финансового контроля, образуемым Ростовской-на-Дону городской Думой и ей подотчетным [6].

Основными задачами Контрольно-счетной палаты являются:

□ организация и осуществление контроля за исполнением бюджета города, расходованием средств целевых бюджетных фондов;

□ контроль за организацией поступления средств в бюджет города, полученных от распоряжения и управления муниципальной собственностью;

□ проведение финансовой экспертизы и подготовка заключений по проекту бюджета и иным вопросам бюджетно-финансовой политики и совершенствования бюджетного процесса в городе Ростове-на-Дону.

Изучение нормативной базы органов власти, уполномоченных проводить внешний муниципальный контроль показало, что в ней отсутствуют (нет четкого обоснования) основные элементы контроля: объекты и методы. Так, в Решении о Контрольно-счетной палате г. Ростова-на-Дону определяются основные задачи, цель, принципы осуществления контроля, направления деятельности, полномочия, но не обозначены объекты контроля и методы его проведения, что затрудняет механизм его проведения, не исключает дублирования функций контроля с другими органами власти, не отражает эффективности проведения контроля.

Внутренний аудит исполнения местных бюджетов осуществляют: финансовый орган муниципального образования, главные распорядители, распорядители средств местного бюджета.

Согласно Бюджетному кодексу РФ финансовые органы осуществляют: финансовый контроль за операциями с бюджетными средствами главных распорядителей, распорядителей и получателей бюджетных средств местного бюджета, а главные распорядители и распорядители средств местного бюджета контролируют соблюдение получателями бюджетных кредитов, бюджетных инвестиций и муниципальных гарантий условий выделения, получения, целевого использования и возврата бюджетных средств.

В настоящее время в Ростове-на-Дону функции финансового органа власти выполняет созданное Решением Ростовской-на-Дону городской Думы от 18 февраля 1998 года №70 Муниципальное казначейство, которое руководствуется Положением «О муниципальном учреждении «Муниципальное казначейство города Ростова-на-Дону» [5]. Согласно данному положению Муниципальное казначейство как муниципальный орган от имени администрации города проводит единую политику по формированию, исполнению бюджета города. Наряду с другими задачами на него возложено осуществление контрольно-ревизионной деятельности по рациональному и целевому расходованию денежных средств муниципальной казны города, выделяемых предприятиям, организациям и учреждениям независимо от форм собственности.

Согласно положению Муниципальное казначейство осуществляет три основных этапа контроля – предварительный, текущий и последующий за исполнением бюджета города и целевых бюджетных фондов.

Исследование показало, что на сегодняшний день в большинстве регионов и муниципальных образований эффективно функционирует система внешнего финансового контроля, при этом очень слабо развита система внутреннего финансового контроля: в некоторых регионах и муниципальных обра-

зованиях у отдельных органов исполнительной власти (местного самоуправления) порой полностью отсутствуют подразделения, осуществляющие внутренний финансовый контроль.

Причина этого — отсутствие четкого разграничения полномочий между внешним и внутренним контролем, наличие значительных пробелов в законодательстве и, самое главное, отсутствие единой методологии и квалифицированных кадров для выполнения контрольно-ревизионных мероприятий в необходимом объеме.

В контексте проводимой бюджетной реформы в системе муниципального финансового контроля, в том числе внутреннего контроля необходимо принять меры по повышению его качества и надежности.

Положения действующего федерального закона №83-ФЗ [3] привели к

изменению статуса действующих бюджетных учреждений. С 2012-го года все учреждения, находившиеся в статусе бюджетных, должны будут преобразоваться в казенные, бюджетные и автономные, что приведет к изменению их правового статуса, имущественных отношений и введению нового механизма финансирования – субсидий на выполнение государственного (муниципального) задания.

В этой связи требуется построение новой системы органов муниципального финансового контроля, а также определение предметов и объектов контроля (Рис.1, 2), что позволит органам муниципальной власти проводить мероприятия по контролю, не дублируя их с другими контролирующими органами, разграничить полномочия по проведению контрольных мероприятий.

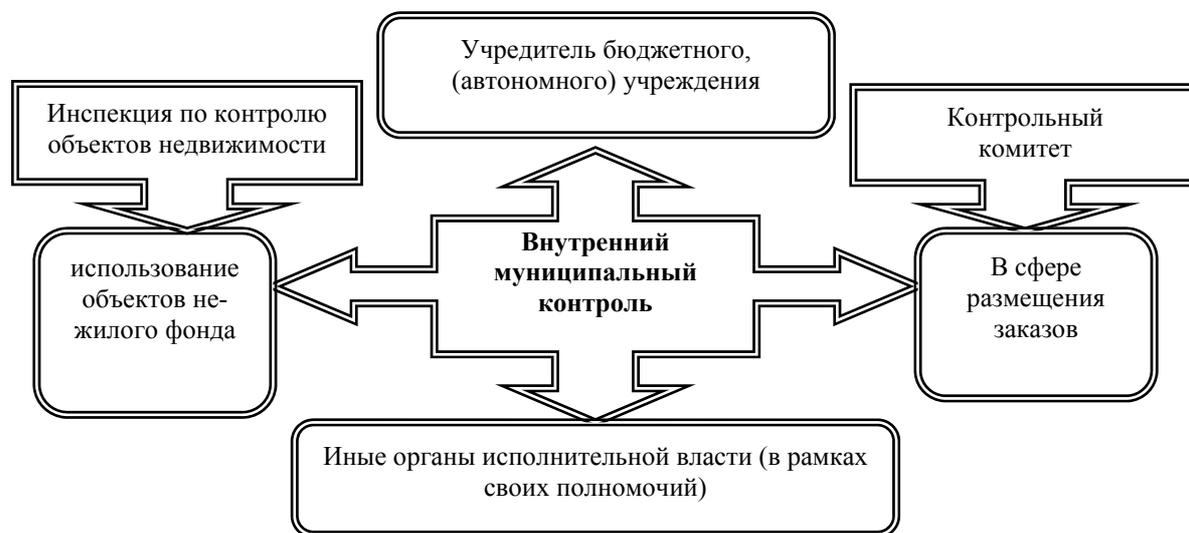


Рис.1. Система органов внутреннего муниципального контроля деятельности муниципальных учреждений

Так, при проведении контроля следует учитывать, что юридические и физические лица, не являющиеся казенными учреждениями и получающие средства из бюджета в виде кредитов,

субсидий, регулируются не бюджетным законодательством, а договором о предоставлении соответствующих субсидий и кредитов.

Внедрение этого подхода означа-

ет перемещение основного бремени ответственности за нецелевое использование средств из бюджета, бюджетных

кредитов, гарантий, субсидий с субъектов частного сектора на участников бюджетного процесса.

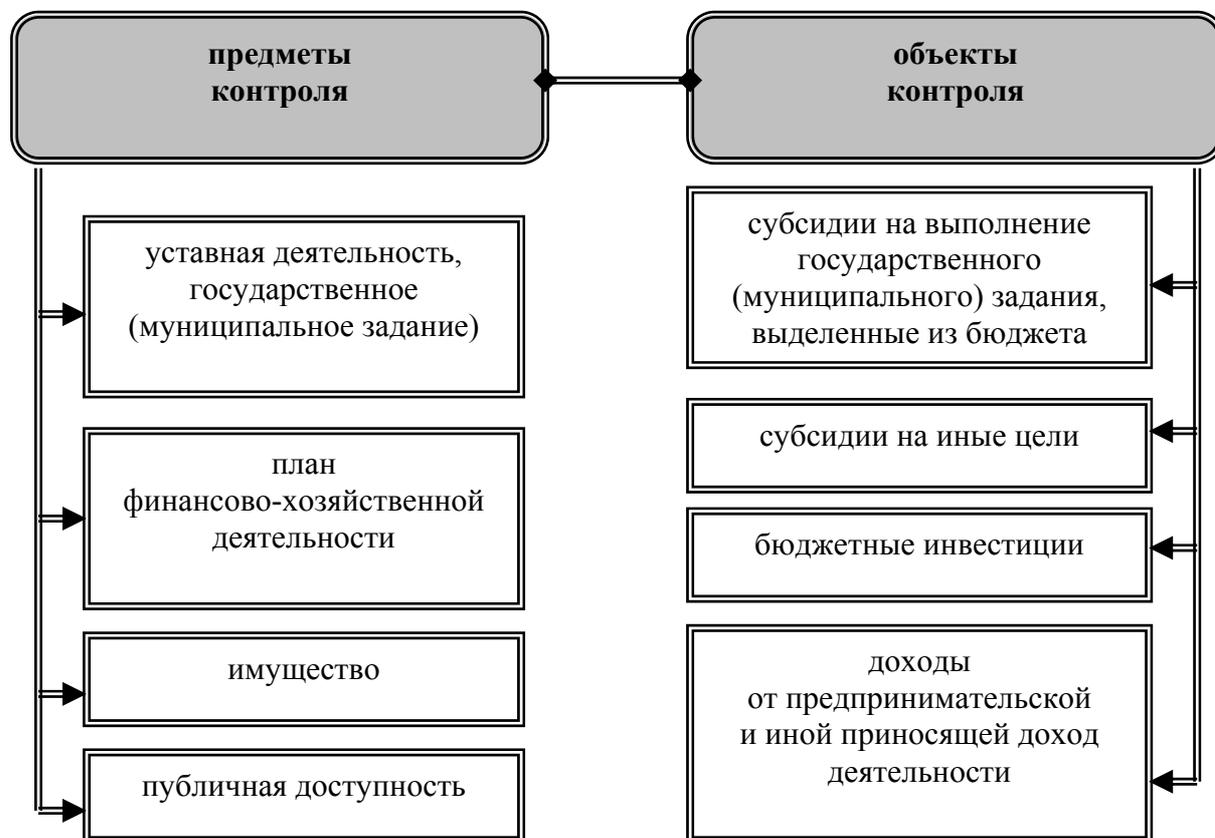


Рис.2. Предметы и объекты внутреннего муниципального контроля в условиях реализации Программы повышения эффективности бюджетных расходов

Кроме того, необходимо уточнение роли и функций контролирующих органов, созданных в муниципалитетах. Требуется также расширение участия контрольных органов в оценке результативности расходования бюджетных ресурсов. Если раньше объектом контроля была просто финансово-хозяйственная деятельность получателей бюджетных средств, то теперь внимание следует сосредоточить на результатах, достижении программных целей, эффективности расходования средств; на создании единых стандартов проведения муниципального финансового контроля

за эффективным использованием муниципальных финансовых ресурсов.

Таким образом, организация эффективного контроля за деятельностью учреждения становится одним из ключевых условий успешной реализации Закона № 83-ФЗ[3] и должна стать противовесом той свободе, которую получают учреждения в новых условиях. Контроль должен осуществляться по ряду направлений: за совершением крупных сделок; за выполнением государственного (муниципального) задания; за финансово-хозяйственной деятельностью учреждения, за использова-

нием имущества, переданного учреждению в оперативное управление. Одно из самых важных направлений — контроль за вновь возникаемой кредиторской задолженностью, мониторинг которой должен осуществляться не реже, чем один раз в квартал.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 31.07.98г. №145-ФЗ «Бюджетный кодекс Российской Федерации» с изм. и доп. СПС «Гарант»
2. Закон РФ от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ». СПС «Гарант»
3. Федеральный закон от 08.05.2010 г. №83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». СПС «Гарант»
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.06.2010 № 1101-р. Об утверждении Программы Правительства Российской Федерации по повышению эффективности бюджетных расходов на период до 2012-го года <http://www.minfin.ru> -Официальный сайт Министерства финансов РФ.
5. Решение Ростовской-на-Дону Городской Думы от 18.02.1998 г. №70 «Положение о Муниципальном учреждении «Муниципальное казначейство города Ростова-на-Дону». СПС «Гарант»
6. Решение Ростовской-на-Дону Город-

ской Думы от 11.04.2005г. «Положение о Контрольно-счетной палате города Ростова-на-Дону». СПС «Гарант»

Bibliographic list

1. The federal law from 31.07.98г. №145-ФЗ «Budgetary code of the Russian Federation» changed and added SPS "Guarantor".
2. The law of the Russian Federation from 10/6/2003 № 131-FZ «About the general principles of the organization of local government in the Russian Federation». SPS "Guarantor".
3. The federal law from 5/8/2010 №83-ФЗ «About modification of separate acts of the Russian Federation in connection with perfection of a legal status of the state (municipal) establishments». SPS"Guarantor".
4. The order of the Government of the Russian Federation from 6/30/2010 № 1101-p/ About the statement of the Program of the Government of the Russian Federation on increase of efficiency of budgetary expenses on the period till 2012 year <http://www.minfin.ru> the-official site of the Ministry of Finance of the Russian Federation.
5. The decision of the Rostov-on-donu Municipal дума from 2/18/1998 №70 «Position about Municipal authority» Municipal exchequer of a city of Rostov-on-Don ». Union of Right Forces" Guarantor"
6. The decision of the Rostov-on-don by municipal дума from 11.04.2005г. «Position about Controllo-audit chamber of a city of Rostov-on-Don». SPS"Guarantor".

А. В. Роменский

СТРОИТЕЛЬНЫЕ КРЕДИТЫ: РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ

Аннотация

Заемщики строительного сектора являются наиболее кредитозависимыми, что предопределяет необходимость регулярных исследований финансового состояния субъектов инвестиционно-строительного сектора и эффективности их взаимодействия с главными поставщиками кредитных ресурсов — коммерческими банками. Состояние

регионального строительного рынка во многом определяется наличием кредитоспособных заемщиков, развитой практикой банковского строительного кредитования с обязательным активным участием региональных кредитных учреждений. Проведенный эмпирический анализ выявил, что региональные строительные кредиторы в разной степени проявили чувствительность к кризисным процессам 2008-2009 гг. Однако это не дает основания полагать, что сокращенные или расширенные в последние годы портфели строительных кредитов улучшили свое качество, так как по-прежнему остались до конца нерешенными проблемы «лимонов», издержек неблагоприятного отбора, асимметрии информации. Предложенные мероприятия совершенствования процедур кредитного процесса позволят снизить остроту указанных проблем и расширить число добросовестных заемщиков строительного сектора.

Annotation

The building sector borrowers are the most credit dependent that determines the need for regular research of the financial performance of the investment and construction sector subjects and the efficiency of their interaction with the main suppliers of lending resource — commercial banks. The condition of the regional construction market is largely formed by the availability of creditworthy borrowers, the mature practice of construction bank lending with compulsory active participation of regional credit institutions. The empirical analysis reveals that the regional construction lenders have been sensitive in varying degrees to the crisis processes began in 2008-2009. However, there is no reason to believe that the reduced or expanded in recent years construction loans' portfolios improved their quality, so as are far from being solved the problems of "lemons", costs of adverse selection, asymmetric information. The proposed measures to perfection of credit process make possible alleviation of these problems and increase of good borrowers in the construction sector.

Ключевые слова

Строительные кредиты, договоры подряда, строительные кредиторы, региональные банки

Key words

Construction loans, construction contracts, construction lenders, regional banks

Заемщики строительного сектора, вероятно, являются наиболее кредитозависимыми в сравнении с заемщиками других секторов. Эта особенность во многом предопределяет необходимость регулярных исследований финансового состояния субъектов инвестиционно-строительного сектора и эффективности их взаимодействия с главными поставщиками кредитных ресурсов — коммерческими банками.

Статистическое наблюдение за объемами кредитования и задолженности по кредитам по виду экономической деятельности «строительство», которое

ведет ЦБ РФ, выделяет с апреля 2009г. конкретное направление использование средств — «строительство зданий и сооружений». В последнее десятилетие задолженность по строительным кредитам неуклонно увеличивалась, изменяя состав и структуру кредитных портфелей коммерческих банков (см. табл. 1). Последствия мирового финансового кризиса не внесли серьезных корректив в кредитную политику 30 крупнейших отечественных банков, и на протяжении последних трех лет они увеличили объемы строительного кредитования при неизменном удельном весе таких креди-

тов в портфелях (на 1.07.2011 объем строительных кредитов составил 728 млрд. руб. (7,44%)). Региональные банки в целом демонстрировали неоднородную динамику в отношении кредитования строительства: структуру и состав портфелей некоторые из них изменили не в пользу строительных кредитов.

Более половины строительных кредитов в развитых экономиках выдаются коммерческими банками, так как они наилучшим образом способны осуществить все надлежащие процедуры. Строительные кредиты имеют достаточно короткий срок

погашения по сравнению с другими инвестиционными кредитами (не более 3 лет), они, как правило, привязаны к основной (фиксированной) ставке кредитора, что позволяет коммерческим банкам, зная локальный рынок, наилучшим образом получать требуемую доходность, контролировать и управлять портфелем строительных кредитов. Остальные строительные кредиты предоставляются ипотечными банками, инвестиционными фондами недвижимости, компаниями по страхованию жизни и пенсионными фондами.

Таблица 1. Структура и динамика строительного кредитования в РФ, ЮФО и субъектах ЮФО, на конец года*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общая сумма задолженности по кредитам по виду экономической деятельности строительство, млрд. руб.						
РФ	244,73	387,18	716,87	972,67	1 097,79	1 165,91
ЮФО	9,92	14,72	27,95	54,86	56,50	66,89
Краснодарский край	5,76	8,11	13,27	31,60	33,30	40,27
Астраханская область	0,82	1,05	1,79	4,98	7,75	8,71
Волгоградская область	1,78	2,77	5,86	8,37	7,57	8,74
Ростовская область	1,42	2,59	5,43	7,75	7,14	8,55
Республика Адыгея	0,03	0,05	0,89	1,14	0,53	0,51
Республика Калмыкия	0,21	0,16	0,71	1,02	0,21	0,11
Удельный вес кредитов по виду экономической деятельности строительство в общей сумме задолженности, %						
РФ	5,68	6,67	8,21	7,97	8,84	8,58
ЮФО	5,31	5,22	6,91	8,92	8,33	8,30
Краснодарский край	7,22	6,54	7,64	12,08	10,73	10,19
Астраханская область	11,69	9,72	13,49	25,45	32,84	32,51
Волгоградская область	5,94	7,33	9,89	9,07	8,28	8,77
Ростовская область	2,19	2,51	3,64	3,49	3,00	3,20
Республика Адыгея	1,75	1,52	16,19	11,99	5,34	4,38
Республика Калмыкия	6,18	4,67	19,07	10,24	4,18	2,20

* Рассчитано автором по данным ЦБ РФ [1]

Высокая активность местных банков в строительном кредитовании *a posteriori* почти всегда объясняется тем, что (1) строительные кредиты выдаются в несколько этапов (траншей), и после каждого транша эксперт строи-

тельного кредитора проверяет строящийся объект (строительный участок), подтверждая завершение профинансированных работ на конкретном этапе в соответствии с планами и спецификациями; (2) строительные кредиторы яв-

ляются краткосрочными: они не хотят «застревать» свыше нормативного срока (если это возможно) в одном проекте, занимаясь пролонгацией кредитных средств каждые 12-18 месяцев, а желают зарабатывать (помимо причитающихся процентов за кредит) больше, получая комиссии. Поэтому строительные кредиты, как правило, предоставляются местными кредиторами, которые осведомлены о спросе на предлагаемый тип площадей и о перспективах их сдачи в аренду.

Состояние регионального строительного рынка во многом определяется наличием кредитоспособных заемщиков, развитой практикой банковского строительного кредитования с обязательным активным участием региональных кредитных учреждений. Для оценки результатов деятельности региональных строительных кредиторов была сформирована выборочная совокупность в соответствии со следующими критериями:

- регистрацией и функционированием в пределах субъекта ЮФО;
- раскрытием информации о деятельности банка в соответствии с МСФО;
- раскрытием информации о кредитовании заемщиков строительного сектора (строительство).

Период анализа составил 6 лет — с 2005 по 2010 гг.

После панельного исследования в выборочную совокупность были включены 8 из 14 банков Краснодарского края, 2 из 4 Волгоградской области, 3 из 4 Астраханской области, 3 из 5 Адыгеи, 8 из 17 Ростовской области. В Калмыкии в настоящее время функционируют два банка, однако информация о них в соответствии с указанными критериями отбора недоступна. Как показали результаты проведенного исследования (см. табл. 2), удельный вес объемов кредитования коммерческими банками ЮФО, включенными в выборочную совокупность, составляет на конец анализируемого периода 7,76%, а по строительным кредитам — 8,24%. В разрезе анализируемых регионов положительную динамику строительного кредитования демонстрируют лишь банки в Ростовской области, что свидетельствует об его относительной зрелости. Низкий удельный вес строительных кредитов в Краснодарском крае до известной степени объясняется тем, что объемы строительного кредитования в значительной степени связаны с подготовкой к Олимпиаде 2012 г. и интенсивным строительством объектов курортной инфраструктуры, которые финансируются внешними кредиторами. Значительные колебания строительного кредитования местными кредиторами в Республике Адыгее объясняется эффектом низкой базы.

Таблица 2. Удельный вес объемов кредитования коммерческих банков ЮФО, включенных в выборочную совокупность, на конец года*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Удельный вес объемов кредитования коммерческими банками ЮФО, включенными в выборочную совокупность, в общей сумме задолженности по кредитам, %						
Краснодарский край	4,68	5,96	6,86	5,69	5,34	5,61
Астраханская область	н. д.	н. д.	8,10	6,68	7,51	7,35
Волгоградская область	1,37	2,02	1,62	1,48	1,62	1,49
Ростовская область	23,31	27,54	21,30	13,85	14,80	13,28

Продолжение таблицы 2

Республика Адыгея	18,55	15,28	16,63	11,95	10,64	11,76
Удельный вес объемов кредитования коммерческими банками ЮФО, включенными в выборочную совокупность, в общей сумме задолженности по кредитам по виду экономической деятельности строительство, %						
Краснодарский край	3,68	7,01	13,03	7,58	5,17	5,91
Астраханская область	н. д.	н. д.	4,64	3,26	2,06	1,59
Волгоградская область	0,50	4,46	2,68	2,43	2,29	2,77
Ростовская область	15,09	23,14	22,80	22,28	23,21	31,28
Республика Адыгея	45,32	28,67	1,17	2,83	11,21	15,17
* Рассчитано с использованием исследовательской базы данных						

В ходе проведенного анализа было отмечено, что кредиторы в разной степени проявили чувствительность к кризисным процессам 2008-2009 гг. Как следует из приведенных результатов (см. табл. 2), наиболее «кризисоустойчивыми» оказались банки Ростовской области, которые на конец анализируемого периода почти на 1/3 нарастили портфель строительных кредитов. Банки Краснодарского края, Астраханской и Волгоградской областей проявили чувствительность к финансовому шоку и снизили кредитную активность в строительстве.

Как следует из полученных результатов, кредитная активность банков ЮФО в посткризисный период демонстрирует удовлетворительную динамику, однако практически во всех регионах она еще не достигла прежнего докризисного уровня. Подобная ситуация может объясняться тем, что региональные банки испытывают затруднения с «селекцией» заемщиков строительного сектора, что затрудняет качественный (а возможно, и количественный) рост объемов строительного кредитования. Стратегия роста строительного кредитования региональных банков должна основываться на эффективном решении проблемы неблагоприятного отбора и связанных с ним затрат.

Региональные коммерческие банки, выступающие в качестве строительных кредиторов, часто не проводят

глубокого экспертного исследования как самого заемщика, так и предлагаемого им проекта, тогда как «ценность банковских активов... зависит от способности банкиров преодолеть... проблемы асимметрии информации с их заемщиками» [3, стр. 7]. Такое недальновидное поведение банков часто стимулирует появление проектов-«лимонов» и заемщиков-«лимонов», что, в конечном итоге, приводит к коррозии банковского капитала, но «многие кредиторы продолжают работать и, по-видимому, доверять заемщикам, которые не смогли рассчитаться в срок. Одним из распространенных объяснений является то, что «существующий заемщик инкорпорировал все знания о проекте и лучше разбирается в вопросах». Однако и новый заемщик находится в неплохом положении, пользуясь отсутствием о себе информации у банка» [4, стр. 40]. По мнению Дж. Акерлофа, издержки недобросовестного поведения нечестных участников сделок, вытесняющих с рынка честных, не ограничиваются суммой, на которую обманут кредитор, в них необходимо также включать потери, связанные с сужением сферы честного бизнеса [5, стр. 98–99]. Таким образом, информационно-рациональное поведение банков, предусматривающее проведение всех необходимых экспертных процедур, помогает не только сохранить им капитал и активы в работоспособном

состоянии, но и улучшает рынок заемщиков. В противном случае региональные банки будут вынуждены предоставлять строительные кредиты, если они (1) имеют возможность принудить заемщика исполнить условия договора или (2) знакомы с заемщиком лично [5, стр. 102], что, естественно, снизит объемы кредитного портфеля и не позволит эффективно конкурировать в этом сегменте.

Для решения указанной проблемы необходимо развивать экспертные подходы оценки и анализа заемщиков и строительных проектов, так как кредитование строительства является очень сложным и изощренным процессом, требующим взаимодействия между заемщиком, строительным (краткосрочным) кредитором и его экспертами, долгосрочным кредитором, подрядчиком, его специалистами (проектировщиками и инженерами), оценщиками, страховыми (титульными) компаниями и другими. Конечной целью всех участников является успешное завершение проекта, имеющее социальную ценность и экономическую эффективность.

За редким исключением в каждом строительном кредите присутствуют элементы рыночного риска, то есть существует возможность того, что любой из девелоперских проектов не будет успешным (как гостиницы, офисные здания, кондоминиумы, жилые комплексы, торговые центры или другие типы зданий или их комплексы). Это может привести к незавершению проекта, и, следовательно, заемщик не сможет погасить кредит или постоянный кредитор не будет финансировать его долгосрочным кредитом (рефинансировать задолженность по краткосрочному строительному кредиту). Чем эффективнее строительный кредитор сможет снизить нерыночные риски, присущие строительным кредитам, тем больше вероятность, что кредитование строительства будет иметь успех.

Сам проект может быть плохого качества, собственные инвестиции заемщика могут быть недостаточно существенными, или хорошая репутация заемщика в прошлом, возможно, уже начала разрушаться. Поэтому важно, чтобы строительный кредитор идентифицировал все риски, которые потенциально могут быть связаны с кредитованием строительства, и принял линию поведения, направленную на достижение своевременной выплаты каждого строительного кредита, в том числе периодических выплат процентов в течение срока строительного кредита.

В целях минимизации рисков, присущих кредитам на строительство, строительный кредитор должен придерживаться достоверной практики, процедур и принципов во время проведения собственного андеррайтинга и надлежащей проверки (*due diligence*).

Если строительный кредитор не удовлетворен тем, насколько опытен и компетентен заемщик, генеральный подрядчик, субподрядчик и связанные стороны в вопросах выполнения всего цикла строительных работ (1) в рамках сметной стоимости и (2) в соответствии с техническими условиями, у него даже не должно возникнуть повода для рассмотрения кредитной заявки. Первоочередное значение для любого строительного кредита имеет личность заемщика. Строительный кредитор должен быть полностью удовлетворен его характером, профессиональными и финансовыми возможностями для выполнения проекта и погашения строительного кредита. В связи с этим строительный кредитор должен исследовать репутацию заемщика, компетентность и его предшествующий послужной список; получить рекомендации от кредитных организаций, подрядчиков, архитекторов, крупных арендаторов и инвесторов, которые имели с ним дело в прошлом. Также полезно получить от заемщика список всех проектов *ab urbe*

condita, в которых он принимал участие, и раскрытия их результатов, проведя по каждому из них независимую проверку (то есть был ли проект продан до завершения, изъят кредитором в счет погашения задолженности, успешно завершен, находится в стадии строительства и т. д.). Предшествующие проекты заемщика, их эффективность и текущее состояние должны быть проверены, в особенности проекты, аналогичные по размеру или назначению. Большинство заемщиков с удовольствием демонстрируют свой послужной список, относящийся к «хорошим временам», но «хорошими заемщиками» являются те, кто своевременно и в полном объеме выполняет принятые на себя обязательства в «тяжелые времена».

В развитии анализа заемщика следует критически рассмотреть его финансовое состояние, исследуя финансовые отчеты с точки зрения адекватности собственного капитала и чистого дохода, получаемого от других проектов, что позволит реально оценить эффективность использования и выплат денежных средств исследуемого проекта. Центральное значение имеют обязательства в отношении других текущих проектов, что может привести заемщика к отвлечению своих ресурсов и/или внимания от предлагаемого проекта. При анализе финансового состояния очень важно, чтобы строительный кредитор проанализировал реализационную стоимость (ожидаемую цену фактической продажи актива) доли (участия в прибылях) заемщика в общем объеме строящихся объектов, особенно если он является держателем миноритарных долей в партнерствах по другим проектам.

Кроме того, строительный кредитор должен иметь достаточное количество встреч с принципалами заемщика для определения их добросовестности и профессиональной этики, так как с

ними могут возникнуть долгосрочные отношения по существу.

Все сведения, представленные заемщиком строительному кредитору в связи с рассмотрением кредитной строительной заявки, должны считаться ее неотъемлемой частью, а одобренный кредит на строительство следует считать выданным на основании этих сведений.

В силу того что выплаты по строительному кредиту или по завершении проекта в полном объеме должны быть гарантированы каким-либо другим лицом (в соответствии со ст. 368-379 ГК РФ [6] — банком или страховой компанией), то изложенные выше требования к заемщику должны быть применены в отношении каждого предложенного гаранта. Строительный кредитор должен иметь в виду, что только гарантии, имеющие неоспоримую ценность, можно считать гарантиями по существу.

Следующим вопросом рассмотрения строительного кредитора является анализ жизнеспособности рассматриваемого проекта. В связи с этим строительному кредитору рекомендуется провести независимую экспертизу для получения технико-экономического обоснования и прогноза денежных потоков с целью определения экономической целесообразности и наиболее вероятной общей стоимости проекта. Кроме того, кредитный персонал строительного кредитора и эксперты, осуществляющие надзор, должны посетить строительный участок, для того чтобы сформировать четкое представление о проекте. Привлечение внешней экспертизы является важным и, возможно, единственно действенным методом повышения качества оценки проекта и строительного заемщика. Необходимость именно такого решения отмечает Москвин В. А., указывая на то, что банкам нужно «...обзаводиться необходимым количеством консультантов и экс-

пертов, хорошо разбирающихся в различных производствах и способных проводить быстрые и качественные экспертизы их состояния» [7, с. 19].

Бюджет проекта, включая все затраты на строительство, потенциальный операционный дефицит и суммы, предназначенные собственнику улучшений (недвижимого имущества), должны быть тщательно и критически проанализированы строительным кредитором: если есть малейшая вероятность того, что окончательные расходы превысят предлагаемый бюджет строительства, включая непредвиденные расходы, источник таких средств должен быть идентифицирован и предусмотрен с самого начала. В противном случае есть риск того, что для завершения проекта строительный кредитор будет вынужден дополнительно (сверх бюджета) финансировать проект, чтобы вернуть кредит в полном объеме.

Очень важно для строительного кредитора «уклоняться» от кредитов под специализированные проекты, которые не могут быть легко адаптированы для альтернативного использования, и в случае их экономической нежизнеспособности заемщик не сможет своевременно погасить строительный кредит.

Строительный кредитор не должен сомневаться в приоритетности проведения своей собственной независимой экспертизы, например, оценщиком, надзорным (контролирующим) органом, архитектурным и техническим (инженерным) надзором при рассмотрении предлагаемого проекта в сравнении с «необходимостью принятия решения» о кредитовании в кратчайшие сроки. Другие типы консалтинга (в области маркетинга и планирования) также могут быть полезны в некоторых типах проектов, для которых рынок еще не полностью исследован.

Желательно, чтобы до начала расходования средств на экспертов

строительный кредитор зафиксировал возможность их покрытия заемщиком в письменной форме, а заемщик предоставил «депозит доброй воли» (*good faith deposit*), сальдо (остаток) которого будет возвращено заемщику в случае, если стороны, в конечном счете, не принимают на себя официальных кредитных обязательств, или включено непосредственно в расчеты по кредиту. Письмо-обязательство позволит переложить на заемщика затраты, которые понесет кредитор до и после момента возникновения обязательств по предоставлению строительного кредита.

На этом же предварительном этапе архитектор и/или инженер строительного кредитора должны рассмотреть планы и спецификации проекта, чтобы определить их полноту и обоснованность (бездефектность), техническое обеспечение и выполнимость проектного замысла. Архитектор (проектировщик) строительного кредитора должен также осуществлять независимый анализ стоимости предлагаемого объема работ и строительства, особенно если контракт на строительство не устанавливает гарантированных цен для генерального подрядчика. Архитектор должен проверить график потока затрат, а для крупного заемщика первоначальный график авансирования в пределах строительного кредита и редуцировать представленные суммы средств, необходимые для отделочных работ, благоустройства и т. п.

Если строительный кредитор уверен, что собственный капитал заемщика достаточен для обеспечения своей части финансирования строительного проекта, он должен настаивать на договоре подряда, содержащего гарантированную цену строительства с финансовой ответственностью генерального подрядчика, несмотря на расходы, связанные с получением такой гарантированной цены. При этом эксперт строительного кредитора должен выполнить

независимую оценку затрат строительного проекта, а также углубленное исследование финансовой возможности завершения строительства генеральным подрядчиком, чтобы определить достаточность предлагаемого бюджета строительства.

Очень сложная ситуация возникает, если генеральный подрядчик использует комплексный метод скоростного строительного проектирования (КМССП), при котором он не имеет твердых контрактов на все свои затраты до начала строительства (например, строительство началось до окончательной готовности части рабочих планов и спецификаций). КМССП, как правило, следует избегать, так как заемщик «вступает в неизвестное». Однако, если заемщик не может избежать КМССП договора подряда, необходимо не только критически и углубленно рассмотреть проект на предмет возможности привлечения в рамках бюджета, но, кроме того, определить, будут ли в состоянии заемщик или генеральный подрядчик возместить перерасход средств. В случае, если генеральный подрядчик, используя КМССП, не обеспечит гарантиями максимума цены строительства, то альтернативой может быть условие договора подряда, предусматривающее, что любой перерасход средств другому (мезонинному) кредитору подлежит уплате заемщиком только после выплаты строительного кредита в полном объеме.

Для всех проектов строительства кредитор должен также определить адекватную (соразмерную) доступность коммунальных услуг, пожарной и полицейской охраны, пешеходный и транспортный подъезды (доступы) к недвижимости, торговым центрам, должен быть исследован дорожный трафик.

Названные и иные мероприятия по развитию процедур предварительной и текущей экспертиз строительного кредитования позволят снизить инфор-

мационную асимметрию, повысить качество отбора проектов и заемщиков и, в конечном итоге, сформировать портфели строительных кредитов региональных банков, обладающие высокой стресс-устойчивостью.

Библиографический список

1. Официальный сайт Центрального банка РФ. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/>
2. Тулин Д. В. Об использовании публикуемой отчетности по МСФО для оценки финансового положения банков // ДЕНЬГИ И КРЕДИТ, 2010, № 8, с. 22-27
3. Mora N., Logan A. Shocks to bank capital: evidence from UK banks at home and away // Bank of England, Working Paper No. 387, March 2010.
4. Buzbee D., Witt C. Residential Land and Construction Loan Assets: A Solvent Developer Comments // Real estate workouts, Commercial Lending Review, july–august 2009, p. 39-44
5. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS, 1994, вып. 5, с. 91-104
6. Гражданский кодекс РФ
7. Москвин В. А. Банки и экономика — момент истины // ДЕНЬГИ И КРЕДИТ, 2009, № 3, с. 17-19

Bibliographic list

1. Bank of Russia's official website: <http://www.cbr.ru/statistics/>
2. Toulin D. How to Use IFRS Financial Statements to Assess Financial Standing of Banks (Case Studies) // MONEY AND CREDIT, 2010, № 8, pp. 22
3. Mora N., Logan A. Shocks to bank capital: evidence from UK banks at home and away // Bank of England, Working Paper No. 387, March 2010
4. Buzbee D., Witt C. Residential Land and Construction Loan Assets: A Solvent Developer Comments // Real estate workouts,

Commercial Lending Review, july–august 2009, pp. 39-44

5. Akerlof Gg. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, v. 84, August 1970, pp. 488-500.

6. The Civil Code of the Russian Federation

7. Moskvina V. Banks and Economy – the Moment of Truth // MONEY AND CREDIT, 2009, № 3, pp. 17-19

РАЗДЕЛ 4. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ И МАРКЕТИНГ

А.А. Кизим, Н.О. Старкова, О.В. Михайлюк

АУТСОРСИНГ ИНФОРМАЦИОННО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрена проблема повышения интеллектуального потенциала и конкурентоспособности современных предприятий за счет передачи на аутсорсинг основных производственных функций. Предложена оригинальная модель управления интеллектуальными активами предприятия, применяющего аутсорсинг бизнес-процессов.

Annotation

The article is devoted to the problem of increasing the intellectual capacity and competitiveness of modern russian businesses by outsourcing of their key-business functions. The author has developed and proposed a model for managing intellectual assets of enterprise, transferring business processes to outsource.

Ключевые слова

Аутсорсинг, интеллектуальные активы, информационные ресурсы, модернизация, интеллектуальный потенциал, конкуренция

Key words

Outsourcing, intellectual assets, information resources, modernization, intellectual potential, competition.

В последнее десятилетие российская экономика начала приобретать рыночный характер, что позволило Президенту РФ Д.А. Медведеву в 2010 г. взять уверенный курс на модернизацию. В январе 2011 г. инициативу России подхватил Президент США Б. Обама, провозгласив курс на модернизацию и поддержку инноваций, что, по его мнению, сможет стимулировать экономический рост, сделать страну менее зависимой от импорта иностранного сырья и одновременно справиться с безработицей [1]. Реально оценивая современное состояние мировой экономики, переживающей затяжной финансовый кризис, можно предположить, что вслед за двумя мировыми державами к процессу модернизации могут присоединиться и другие страны, разные по уровню как

социально-экономического, так и научно-технического развития.

В данном контексте модернизация современной российской экономики уже не будет являться исключительно национальным вопросом, а будет осуществляться в условиях межстрановой конкуренции [4]. Это в свою очередь предполагает актуализацию проблемы поиска адекватных и эффективных путей модернизации отечественной экономики, и прежде всего, отдельных ее хозяйствующих субъектов.

Одним из средств, позволяющих уравнивать возможности разных по масштабам и потенциалу предприятий на приобретение и внедрение информационно-интеллектуальных ресурсов, полностью отвечающих требованиям современного рынка, является аутсорсинг.

Передача профессиональных функций сторонним организациям уже давно широко применяется в практике как зарубежного, так и российского бизнеса. Самыми популярными сферами применения аутсорсинга на сегодняшний день являются: бухгалтерия, инфраструктура информационных технологий, юридическая, передача бизнес-процессов различного характера. Лидирует среди распространенных видов бухгалтерский аутсорсинг. Процесс ведения бухгалтерского учета и составления отчетности на аутсорсинг в Европе передают 86 % компаний, в США – 92 %, в Израиле – 96 % [3]. При этом в практике применения аутсорсинга в современном бизнесе чаще всего речь идет о передаче сторонней организации вспомогательных текущих и рутинных функций, в принципе не увеличивающих конкурентных преимуществ фирмы, а позволяющих просто осуществлять вспомогательную деятельность за счет использования профессионального ресурса внешней организации (контрагента). Основные производственные функции большинство фирм предпочитают выполнять самостоятельно, в то время как их передача на аутсорсинг может стать фактором, способным повысить интеллектуальный потенциал предприятия за счет использования информационно-интеллектуальных ресурсов более опытного в своей сфере контрагента.

С точки зрения повышения конкурентоспособности и развития интеллектуального потенциала современных российских предприятий, степени их вовлечения в процесс модернизации существенный интерес вызывает аутсорсинг информационно-интеллектуальных ресурсов и функций производственного, рыночного и информационно-технологического характера. Это возможно в первую очередь при условии наличия у предприятия высокоэффективного организационно-управленческого ресурса, способного опреде-

лять, какие функции эффективнее осуществлять самостоятельно, какие целесообразно передать на аутсорсинг а также грамотно осуществлять координацию действий и взаимоотношений контрагентов и оценивать их финансовую эффективность. Неотъемлемым условием эффективного функционирования современного динамично развивающегося предприятия является выделение процесса управления интеллектуальными активами в отдельную подсистему, способную осуществлять преобразование всей совокупности информационных ресурсов, накапливаемых на фирме, в том числе и контрагентами, в активы конкурентоспособности фирмы, тем самым существенно повышая стоимость ее бизнеса.

Место подсистемы управления интеллектуальными активами предприятия, использующего в своей деятельности информационно-интеллектуальные ресурсы внешних организаций, и ее функциональный состав описывается предлагаемая в статье модель. Новизна модели заключается в модернизации принципиального подхода к формированию внутрифирменной системы управления интеллектуальными активами современного отечественного предприятия путем использования в качестве одного из источников создания интеллектуальной базы предприятия процесс передачи основных бизнес-функций на аутсорсинг. В представленной на рисунке системе управления интеллектуальными активами предприятия, передающего бизнес-процессы на аутсорсинг, осуществлена формализация процесса вовлечения в систему управления интеллектуальными активами системных элементов – контрагентов, которые в отличие от внутренних подсистем управления предприятия, участвуют в формировании базы внутренних информационных ресурсов, одновременно являясь самостоятельными

потребителями информации из внешних источников.

В общем виде модель управления интеллектуальными активами предприятия, передающего бизнес-процессы на аутсорсинг, может быть представлена следующим образом (рис.). Основные структурные элементы модели подразделяются на составляющие внутренней и внешней среды предприятия. К элементам внутренней среды предприятия относятся: подсистема управления интеллектуальными активами, взаимосвязи этой подсистемы с другими подсистемами управления предприятия, а именно с системой управления фирмы и с ее управляемыми подсистемами (производственной, маркетинговой, финансовой, подсистемами управления НИОКР, контрактами, персоналом), процесс формирования и использования интеллектуальных активов, внутренние интеллектуальные активы, способствующие формированию потенциала для модернизации. К элементам внешней среды предприятия относятся: контрагенты, передающие основные функции внутренним подсистемам управления предприятия, внешние информационные ресурсы и интеллектуальные продукты, формирующие конкурентные преимущества предприятия.

Ресурс для формирования интеллектуальных активов предприятия – внутренняя и внешняя информация. Запасы такой информации аккумулируются внутри предприятия, в то время как источником ее генерирования и местом сбора служит внутренняя и внешняя среда фирмы [2, с. 77]. Участие в формировании базы внутренних информационных ресурсов принимают все подсистемы управления предприятия. Они же являются потребителями внутренних интеллектуальных активов.

В большинстве случаев использование интеллектуальных активов в бизнес-процессах фирмы неразрывно связано с другими видами активов. Ка-

ждая подсистема управления предприятия в процессе своего функционирования генерирует и использует информационно-интеллектуальные ресурсы и активы, непосредственно относящиеся к ее функциональному содержанию. Так, подсистема управления финансами генерирует информацию, в большей степени относящуюся к процессу движения денежных средств. Поэтому подавляющее большинство информационных ресурсов, формируемых данной подсистемой, касается преимущественно денежных отношений, связанных с формированием и использованием фондов денежных средств предприятия, а также финансовых отношений, возникающих у предприятия с внешними контактными аудиториями. Подсистема управления производством и НИОКР генерирует информацию, касающуюся в основном преобразования свойств и состояния материальных объектов в процессе производства продукта. Большая часть информации о потребностях рынка и способах их удовлетворения накапливается в процессе функционирования маркетинговой подсистемы, сведения о личных знаниях и эмоционально-психологических качествах сотрудников, а также способах их наиболее рационального использования создаются, как правило, при осуществлении деятельности подсистемой управления персоналом.

Особое значение для применения модели аутсорсинга бизнес-процессов имеет наличие на предприятии подсистемы управления контрактами, способной генерировать информацию, регламентирующую и регулирующую взаимоотношения между подсистемами, функции которых осуществляют контрагенты, и другими подсистемами управления предприятия, таким образом, чтобы обеспечить максимальную эффективность процессу их взаимодействия. Это, однако, не говорит о том, что каждая подсистема может быть генератором

ром только той информации, которая имеет непосредственное отношение к сфере ее функциональной деятельности и которая может быть впоследствии преобразована в интеллектуальные активы, касающиеся компетенции лишь конкретной подсистемы. Любая подсистема управления предприятием может

создавать информацию, выходящую за рамки своей компетенции. Вся аккумулируемая таким образом информация образует информационные ресурсы предприятия. Эта информация впоследствии может быть трансформирована в интеллектуальные факторы функционирования любой другой подсистемы.

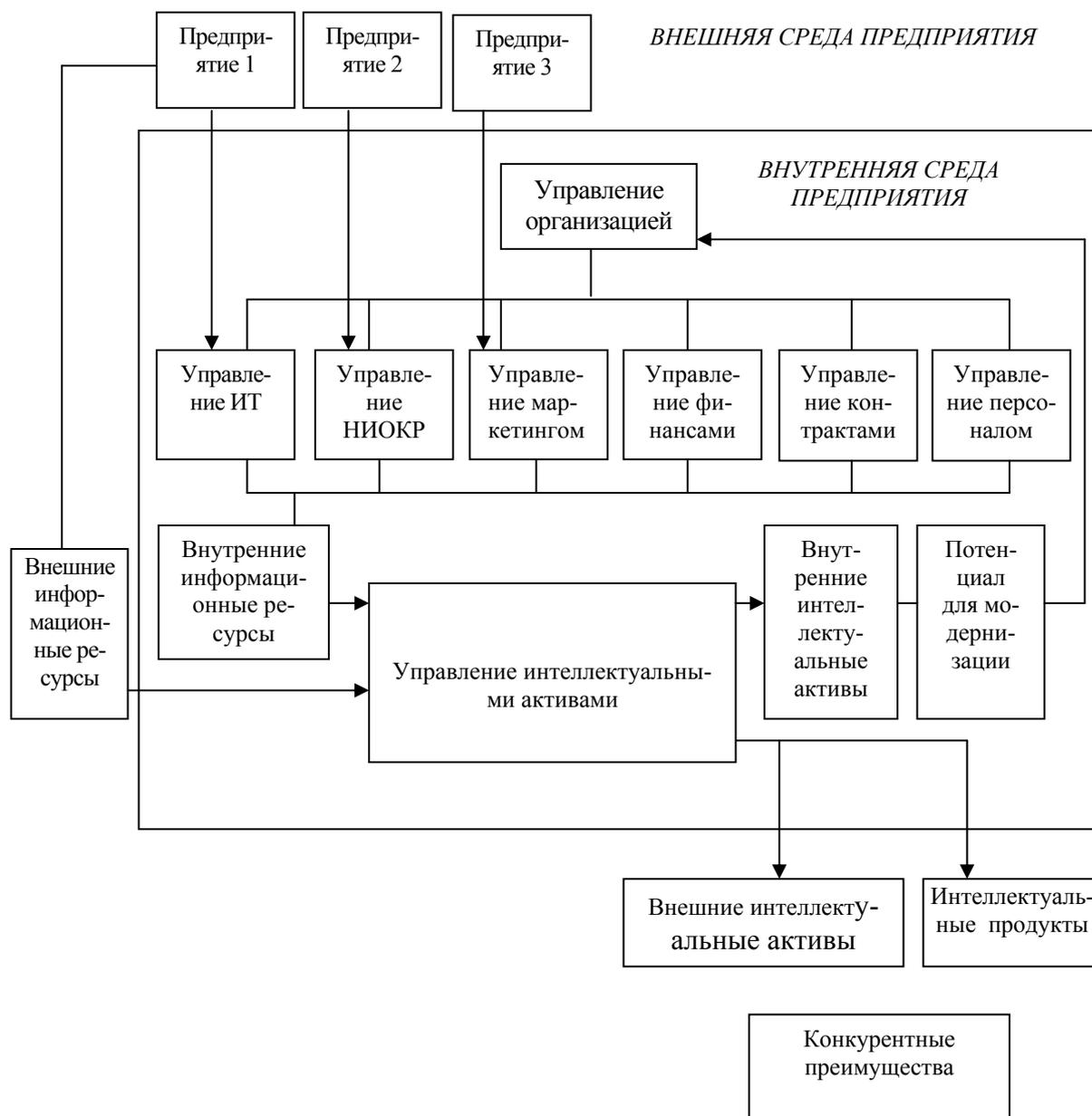


Рис. 1. Модель управления интеллектуальными активами предприятия, передающего бизнес-процессы на аутсорсинг

Выделение в рассматриваемой модели подсистемы управления интел-

лектуальными активами не имеет целью каким-либо образом дублировать функ-

ции каждой из подсистем управления предприятием, относящиеся к их компетенции. Для каждой подсистемы информационно-интеллектуальные факторы являются либо ресурсами, либо побочными продуктами. То же самое касается и подсистем, функции которых осуществляются по договору аутсорсинга.

Аутсорсинг процесса управления производственными технологиями и НИОКР позволит внедрить в систему управления предприятием функции, связанные с созданием и использованием знаний по формированию и идентификации информации о преобразовании состояния и свойств материальных ресурсов в процессе производства продуктов и услуг. В состав этих функций входит формирование базы знаний и условий, необходимых для развития инновационной деятельности. От качества организации и осуществления контрагентом этой деятельности зависит появление новых продуктов внутри предприятия, изобретений, модернизация уже существующих продуктов, а также методов и способов их изготовления, создание ноу-хау, внедрение рационализаторских предложений и т.д. С этой точки зрения совокупность действий по организации инновационного процесса и обеспечение условий достижения высокого качества его осуществления включают: организацию процесса развития научных и технических знаний специалистов; формирование информационно-интеллектуальной среды, способствующей генерированию новых идей, развитию творчества, изобретательности, рационализаторства.

Информационные ресурсы, используемые подсистемой управления НИОКР и технологическими инновациями, формируются изначально из источников как внутренней, так и внешней информации. Значительное влияние на развитие инновационного процесса и прочей деятельности, осуществляемой

данной подсистемой управления интеллектуальными активами, оказывает именно внешняя информация, характеризующая общее состояние развития науки и техники, изменение рыночного спроса и причины этого изменения, информация о появлении принципиально новых материальных ресурсов, продуктов, технологий, ноу-хау, новых знаний, сведения об изменениях в законодательстве и политике. В этой связи важной функцией управления НИОКР и технологическими инновациями становится формирование интеллектуальной базы, позволяющей осуществлять поиск путей наибольшего соответствия имеющихся внешних и внутренних информационных ресурсов в процессе реализации инновационной и производственной деятельности.

Для того чтобы современное предприятие могло успешно адаптироваться и удержать свои позиции в постоянно изменяющейся внешней бизнес-среде, управление НИОКР и технологическими инновациями должно обеспечивать поддержание материально-технической, производственной и интеллектуальной базы фирмы таким образом, чтобы в случае возникновения необходимости иметь возможность задействовать эти ресурсы при разработке и производстве той продукции, на которую в данный момент рынок предъявляет максимальный спрос.

Аутсорсинг процесса управления информационными системами и технологиями подразумевает осуществление контрагентом деятельности по формированию на предприятии системы методов и способов сбора, передачи, накопления, обработки, хранения и представления информации на основе использования технических средств. К основным функциям, которые передаются предприятию по данному виду аутсорсинга, относятся: разработка и использование технологий получения, обработки, анализа, интерпретации первичной инфор-

мации, проектирование информационных потоков, формирование и поддержание информационной базы предприятия, разработка методов и способов ее рационального использования, структуризация всей необходимой информации для обеспечения эффективного функционирования фирмы. Главным условием осуществления этих действий является их согласованность с целями фирмы и особенностями ее организационной среды, а также соблюдение соответствия изменениям, происходящим во внешней среде функционирования предприятия.

Информационная база любого предприятия должна состоять из такого количества информации, которое необходимо для обеспечения его эффективного функционирования. Важнейшая функциональная обязанность подсистемы управления информационными системами – достижение оптимальности этого соответствия. Это объясняет тот факт, что именно данный вид аутсорсинга занимает лидирующие позиции в рейтинге популярности. Не каждое предприятие под способно обеспечить эффективность управления информационными системами и технологиями, используя собственные активы. Для достижения этой цели необходимо на профессиональном уровне организовать осуществление процесса накопления и развития знаний относительно технологий программирования, выбор для внутрифирменного использования наиболее приемлемого программного обеспечения и удовлетворяющей ему технической базы, создание и приобретение извне информационных ноу-хау, обеспечение условий для бесперебойной работы пользователей с информационной средой.

Рациональность использования информационных ресурсов зависит от качества реализации таких функций, как: выделение каналов для специализированной информации, в большей

степени, относящейся к компетенции конкретных подразделений фирмы, селекция и группировка информационных ресурсов по степени значимости и секретности, определение и разрешение возможности доступа к определенным базам данных конкретным подразделениям или отдельным пользователям в соответствии с характером и спецификой выполняемой ими деятельности. Осуществление данных действий обеспечивает максимальную сохранность информационных ресурсов предприятия и повышает эффективность ее использования.

Основное содержание аутсорсинга процесса управления маркетингом раскрывается в виде совокупности действий, связанных с формированием знаний, позволяющих создавать прямые и обратные информационные каналы, осуществляющие обмен, обработку и преобразование рыночных и корпоративных информационных потоков в инструменты повышения эффективности и максимизации удовлетворения определенных потребностей рынка. К основным функциям управления маркетингом относятся: формирование внешнего имиджа фирмы, сбор, анализ данных и оценка на их основе репутации и влияния фирмы, ее поддержание и корректировка методами связей с общественностью, сбор, обработка и анализ рыночной внешней и внутренней информации для создания узнаваемого имиджа товара, разработки ценовой политики и системы стимулирования сбыта посредством манипуляций с ценой товара, формирование и развитие распределительных каналов, системы послепродажного обслуживания, расширения ассортимента услуг, развитие прямых и обратных коммуникационных каналов с внешними контактными аудиториями. К числу первоочередных мероприятий, направленных на развитие распределительных и коммуникационных каналов фирмы, следует отнести

организацию и проведение рекламных кампаний, выставок, ярмарок, программ по стимулированию сбыта, личных продаж, прямого маркетинга, презентаций, а также специальных программ в СМИ.

Для эффективной реализации функций управления маркетингом сотрудники предприятия должны владеть специальными знаниями о рынке, направлениях, методах и способах его исследования, а также иметь знания, необходимые для формирования базы рыночных информационных ресурсов и создания системы по преобразованию этих ресурсов в интеллектуальные активы фирмы. В связи с этим для предприятия, передающего маркетинговые функции на аутсорсинг, важное значение имеют действия по созданию системы развития этих знаний. Они в свою очередь сопровождаются реализацией деятельности по стимулированию использования накопленных специалистами маркетинговых знаний в направлении создания технологий исследования рынка, маркетинговых ноу-хау, других рыночных интеллектуальных активов, увеличивающих интеллектуальный потенциал и аутсорсера, и потребителя его услуг.

Таким образом, представленный в оригинальной модели процесс передачи функций предприятия на аутсорсинг позволяет привлекать к формированию базы внутренних интеллектуальных ресурсов, помимо внутренних подсистем, сторонние организации, являющиеся профессионалами в сфере своей компетенции, а потому участвующие в процессе формирования интеллектуальной базы предприятия с наибольшей отдачей и эффективностью. Подсистема управления интеллектуальными активами реализует специфические функции по преобразованию накопленных внутренних информационных ресурсов во внутренние интеллектуальные активы, повышающие потенциал модернизации современных предприятий, внешние

интеллектуальные активы и интеллектуальные продукты, увеличивающие его конкурентные преимущества, что обусловлено особыми свойствами и возрастающей самостоятельной ролью интеллектуальных активов в деятельности современной фирмы. В дальнейшем разработанная модель может являться основой для более глубокой конкретизации и структуризации подходов к развитию системы управления современного предприятия, вовлеченного в процесс модернизации и инновационного развития.

Библиографический список

1. Ворошилов Д. Обама провозгласил курс на модернизацию и инновации / РИА Новости. URL: <http://www.rian.ru/world/20110126/326402140.html> (дата обращения: 02.05.2011).
2. Костецкий А., Старкова Н. Управление интеллектуальными активами / А. Костецкий, Н. Старкова. Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2005. 317 с.
3. Кутузов Р. Какие функции предприниматели охотнее всего передают внешним исполнителям и выгодно ли это? / Forbes. URL: <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2009-07/7334-postoronnie> (дата обращения 03.05.2011).
4. Пономарев И., Ремизов М., Караев Р. Модернизация России как построение нового государства: Независимый экспертный доклад URL: <http://www.apn.ru/publications/article22100.htm> (дата обращения 29.04.2011.)

Bibliographic list

1. Voroshilov D. Obama declared the policy of modernization and innovation. RIA Novosti. URL: <http://www.rian.ru/world/20110126/326402140.html> (date accessed- 02.05.2011).
2. Kostetsky A., Starrova N. Management of intellectual assets. / A. Kostetsky, N. Starkova. Krasnodar: Kuban state University, 2005. 317 p.

3. Kutuzov R. What features entrepreneurs more readily be outsourced and whether it is profitable? / Forbes. URL: <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2009-07/7334-postoronnie> (date accessed- 03.05.2011).

4. Ponomarev I., Remizov M, Karaev R. Modernization of Russia as the construction of a new state: Independent expert report. URL: <http://www.apn.ru/publications/article/22100.htm> (date accessed- 29.04.2011).

Е.Ю. Полякова, Н.В. Андрейченко, Е. А Попова

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ЛОЯЛЬНОСТИ К КОМПАНИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Аннотация

Рассматривается возможность использования социальной ответственности как маркетингового инструмента, предназначенного для выстраивания долгосрочных взаимоотношений с клиентами, удовлетворения потребителя и формирования у него «лояльности» по отношению к компании. Социальная ответственность бизнеса трактуется как стиль деловой активности, принятый добровольно и оказывающий значимое влияние на формирование и управление лояльностью со стороны потребителей.

Annotation

Possibility of using social responsibility as the marketing tool intended for forming of long-term mutual relations with clients, satisfaction of consumer and formation "loyalty" in relation to the company are considered. Social responsibility of business is treated as the style of business activity accepted voluntarily and making significant impact on formation and management by loyalty from consumers.

Ключевые слова

Потребительская лояльность, социальная ответственность, социальные инвестиции

Key words

Consumer loyalty, social responsibility, social investments.

В современных условиях развития экономики всё большее число компаний, работающих на потребительском рынке, уделяют внимание социальной ответственности как маркетинговому инструменту, предназначенному для выстраивания долгосрочных взаимоотношений с клиентами, удовлетворения потребителя и формирования у него «лояльности» по отношению к компании. Существует массив отечественной и зарубежной информации по изучению социальной ответственности бизнеса. В современной научной литературе пред-

ставлен ряд моделей социальной ответственности бизнеса, отражающих основные тенденции формирования системы КСО в компаниях разных стран[7]. Однако в большей степени социальную ответственность связывают с лояльностью персонала, с внедрением экологических программ, программ по взаимодействию с органами местного самоуправления.

Формирование же потребительской лояльности, опираясь на социальную ответственность, остается недостаточно изученным явлением, что опреде-

ляет актуальность выбранной проблематики исследования.

В основе формирования потребительской лояльности лежит доверительное, доброжелательное отношение к своим клиентам со стороны компании и удовлетворение их потребительских ожиданий.

Так как в современном маркетинге центральное место отводится потребителям, именно потребительская лояльность становится центральным элементом формируемых маркетинговых программ, ориентированных на увеличение прибыли, роста конкурентоспособности на рынке, а также на повышение имиджа и роста узнаваемости компании.

Потребительская лояльность означает максимальную ориентацию на потребителя, его желания, потребности, ожидания и поведение, необходимость строить планы менеджмента торговым предприятием только с учетом пожеланий и потребностей потребителя [7].

Следует отметить, что изучение потребительской лояльности в полной мере должно включать изучение лояльности персонала, а также лояльности инвесторов. Любая корпоративная стратегия должна ориентироваться на поиск компромисса между интересами трех основных контрагентов фирмы: потребителей — инвесторов — сотрудников. Компании должны создавать уникальную ценность для потребителей, справедливо распределять часть полученной прибыли между сотрудниками и, наконец, создавать дополнительную ценность для инвесторов, предоставивших капиталы для начала деятельности.

Лояльность потребителя — это положительное отношение потребителей в отношении всего, что касается деятельности организации, продуктов и услуг, производимых, продаваемых или оказываемых организацией, персоналу компании, имиджу организации, торговым маркам, логотипу [1].

Основные идеи теории лояльности сводятся к следующим:

- достижение устойчивых темпов роста компании невозможно без создания большой группы постоянных покупателей;

- покупателя необходимо рассматривать как источник ежегодной ренты;

- лояльность отражает эффективность деятельности компании;

- в основе формирования лояльности лежит ценностное управление компанией

В данном контексте социальная ответственность может рассматриваться как мощный маркетинговый инструмент, предназначенный для выстраивания долгосрочных взаимоотношений с клиентами, удовлетворения потребителя и формирования у него «лояльности» по отношению к компании.

В индустриально развитых странах мира идея социально ответственного бизнеса широко распространена в общественном сознании. На протяжении ряда лет накапливались и развивались технологии, обеспечивающие успешную реализацию проектов и программ социально ответственного бизнеса, вырабатывались стандарты и критерии оценки социальной ответственности компании, возникли различные формы институционализации соответствующих социальных практик. Однако российские компании имеют незначительный опыт установления партнерских отношений со своими покупателями. Основными трудностями для них является отсутствие системного подхода к управлению лояльностью клиентов и недостаток научно-методических знаний по формированию систем управления предприятием, ориентированных на удержание потребителей и повышение их лояльности.

Использование социальной ответственности в управлении потребительской лояльностью является иннова-

ционным для современной практики маркетингового управления компании.

По рейтингу социальной ответственности российских компаний, на основе экспертного опроса, проводимого в I-м квартале 2011-го года, компании, работающие на потребительском рынке, занимают в большинстве замыкающие позиции («М-Видео»-62-е место, «Магнит»-66-е место, «Ашан»-72-место, «АвтоВаз»-74-е место) [8]. Исключение составила компания «Вимм-Билль-Данн Продукты питания», которая занимает 3-е место, то есть для компаний сектора потребления социальная ответственность до сих пор не является приоритетным направлением реализации маркетинговых программ.

Социальная ответственность компании предполагает ориентацию в построении маркетинговых программ на ценности как всего общества в целом, так и на ценности определенных групп потребителей.

Ценность для потребителя складывается из трех составляющих: экономической, функциональной и психологической. Первые две части связаны с материальными факторами (экономические, функциональные, утилитарные выгоды). Психологическая составляющая представляет собой факторы нематериального характера. На сегодняшний день именно эта группа ценностей является для компаний приоритетной в выстраивании отношений с клиентами: обеспечение высокого качества и конкурентоспособности товаров/услуг потребителям, реализация стратегии компании в социальной сфере, развитие интеллектуального и духовного потенциала общества.

В настоящее время существует разнообразие ценностных ориентаций, из-за чего затруднительно сформулировать единую природу социальной ответственности бизнеса. Считается, что если предприятия станут более открытыми для всех заинтересованных сторон

(потребителей, персонала, государства, общественности) и сделают социальную ответственность основой своей бизнес-стратегии, то они повысят лояльность потребителей, достигнут большей конкурентоспособности, привлекут и сохранят самых профессиональных и талантливых работников и обретут новые возможности для развития.

Под социальной ответственностью бизнеса понимается ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом [2,6].

В реализации социальной ответственности компании участвуют три группы субъектов: государство, бизнес и потребители (в лице домохозяйств). Государство утверждает на законодательном уровне общественные нормы и правила, обеспечивает социальные гарантии населению и гарантии экономической безопасности ведения бизнеса. Бизнес, в свою очередь, предоставляет товары и услуги населению, а государству – налоги и выплаты в бюджет. Потребители осуществляют расходы, приобретая товары и услуги, выплачивают платежи в бюджет. При этом, расходуя денежные средства, домохозяйства ожидают получать социальные гарантии. В современных условиях потребители ожидают определенных социальных гарантий в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.

На современном этапе развития общества стоит отметить зарождение новой парадигмы социальной ответственности, которая состоит из следующих элементов [4]:

- Корпоративная социальная ответственность. Предполагает взаимную ответственность бизнеса и власти

перед обществом, создание взаимовыгодных механизмов социальных инвестиций бизнеса в общество, а также учет интересов предпринимателей не только в экономической, но и в социальной сфере.

- Социальные инвестиции.

Осуществление перехода от благотворительности к фокусированным социальным инвестициям компаний на национальном и региональном уровне. Социальные инвестиции в основном направлены на решение самых актуальных для страны проблем в сфере занятости, образования, жилья, безопасности, охраны здоровья и среды обитания.

- Социальное партнерство. Искоренение социального иждивенчества, создание механизмов общественного контроля над выполнением государством своих социальных обязательств.

- Концепция социально ответственного маркетинга, главной целью которой является удовлетворение нужд и потребностей целевых рынков, при условии сбережения человеческих, материальных, энергетических и других ресурсов, охраны окружающей среды.

Данная парадигма находит свое отражение в современных условиях хозяйствования, которые заставляют отечественные предприятия пересматривать сложившиеся принципы и методы управления в целях завоевания, удержания устойчивых конкурентных и рыночных позиций в будущем. Способность добиться конкурентного преимущества и сохранить его во многом зависит от маркетинговой стратегии

хозяйствующего субъекта, которая должна предусматривать смещение главной цели экономической деятельности компании в сторону создания ценности для потребителя, что в долгосрочной перспективе обеспечивает достижение такого же или большего финансового результата.

Структура социальной ответственности современных компаний представляется тремя уровнями:

- Базовым уровнем (своевременная выплата заработной платы, предоставление новых рабочих мест).

- Средним уровнем (к базовому уровню добавляется обеспечение работников адекватными условиями работы, повышение уровня квалификации работников, развитие социальной сферы).

- Высшим уровнем (к среднему уровню добавляется благотворительная деятельность и спонсорство).

Итак, компания не может достичь высшего уровня социальной ответственности бизнеса, не достигнув перед этим нижестоящих уровней, так как каждый последующий уровень полностью вбирает элементы предыдущего.

Каждый уровень социальной ответственности бизнеса имеет определенную структуру, элементами которой являются: внешняя социальная ответственность, внутренняя социальная ответственность и социальное партнерство. Составные элементы уровней социальной ответственности бизнеса можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1. Структура социальной ответственности бизнеса [1]

Внутренняя социальная ответственность	Внешняя социальная ответственность	Социальные программы
Безопасность труда	Спонсорство и благотворительность	Собственные программы компаний

Продолжение таблицы 1

Стабильность заработной платы	Содействие охране окружающей среды	Программы партнерства с местными, региональными и Федеральными органами государственного управления
Поддержание социально значимой заработной платы	Взаимодействие с местным обществом и местной властью	Программы партнерства с некоммерческими организациями
Дополнительное медицинское и социальное страхование	Готовность участвовать в кризисных ситуациях	Программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями
Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации	Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров)	Программы информационного сотрудничества со СМИ
Оказание помощи работникам в критических ситуациях		

Таким образом, чем выше уровень социальной ответственности бизнеса, тем сложнее и выше степень взаимодействия, а также коммуникаций во внешней экономической среде.

Использование концепции социальной ответственности бизнеса в формировании потребительской лояльности может быть обусловлено влиянием внешних стимулов, таких как:

- Этический консьюмеризм.

Потребители больше узнают об экологической и социальной составляющей своих повседневных потребительских решений и начинают принимать решения о покупке, связанные со своими экологическими и этическими предпочтениями.

- Глобализация и рыночные силы. Глобальная конкуренция способствует повышению стандартов в таких областях, как: трудовые отношения, повышение качества обслуживания потребителей, развитие социальной инфраструктуры. Глобализация рынков также проявляется во введении международных стандартов экологической сертификации ISO.

- Капитализация. Социальная ответственность компании напрямую влияет на её деловую репутацию. Известно, что нематериальные активы

большинства зарубежных компаний в несколько раз превышают материальные. Известно также, что значительную часть нематериальных активов составляет стоимость самого бренда. Эта стоимость определяется репутацией, которая формируется, в числе прочего, на основе социально ответственного поведения компании.

Представители российского бизнеса все яснее осознают, что их благополучие напрямую зависит от восприятия той или компании с позиций социальной ответственности[5].

Современные потребители с большей охотой приобретают товары и услуги у социально ответственных компаний. Подтверждением этому могут стать результаты опроса, проводимого в апреле 2011-го года сотрудниками Научно-образовательного центра «Центр маркетинговых исследований» Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» (НОЦ «ЦМИ» ЮФУ).

В опросе приняло участие 185 человек, представителей ростовских семейных домохозяйств (73% из числа опрошенных имеют одного и более детей в возрасте до 14 лет).

На вопрос: «Готовы ли вы отказаться от услуг компании, которая предоставляет заведомо ложную информацию о производимой продукции?» были получены следующие результаты: «Да» - 42%, «Нет»-31% и «Затрудняюсь ответить»- 27% от общего числа респондентов.

На вопрос: «Готовы ли вы принять участие в благотворительной акции, в случае проведения такой в г.Ростове-на-Дону социально ответственной компанией?» были получены следующие результаты: «Да»- 69%, «Нет»-17% и «Затрудняюсь ответить»-14% от общего числа респондентов.

На вопрос: «Готовы ли вы сменить торговую марку на ту, которая более ассоциируется с благими делами (при условии схожести предложения)?»: «Да»- 59%,«Нет»-17% и «Затрудняюсь ответить»- 24% от общего числа респондентов.

На вопрос, «Какие компании, представленные на ростовском потребительском рынке, осуществляющие социальные программы, вам известны?» были получены следующие результаты: «Мак-Дональдс»-42%, «Тавр»-17%, «PepsiCo»-19%, «Архыз»-12%, остальные компании - 10% от общего числа респондентов.

Наиболее часто встречаемые ожидания потребителей, относительно социальной ответственности бизнеса:

- честность и этичность доносимой информации;
- безопасность для жизни и здоровья предлагаемых товаров и услуг;
- снижение негативного воздействия на окружающую среду;
- проведение различного рода благотворительных акций.

Учитывая полученные результаты, социальная ответственность компаний в области укрепления потребительской лояльности предполагает осуществление следующих мероприятий:

- представлять полную, точную, понятную, этичную информацию о товаре или услуге, о способах приобретения, а также о возможных последствиях или противопоказаниях к применению;

- представлять четкую маркировку, в которой указывается содержание вредных веществ (при их объективном наличии);

- разрабатывать продукцию и упаковку таким образом, чтобы ее легко можно было применять повторно, восстановить или переработать, и, если это возможно, предлагать или рекомендовать услуги по переработке и утилизации;

- представлять потребителям информацию об экологических и социальных аспектах потребления продукции;

- четко формулировать рекламные и маркетинговые сообщения;

- рассматривать все заявления или жалобы со стороны потребителей;

- предоставлять товары или услуги, которые являются безопасными для пользователей и других людей, их собственности и окружающей среды, а также представлять четкие инструкции по их безопасному применению;

- изымать из продаж в случаях, если уже выпущенная на рынок продукция представляет непредвиденную опасность, имеет серьезные дефекты, а также отзываться продукцию, уже приобретенную потребителями ранее из той же партии;

- осуществлять такие виды деятельности, как спонсорство и благотворительность, корпоративная филантропия;

- поддерживать мероприятия маркетинга событий (фестивали, массовые мероприятия), то есть, выстраивать неформальные взаимоотношения с участниками, предлагая нематериальные виды поощрений (известность, публичность).

Таким образом, компания должна иметь непрерывную коммуникационную связь с существующими и потенциальными клиентами и проявление заботы об удовлетворении их потребностей. Наличие налаженного контакта с потребителями является центральным условием реализации социальной ответственности компаний в рыночных условиях, при этом необходимо учитывать важный постулат теории поведения потребителей: потребители отдадут предпочтение организациям, проявляющим истинную заботу об их благосостоянии и удовлетворении запросов, а также о благосостоянии общества.

Библиографический список

1. Бакулина, Н.В. Корпоративная социальная ответственность (на примере российских предприятий) // Финансы, деньги, инвестиции. – 2007. № 3. С. 26–38.
2. Гайдено Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика. М., 2006. – С. 496.
3. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации – 3-е изд. - М.: Дело и сервис. 2011.
4. Лапина Н.Ю. Социальная ответственность бизнеса: какое будущее для России? // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. - № 6. – С. 37–38.
5. Можно ли заработать на программах КСО? Блиц-опрос // Новый маркетинг 2011.- №6.

6. Палавин К. Правила работы с клиентами, обеспечивающие их лояльность // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2010.- №2
7. http://otherreferats.allbest.ru/economy/0111060_0.html
8. http://www.trud.ru/article/03-05-2011/262458_neftegaz_na_vysote.html

Bibliographic list

1. Bakylyna, N.V. Corporate social responsibility (on an example of the Russian enterprises) // The Finance, money, investments. – 2007. № 3. P. 26–38.
2. Gaidenko T. A. Marketing management. Complete course MBA. Principles of administrative decisions and the Russian practice. M, 2006. P.496.
3. Golubkova E.N. Marketing of communications – 3 edition - M: Business and service. 2011.
4. Lapina N.JU. Social responsibility of business: what future for Russia? // World economy and the international relations. – 2006. -№ 6. P.37–38.
5. Whether it is possible to earn on programs KCO? // New marketing 2011. №6.
6. Palavin K. Requirements of work with the clients, providing their loyalty // Marketing and marketing researches. 2010. №2.
7. http://otherreferats.allbest.ru/economy/00111060_0.html
8. http://www.trud.ru/article/03-05-2011/262458_neftegaz_na_vysote.html

А.Б. Магомедшарипов

КЛЮЧЕВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНОГО СЕРВИСА

Аннотация

Исследуется система стратегического маркетинга социального учреждения. Формирование системы стратегического маркетинга социального учреждения означает определение ее миссии, цели и задач. Использование маркетинга в решении данных за-

дач требует дальнейшего теоретического и прикладного развития и исследования, формирования развитой концепции маркетинга российской системы социального сервиса.

Annotation

The system of strategic marketing of social establishment is investigated. Formation of system of strategic marketing of social establishment means definition of its mission, the purpose and problems. Marketing use in the decision of the given problems demands the further theoretical and applied development and research, formation of the developed concept of marketing of the Russian system of social service.

Ключевые слова

Маркетинг, стратегический маркетинг, маркетинг социального сервиса, элементы стратегического маркетинга.

Key words

Marketing, strategic marketing, marketing of social service, elements of strategic marketing.

Реформирование бюджетных учреждений, происходящее в настоящее время в российской экономике, нацелено на повышение эффективности использования государственного и муниципального имущества и адаптацию учреждений социальной сферы к рыночным условиям хозяйствования. Работа на рынке предполагает активное использование маркетинга, базовые положения которого уже разработаны для многих отраслей социального сервиса - учреждений образования, здравоохранения, культуры, но остаются ориентированными на формирование отдельных механизмов предоставления платных услуг и не позволяют сформировать целостную систему функционирования учреждений социального сервиса в рыночных условиях.

Оказание платных услуг повышенной комфортности является особенностью работы учреждений социального сервиса в результате проводимых реформ. Эта особенность характерна для целого ряда организаций разных отраслей сферы общественно значимых услуг (детские сады, школы, поликлиники, театры, музеи).

В настоящее время основная часть всех организаций, предоставляю-

щих социальные услуги, являются бюджетными учреждениями, хозяйственная деятельность которых осуществляется на основе сметного финансирования, когда все расходы точно predetermined по направлениям использования и они не могут оперативно распорядиться не только бюджетными средствами, что вполне объяснимо необходимостью их целевого расходования, но и собственными средствами - доходы учреждения от оказания платных услуг или благотворительные средства находятся под пристальным контролем распорядителя бюджетных средств и казначейства.

Содержанием целостной системы функционирования учреждений социального сервиса являются:

1. Объект социального сервиса,
2. Субъект социального сервиса,
3. Условия необходимости функционирования субъекта для нормальной жизнедеятельности объекта (время, место, качество).

В структуре управления социального учреждения руководство учреждения непосредственно подчинено вышестоящей государственной или муниципальной организации, и более правильным является рассмотрение дея-

тельности не отдельного учреждения, а всей системы предоставления конкретного вида услуг, например, дошкольного, школьного образования, здравоохранения, культуры, то есть предпочтительным концептуальным подходом является муниципальный и региональный маркетинг, с точки зрения которого сетевая структура предоставления социального сервиса выступает целостной системой обмена. Однако разработка подобного подхода требует проведения специального исследования сложных структур предоставления социального сервиса, дополнения существующего категориального аппарата, и на настоящем этапе развития маркетинговых подходов можно определить содержание стратегического маркетинга применительно к деятельности отдельного учреждения или группы учреждений. Такой подход не будет ошибочным, так как каждое учреждение представляет собой микросистему социального сервиса. Поэтому, формулируя положения стратегического маркетинга применительно к работе системы микроуровня, можно определить основные направления его становления и для системы более высокого порядка.

Для стратегического маркетинга учреждений социального сервиса ключевым элементом является определение миссии, целей и задач работы организации.

Четко определенная миссия должна позволить определить области, в которых учреждение будет работать: тип услуг, технологии, ценность для клиентов, потребность рынка. Миссия системы социального сервиса является базой маркетинга соответствующих учреждений и позволяет определить:

- основные группы потребителей социальных услуг;
- уровень значимости услуг как для потребителей, так и для общества;
- отличие предоставляемого сервиса от аналогичных услуг, в том числе

уже предоставляемых на рыночной основе;

- основные параметры сервиса и работы учреждения, которые должны позволить реализовать все заданные учредителями функции.

Понимание миссии позволяет четко обозначить конечных потребителей конкретного вида услуг, условия и ограничения их предоставления. Кроме того, миссия отражает внутренний и внешний имидж организации. В самом широком смысле миссия определяет содержание существования организации: для системы социального сервиса это четко выраженные общественные, государственные и муниципальные интересы в целом, а также различные виды специфических интересов, характерных для данной территории или определенных групп потребителей.

Основные параметры миссии - ее одновременная простота, содержательность и достижимость, то есть она должна быть сбалансированной по целям и ресурсам - не слишком примитивной для достижения или практически невыполнимой.

Осуществимость миссии обозначает, что она должна устойчиво достигаться, то есть социальный сервис будет предоставляться бесперебойно и в обязательном порядке. Это отличает работу системы социального сервиса - ее функционирование и предоставляемые виды обслуживания не должны зависеть от выгоды различных типов услуг, колебания конъюнктуры и иных рыночных факторов. Для коммерческих организаций допустимы различные виды активности на рынке, требующие разовых критических усилий для оказания влияния на потребителей, - демпингование, формирование крайне выгодных предложений, предоставление товаров и услуг для пробы. Соответственно коммерческая организация может находиться на рынке или переходить в другие экономические ниши. У учреждений

социального сервиса подобной мобильности нет, и они ориентированы на постоянное, стабильное и гарантированное предоставление определенного вида услуг, что должно быть отражено в их миссии и являться основой для формирования стратегии рыночной деятельности, определять всю систему маркетинга подобного типа организаций.

С учетом параметров стабильности и гарантированности работы системы социального сервиса рыночная миссия организаций данной сферы должна позволить сформировать взаимную коммуникацию с внешней средой, способствовать установлению и согласованию интересов разных социальных групп. Поэтому в формулировке миссии должна присутствовать направленность на достижение цели, четкие рамки, которые ставят ограничения деятельности в конкретных сегментах рынка, ориентация на решение проблем потребителей социальных услуг. Миссия должна быть четко определена для всей системы социального сервиса и формировать рыночные цели учреждений социального обслуживания.

Нужно отметить, что формулировка миссии должна быть понятна всем: потребителям и вышестоящей организации. Она несёт в себе цель обеспечить как каждому работнику организации, так и потребителю ее услуг четкое представление о характере деятельности учреждения, целях и задачах, которые решаются системой социального сервиса.

Для социальной сферы крайне важным является то, что в миссии должна быть отражена и духовная мотивация деятельности организации. Комфортность получения социального сервиса основывается на учтивости и вежливости сотрудников сервиса, которые в свою очередь формируются на основе понимания собственной деятельности не только как исполнения служебных обязанностей, но и как лич-

ной целенаправленной деятельности по оказанию помощи и поддержки обращающимся за социальными услугами. При оказании социального сервиса наиболее отчетливо проявляется взаимосвязь личного и общественного, когда работа отдельного человека в организации приносит пользу как конечному потребителю на локальном уровне, так и всему обществу в глобальном масштабе.

Конкретизация стратегического видения будущего организации и реализации ее миссии осуществляется путем формирования целей, которые являются основой для управления всеми процессами деятельности организации. Постановка целей осуществляется на основе определения миссии, ценностей, возможностей организации, ориентированности руководства и условий внешней среды. Для системы социального сервиса цели работы организаций непосредственно связаны с ценностями, свойственными данному обществу, формулируемыми государством. Поэтому стратегия маркетинга системы социального сервиса, ориентация всей системы ее управления являются выражением ценностных ориентаций общества, которые и выражаются в более конкретных целях каждой организации.

Маркетинговые цели любой организации должны формироваться на нескольких уровнях рыночной деятельности организации, и социальные учреждения не являются исключением. В соответствии с поставленными целями осуществляется хозяйственная деятельность и определяются направления развития.

Система целей социальной организации с учетом специфики ее функционирования может рассматриваться как многоуровневая структура, образующая дерево целей и включающая:

- разработку и предложение широкого спектра социальных услуг;
- формирование базы будущих конкурентных преимуществ с учетом

стратегической перспективы оказания социальных услуг значительному числу субъектов хозяйствования различных организационно-правовых форм;

- определение возможностей роста организации, расширения направлений деятельности как территориально, так и в направлении удовлетворения различных потребностей;

- поиск способов совершенствования материально-технической базы и внедрения инновационных технологий;

- обеспечение повышения доступности социальных сервисов;

- разработку новых форм стимулирования сотрудников.

Новые рыночные цели функционирования учреждений социальной сферы должны носить четкий и конкретный характер - коммерческая работа позволяет сформировать финансово-экономические показатели, достижение которых может быть определено в качестве основных ориентиров работы организации. Таким образом, цели конкретизируют миссию организации, устанавливают определенные рамки, сроки реализации.

Для реализации стратегии маркетинговой деятельности необходима структуризация дерева целей на трех уровнях: генеральная цель, представляющая собой стратегическое видение и миссию, цели и конкретные решаемые задачи.

Генеральная цель отражает стратегический замысел, выражает содержание функционирования организации конкретного вида деятельности и может включать стратегические цели, как общие, так и специфические, интегрированные и функциональные. Генеральная и стратегические цели относятся к среднесрочным и долгосрочным целям и определяют направления функционирования организации на период от 3-5 лет и более лет. Они четко формулируют главные векторы функционирования организации. Для отечественной систе-

мы социального сервиса данные цели многообразны. В качестве генеральной можно определить адаптацию к рыночным условиям функционирования и предоставление услуг на основе госзадания с четким определением гарантированных бесплатных услуг и платных сервисов. С маркетинговой точки зрения данная генеральная цель может пониматься как формирование рыночной инфраструктуры всего социального сервиса. С этой точки зрения стратегические цели должны быть направлены на формирование условий по достижению генеральной цели: формирование стандартов качества услуг, разработку системы продвижения социальных сервисов, развитие механизмов маркетинговых коммуникаций в социальной сфере.

Конкретизируются основные цели в задачи, постановка которых определяет способы и механизмы достижения поставленных целей.

Маркетинговые задачи организации – это прежде всего четкие, имеющие определённые временные рамки результаты. Этих результатов конкретная организация планирует добиться на пути претворения в реальность целей более широкого плана.

Маркетинговые задачи должны ставиться как можно конкретнее, и поэтому в постановке задач крайне важна оценка результата, который получили в процессе достижения поставленных целей. Если для коммерческих организаций подобные оценки результатов достаточно очевидны - это получаемая прибыль, то для учреждений социального сервиса важным итогом их работы, является сам объем оказанных услуг. Сейчас предпринимаются попытки определения эффективности работы бюджетных организаций, но основными оценками, позволяющими оценивать результаты их работы остаются объемы оказанных услуг, соответствующие стандартам. Развитие рыночных основ функционирования организаций соци-

ального сервиса позволит дополнить эти оценки параметрами рыночной деятельности - получаемыми доходами от различного вида услуг, но в целом можно предположить, что система оценок результативности работы данного вида учреждений будет преимущественно формироваться на основе показателей обеспеченности потребителей различными видами услуг.

Нацеленность на повышение уровня индивидуальной обеспеченности и доступности услуг должно отражаться в стратегии маркетинговой деятельности системы социального сервиса. Это означает, что маркетинговая стратегия должна формироваться на основе максимально полного учета существующих условий функционирования сервисной системы. Для этого в процессе формирования стратегии маркетинга системы социального сервиса реализуются следующие шаги:

- выявляются реальные возможности деятельности на пути достижения целей на текущий момент и в перспективе;
- определяются конкретные показатели, характеризующие поэтапное достижение целей и решение задач;
- разрабатываются способы преодоления возможного недостатка ресурсов и средств для достижения поставленных целей.

Таким образом, определение маркетинговой стратегии на основе миссии системы социального сервиса и основных целей неразрывно связано с проведением тщательного анализа состояния рынка и отрасли, нового подхода к пониманию получателей социальных услуг как их покупателей, поиска новых направлений развития. Следует отметить, что само использование маркетинга в деятельности учреждений социального сервиса отражает переход к активному реагированию на такие основные силы развития рынка, как:

- постоянные продуктовые инно-

вации - расширение номенклатуры услуг, предложение новых сервисов;

- изменения в предпочтениях потребителей и способах использования ими товаров и услуг, например, смещение интересов на более стандартизированные и дешевые варианты;
- постоянная настройка параметров функционирования на запросы потребителей путем их постоянного изучения;
- необходимость постоянного внесения технологических изменений, внедрения инноваций;
- регулярное внутрирыночное движение организаций - приход и уход с рынка различных структур;
- изменение общественного мнения, стиля жизни;
- колебания затрат и эффективности, изменения в долгосрочном темпе роста отраслевой емкости рынка, что в значительной степени определяет указанные выше изменения состава участников рыночной деятельности и использование передовых технологий;
- изменения в государственном регулировании;
- снижение или возрастание неопределенностей и рисков.

Кроме указанных выше факторов рыночной динамики, являющихся достаточно новыми для учреждений социального сервиса, необходимо отметить то, что в современном обществе усиливается взаимосвязь социальных факторов с экономическими, что повышает значимость социального сервиса для органов управления всех уровней. Это означает, что направленность стратегии маркетинга системы социального сервиса в значительной степени будет определяться политической и экономической обстановкой в стране, изменениями законодательства, финансовых условий хозяйствования, проводимыми реформами. Кроме того, необходимо учитывать стремительное развитие высоких технологий. Например, использование

Интернета во многом облегчает взаимодействие с потребителями.

Таким образом, формирование системы стратегического маркетинга социального учреждения означает определение ее миссии, цели и задач, конкурентных преимуществ. Стратегический маркетинг должен обеспечить ориентирование социального сервиса на функционирование в соответствии с современными рыночными условиями, также на долгосрочное стабильное функционирование. Реализация маркетинговой стратегии должна основываться на обеспечении устойчивости работы данного сектора экономики, гармоничном сочетании предоставления платных и социально гарантированных услуг. Элементы маркетинговой стратегии, связанные с развитием системы социального сервиса, не должны снизить стабильность ее работы, но при этом обеспечить ее достаточно высокий динамизм, который должен позволить адаптироваться отечественным учреждениям социального сервиса к рыночным условиям хозяйствования. Использование маркетинга в решении данных задач является крайне важным направлением обеспечения методологии и практики управленческой деятельности и требует дальнейшего теоретического и прикладного развития и исследования, формирования развитой концепции маркетинга российской системы социального сервиса. Маркетинговая стратегия системы социального сервиса должна стать основой управления соответствующими организациями в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений - Федеральный закон от 08.05.2010 № 83-ФЗ// Российская газета, №5179, 12 мая 2010.

2. Андреев С. Н. Маркетинг некоммерческих субъектов (теоретико-методологический аспект): дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.85 / С. Н. Андреев; Рос. гос. экон. акад. - М., 2003. - 374 с.
3. Андреев С.Н. Маркетинг в некоммерческой сфере: теоретический аспект// Маркетинг в России и за рубежом. - 2000. - 4. - С. 35.
4. Гордин В. Э. Социальная политика и социальный маркетинг: монография. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 1993. С. 102 - 103.
5. Диксон Питер Р. Управление маркетингом. - М.: Бином, 1998.
6. Захарова С. Кризис индустриализма и концепция социального маркетинга // Социологические исследования, 1995, № 5. - С. 34 - 38.
7. Киннел М., Макдугал Д., Маркетинг некоммерческих организаций. - М.: Луч, 2000. - 347 с.
8. Ковалева И.В. Маркетинг: учебное пособие / И.В. Ковалева, А.Л. Полтарыхин, Н.С. Андропова, Ю.В. Хренова. - Барнаул: Изд-во АГАУ, 2006. - 560 с.
9. Котлер Ф., Андреасен А.Р. Стратегический маркетинг некоммерческих организаций / Сб. «Теория маркетинга» Под ред М. Байкера. - СПб.: Питер, 2002. - С. 372-400.
10. Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций. - СПб: Питер, 2008.
11. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива; Пер. с франц. - СПб: Наука, 1996. - 589 с.
12. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. - СПб: Питер, 2000. - 365 с.
13. Маяцкая И. Н. Развитие маркетинга в социальной сфере : Теоретико-методологический аспект : Дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 : - М., 2004 390 с. РГБ ОД, 71:05-8/384.

Bibliographic list

1. About modification of separate acts of

the Russian Federation in connection with perfection of a legal status of the state (municipal) establishments - the Federal law from 08.05.2010 № 83-FZ//the Russian newspaper, №5179, on May, 12th 2010.

2. Andreev S.N. Marketing of noncommercial subjects (theoretic-methodological aspect): Sciences: 08.00.85 M., 2003. p.-374.

3. Andreev S.N. Marketing in noncommercial sphere: theoretical aspect//Marketing in Russia and abroad. - 2000. - 4. - p. 35.

4. Gordin V. E. Social policy and social marketing: the monography. - SPb.: Publishing house of the St.-Petersburg university of economy and the finance, 1993. p. 102 - 103.

5. Dickson Peter R. Management marketing. – M., 1998.

6. Zaharova S. Crisis of industrialism and the concept of social marketing//Sociological researches, 1995, № 5. - p. 34 - 38.

7. Kinnel M., Makdugal D. Marketing of the noncommercial organizations. – M., 2000. –p.347.

8. Kovaleva I.V. Marketing: the manual / I.V. Kovaleva, A.L. Poltaryhin, N.S. Andronov, J.V. Hrenova. - Barnaul: Publishing house AGAU, 2006. –p. 560.

9. Kotler F, Andreasen A.R. Strategic marketing of the noncommercial organizations. «The marketing Theory» Under the author by M. Bajkera. - SPb.: Peter, 2002. - p. 372-400.

10. Kotler F, Li N. Marketing for state and public organizations. - SPb: Peter, 2008.

11. Lamben G.G. Strategic marketing. The European prospect; 1996. – p. 589.

12. Mak-donald M. Strategic planning of marketing. - SPb: Peter, 2000. – p. 365.

3. Majatsky I.N. Development of marketing in social sphere: theoretic-methodological aspect: M, 2004 390 c. РГБ ODES, 71:05-8/384.

Г.Н. Хубаев

СРАВНЕНИЕ ВАРИАНТОВ ДИЗАЙНА ОБЪЕКТА: МОДЕЛИ И АЛГОРИТМЫ

Аннотация

Предложены процедуры, ориентированные на использование расстояния и медианы Кемени и непараметрических методов статистики при сравнении вариантов внешнего вида художественно оформленного объекта. Показано, что предложенные процедуры позволяют корректно осуществлять сравнительную оценку вариантов дизайна объекта – вариантов интерфейса программного продукта, вариантов внешнего вида кузова автомобиля, вариантов оформления офиса и т.п., выделять взаимосвязанные подмножества мнений экспертов и проводить анализ причин такой взаимосвязи.

Annotation

There are introduced the procedures oriented to the use of Kemeny Median and Distance and the nonparametric statistics methods in the comparison of design variants of the artwork object. It was demonstrated that the introduced procedures allow making the correct comparative estimate of object design variants – software product interface variants, vehicle body design variants, office design variants and so on, singling out the interdependent subcollection of experts' opinions and carrying out the analysis of such interdependence causes.

Ключевые слова

Дизайн объекта, модели, алгоритмы, процедуры сравнения вариантов дизайна, методы непараметрической статистики, выделение взаимосвязанных подмножеств мнений экспертов.

Key words

Object design, models, algorithms, design variants comparison procedures, nonparametric statistics methods, indication of interdependent subcollection of experts' opinions.

Постановка задачи. Для *экономики предприятия* исключительно актуальной является задача сравнительной оценки и выбора варианта дизайна объекта – *варианта интерфейса программного продукта, варианта внешнего вида кузова автомобиля, варианта оформления офиса* и т.п. Действительно, удачный выбор варианта дизайна объекта может оказать решающее позитивное влияние на основные *экономические показатели*, характеризующие деятельность предприятия: на величину прибыли, на конкурентные рыночные позиции, на уровень финансовой устойчивости и др. В качестве примера, подтверждающего этот тезис, можно привести представленным в Интернет результаты одного из исследований в области автомобилестроения. Оказалось, что при выборе автомобиля женщины-покупательницы *главное внимание обращают на форму и цвет кузова* (в отличие от мужчин, больше интересующихся техническими характеристиками). Легко догадаться, что для автомобильной компании выбор того или иного варианта дизайна кузова автомобиля может означать *либо миллиардные прибыли, либо миллиардные убытки* (ведь число женщин, покупающих автомобили, растет почти экспоненциально). Очевидно, что поскольку речь идет о *субъективной* сравнительной оценке *внешнего вида* объекта и при этом невозможно получить оценку вариантов дизайна по результатам натуральных, физических экспериментов и инструментальных исследований, то

сравнить варианты дизайна объекта возможно **только** при использовании *экспертных оценок*, так как именно в результате экспертизы можно выбрать *предпочтительный вариант дизайна объекта*. Экспертные оценки характеристик объектов являются составной частью многих процедур подготовки решений (см., например, [1]). Ниже предложены корректные *процедуры*, ориентированные на использование *расстояния и медианы* Кемени и *непараметрических методов статистики* при *сравнении* вариантов внешнего вида художественно оформленного объекта.

Условия проведения экспертизы и процедуры сравнения. Можно предположить, что необходимо осуществить сравнение нескольких вариантов дизайна объекта – *вариантов интерфейса программного продукта, вариантов внешнего вида кузова автомобиля, пылесоса, вариантов оформления офиса* и т.п. Пусть $A = \{a_i\} (i \in n)$ – сравниваемые варианты дизайна объекта; $B = \{b_j\} (j \in m)$ – множество экспертов, участвующих в экспертизе; n_1 – число вариантов, оцениваемых одним экспертом.

$1. n = n_1 = 2; m \gg n$. Сравнимые варианты дизайна объекта оцениваются экспертами определенным числом баллов.

Процедура сравнения 1.1. Результаты сравнения могут быть представлены двумя связанными рядами оценок (таблица 1):

Таблица 1. Результаты сравнения (для условий 1)

Эксперт	Результаты экспертизы	
	Вариант a1	Вариант a2
1	α_1	β_1
2	α_2	β_2
...
i	α_i	β_i
...
m	α_m	β_m

Случай 1. Если нет уверенности в том, что распределение \mathbf{d}_i , $\mathbf{d}_i=(\beta_i-\alpha_i)$ подчиняется нормальному закону, то для проверки значимости различия между вариантами дизайна можно использовать **ранговый критерий Уилкоксона**. При этом нулевые значения $\mathbf{d}_i=(\beta_i-\alpha_i)$ исключаются из рассмотрения и в расчетах число наблюдений сокращается до числа ненулевых значений \mathbf{d}_i (до \mathbf{m}_1). Абсолютное значение $|\mathbf{d}_i|$ упорядочивают по рангам. Если среди ненулевых значений $|\mathbf{d}_i|$ есть равные, то им приписывают средний ранг. Вычисляются суммы положительных $\sum \mathbf{R}_k^{(+)}$ и отрицательных $\sum \mathbf{R}_k^{(-)}$ рангов, и меньшая из сумм используется в качестве статистики. При $\mathbf{m}_1 > 25$ можно воспользоваться аппроксимацией нормальным распределением.

Случай 2. Если распределение \mathbf{d}_i , $\mathbf{d}_i=(\beta_i-\alpha_i)$ подчиняется нормальному закону, то проверку значимости различия между вариантами дизайна можно осуществить с использованием **t-критерия** с $(\mathbf{m}-1)$ степенями свободы.

Нуль-гипотеза H_0 : математическое ожидание разности \mathbf{d}_i равно нулю (сравниваемые варианты равноценны).

Замечание. Преимущества описанной процедуры заключаются в том, что при обработке парных наблюдений (в отличие от стандартных методов сравнения средних значений независимых выборок) уменьшается рассеяние внутри выборок. Кроме того, распределения α_i и β_i могут значительно отличаться от нормального, в то время как распределение $\mathbf{d}_i=(\beta_i-\alpha_i)$ будет доста-

точно хорошо аппроксимироваться нормальным распределением.

Процедура сравнения 1.2. Гораздо меньший объем вычислений потребуется для проверки значимости различия между вариантами дизайна объекта, если воспользоваться критерием знаков Диксона и Муда. Здесь постулируется лишь независимость результатов экспертизы – результатов сравнения вариантов дизайна отдельными экспертами.

Нуль-гипотеза H_0 : разности результатов оценки обоих вариантов дизайна объекта (разности парных сравнений) в среднем (статистически) *не отличаются от нуля*, а значение медианы распределения разности равно нулю, то есть число положительных и отрицательных разностей должно быть равным. Нулевые разности исключаются из рассмотрения. Вероятность определенного числа плюсов и минусов определяется на основе биномиального распределения при $p=q=0.5$. При $\mathbf{m}_1 > 50$ биномиальные значения могут быть аппроксимированы с помощью критерия χ^2 , вычисляемого по формуле:

$$\chi^2 = ((f_0^{(+)} - f_e - 0.5)^2 + ((f_0^{(-)} - f_e - 0.5)^2) / f_e,$$

где $f_0^{(+)}$, $f_0^{(-)}$ -- соответственно фактические (полученные в результате экспертизы) частоты знаков «плюс» и «минус», f_e – ожидаемая частота, равная $0.5 * \mathbf{m}_1$.

Если расчетное значение χ^2 меньше табличного значения, то нулевая гипотеза принимается.

Следует, однако, учитывать, что с ростом объема выборки эффективность критерия уменьшается. Поэтому при больших m_1 для оценки вероятности определенного числа знаков можно использовать нормальное распределение, рассчитывая его параметр по формуле:

$$Z = (|2x - m_1| - 1) / \sqrt{m_1}$$

где x – наблюдаемая частота более редких знаков; m_1 – число полученных в результате экспертизы значений d_i , $d_i = (\beta_i - \alpha_i)$, $i \in m_1$ (экспертных оценок), уменьшенное на число нулевых разностей.

Процедура сравнения 1.3. В качестве быстрого критерия можно воспользоваться модификацией критерия знаков, в которой статистикой служит величина $T = |(\text{число плюсов}) - (\text{число минусов})|$.

Если $T > 2\sqrt{m_1}$, то на 5%-ном уровне при двустороннем критерии разницы должна рассматриваться как значимая.

2. $n = n_1 = 2$, $m \gg n$. Сравнимые варианты дизайна объекта оцениваются экспертами по альтернативному признаку.

Процедура сравнения 2.1. При заданных условиях результаты экспертизы целесообразно представить в виде таблицы сопряженности признаков (таблица 2) и для определения значимости различия между вариантами дизайна объекта использовать методы статистического анализа категоризованных переменных.

Например, если оцениваются варианты a_1 и a_2 дизайна программного продукта двумя группами экспертов, причем первую группу Γ_1 (из m_1 специалистов) составляют разработчики программных систем, а вторую Γ_2 (из m_2 специалистов) – программисты-пользователи.

Нулевая гипотеза H_0 : доли экспертов из первой и второй групп, предпочитающих вариант a_1 (a_2), совпадают. Альтернативная гипотеза H_1 : доли экспертов из каждой группы, отдающих предпочтение варианту a_1 (a_2) в генеральной совокупности, разные.

Результаты оценки могут быть представлены в таблице сопряженности признаков вида:

Таблица 2. Сравнение вариантов дизайна по альтернативному признаку

	Вариант дизайна a_1	Вариант дизайна a_2	Итого:
Γ_1 (дизайнеры - разработчики интерфейса ПП и др.)	A	B	$A+B=m_1$
Γ_2 (покупатели-пользователи)	C	D	$C+D=m_2$
Итого:	$A+C$	$B+D$	m

Замечание. Чтобы элиминировать влияние на результаты экспертизы очередности, в которой варианты дизайна объекта предъявляются эксперту, целесообразно проводить попарные сравнения вариантов разными группами специалистов и представлять результаты оценки в виде нескольких таблиц сопряженности признаков с последующим статистическим анализом адекватности результатов сравнения.

Процедура сравнения 2.2. При сравнении вариантов дизайна объекта по нескольким показателям, например, по таким показателям, как: трудоемкость технической подготовки производства (ТПП), себестоимость изготовления, удобство обслуживания и др., результаты экспертизы могут быть представлены в виде $k \times 2$ -таблицы сопряженности признаков.

Таблица 3. Сравнение вариантов дизайна при учете нескольких показателей качества

Учитываемые показатели качества объекта	Сравниваемые варианты дизайна объекта	
	Вариант 1	Вариант 2
Интерфейс ПП (форма кузова автомобиля, потолок офиса и т.д.)	A1	B1
Трудоёмкость ТПП	A2	B2
Себестоимость изготовления	A3	B3

Здесь A_i , B_i -- количество экспертов, отдавших предпочтение варианту **1** (варианту **2**) дизайна объекта по i -му показателю.

Нулевая гипотеза H_0 : в структуре результатов экспертизы обоих вариантов дизайна нет статистически значимых различий, то есть по совокупности рассматриваемых (учитываемых) показателей (характеристик) варианты дизайна одинаковы.

Для проверки нуль-гипотезы можно использовать χ^2 -критерий Брандта и Снедекора с $(k-1)$ степенями свободы.

Замечание. Если исходные данные представляются в виде таблиц сопряженности признаков (*номинальная шкала*), то при оценке связи между переменными могут использоваться различные модели, включая логарифмически-линейную, и меры связи. Однако, как отмечается в [2, с. 139], «с точки зрения оценки статистической значимости связи между строками и столбцами, традиционный и логлинейный подходы к таблицам сопряженности, с одной стороны, и дуальное шкалирование, с другой стороны, дают сравнительно близкие результаты».

3. $n > 2$, $m = en$ ($e \geq 1$). Причем эксперты достаточно компетентны, чтобы оценивать все n сравниваемых вариантов дизайна.

Можно предположить, что необходимо осуществить сравнение нескольких вариантов дизайна объекта при условии, что допустимы *только по-*

парные сравнения, то есть каждый эксперт *попарно* сравнивает все n вариантов дизайна конкретного объекта. В результате экспертизы необходимо *выявить и оценить взаимосвязи между ранжированиями отдельных экспертов* и получить *согласованные упорядочения вариантов дизайна* для отдельных подмножеств взаимосвязанных ранжирований. Существующие подходы к сравнительной оценке вариантов дизайна объекта при использовании *попарных сравнений*, включая описанную в [1] процедуру попарных сравнений сложных объектов по характеристикам качества, *не позволяют корректно* выявить *взаимосвязанные упорядочения* и *проанализировать причины совпадения мнений экспертов*.

Предлагаемая процедура упорядочения вариантов дизайна. Пусть имеются варианты **A, B, C, D** внешнего вида объекта **M**. Эти варианты необходимо упорядочить с целью выбора варианта дизайна объекта **M** с *лучшим сочетанием* эстетических качеств (свойств).

Последовательность шагов алгоритма:

Шаг 1. Каждому эксперту с использованием таблицы (или датчика) случайных чисел предлагаются для сравнения последовательно пары вариантов дизайна объекта **M**. Можно предположить, например, что эксперт E_j , получив пару **B** и **C**, делает выбор в пользу **C**. На следующем этапе этому эксперту предлагается сравнить **C** и **A**

(вариант **A** выбран также случайно). Эксперт выбирает **A**. И, наконец, при сравнении **A** и **D** выбирает **D**. Этапы сравнения можно представить в виде цепочки: $(B \leftrightarrow C) \rightarrow B$; $(B \leftrightarrow A) \rightarrow A$; $(A \leftrightarrow D) \rightarrow D$. В свою очередь эксперт \mathcal{E}_{j+k} выполняет сравнение вариантов в такой последовательности: $(C \leftrightarrow A) \rightarrow C$; $(C \leftrightarrow D) \rightarrow C$; $(C \leftrightarrow B) \rightarrow C$; $(D \leftrightarrow A) \rightarrow A$; $(A \leftrightarrow B) \rightarrow B$.

Шаг 2. По результатам экспертных оценок вариантов дизайна строятся

матрицы доминирования, отражающие отношения доминирования между вариантами дизайна объекта. Элементы матриц равны либо 0, либо 1. Элемент 1, стоящий в i -й строке и j -м столбце, означает, что i -й вариант доминирует над j -м. Соответственно 0 служит для указания отсутствия явного доминирования.

Матрицы доминирования $\|\mathcal{E}_j\|$ и $\|\mathcal{E}_{j+k}\|$ для ранжирований экспертов \mathcal{E}_j и \mathcal{E}_{j+k} имеют вид:

$$\|\mathcal{E}_j\| = \begin{array}{c|cccc} \mathcal{E}_j & \mathbf{A} & \mathbf{B} & \mathbf{C} & \mathbf{D} \\ \hline \mathbf{A} & 0 & 1 & 0 & 0 \\ \mathbf{B} & 0 & 0 & 1 & 0 \\ \mathbf{C} & 0 & 0 & 0 & 0 \\ \mathbf{D} & 1 & 0 & 0 & 0 \end{array}$$

$$\|\mathcal{E}_{j+k}\| = \begin{array}{c|cccc} \mathcal{E}_{j+k} & \mathbf{A} & \mathbf{B} & \mathbf{C} & \mathbf{D} \\ \hline \mathbf{A} & 0 & 0 & 0 & 1 \\ \mathbf{B} & 1 & 0 & 0 & 0 \\ \mathbf{C} & 1 & 1 & 0 & 1 \\ \mathbf{D} & 0 & 0 & 0 & 0 \end{array}$$

Шаг 3. Оценивается степень доминирования вариантов дизайна у каждого из экспертов (см., например, [4]). Для экс-

перта \mathcal{E}_j : $S_j = \|\mathcal{E}_j\| + (\|\mathcal{E}_j\|)^2$, а для \mathcal{E}_{j+k} : $S_{j+k} = \|\mathcal{E}_{j+k}\| + (\|\mathcal{E}_{j+k}\|)^2$. Выполнив расчеты, можно получить:

Варианты дизайна	. . .	\mathcal{E}_j	. . .	\mathcal{E}_{j+k}	. . .
A	. . .	2	. . .	1	. . .
B	. . .	1	. . .	2	. . .
C	. . .	0	. . .	5	. . .
D	. . .	3	. . .	0	. . .

Шаг 4. Обработка полученных результатов экспертизы осуществляется с ориентацией на аксиоматический подход к упорядочению по предпочтениям, предложенный Дж. Кемени. В соответствии с [4, 5], каждое экспертное ранжирование представляется в виде матрицы упорядочения в канонической форме. Элементы этих матриц соответственно равны: **1**, если i предпочти-

тельнее j ; **-1**, если j предпочтительнее i ; **0**, если i и j равноценны.

Шаг 5. Определяются расстояния Кемени $\{d_{ij}\}$ между всеми ранжированиями. Выбирается, исходя из реальной степени согласованности ответов экспертов, пороговое значение расстояния $d_{пор}$. Выполняется преобразование значений расстояния Кемени $\{d_{ij}\}$ в относительные единицы $\{d_{ij}^0\}$ в соответствии с выбранным пороговым значением

$d_{пор}^0$: Затем выбирают пороговое значение $d_{пор}^0$. В качестве порогового значения $d_{пор}^0$ целесообразно выбирать величины 0.05 или 0.1, то есть в этом случае будут сгруппированы ответы, степень согласованности которых будет не ниже 95 или 90 процентов. В процессе такого преобразования каждое значение d_{ij}^0 сопоставляется с $d_{пор}^0$ и если $0 < d_{ij}^0 < d_{пор}^0$, то ставится 1, в противном случае – 0. В результате формируется матрица взаимосвязи между ранжированиями экспертов [6].

Шаг 6. Рассчитываются значения медианы Кемени для взаимосвязанных ранжирований. С этой целью выполняется поиск ранжирования, максимально согласованного с выделенной группой взаимосвязанных ответов. В соответствии с [4], согласованное ранжирование должно быть точкой, наиболее связанной с множеством *возможных* упорядочений. Однако при достаточно большом числе экспертов расчеты можно существенно упростить, если ориентироваться только на ответы участников экспертизы. Ведь, как показано в [5], если выборка достаточно велика, то вероятность получить искомое согласованное упорядочение очень близка к единице. Поэтому представляется содержательно оправданным выбор в качестве медианы Кемени такого ранжирования, у которого величина $\sum d_{ij}^2$ минимальна.

Шаг 7. Анализируются возможные *причины* наличия взаимосвязи между подмножествами согласованных ранжирований: либо это совпадение мнений *пользователей*, либо *проектировщиков*, *потенциальных покупателей* и т.д.

ВЫВОДЫ. 1. Предложены *процедуры*, ориентированные на использование *расстояния и медианы* Кемени и *непараметрических методов статистики* при *сравнении* вариантов внешнего вида художественно оформ-

ленного объекта в заданных условиях проведения экспертизы. Выполнено сопоставление предлагаемых процедур с условиями проведения экспертизы.

2. Показано, что предложенные процедуры *позволяют корректно осуществлять* сравнительную оценку вариантов дизайна объекта – *вариантов интерфейса программного продукта, вариантов внешнего вида кузова автомобиля, вариантов оформления офиса* и т.п., *выделять взаимосвязанные подмножества мнений экспертов* и *проводить анализ* причин такой взаимосвязи.

Библиографический список

1. Хубаев Г.Н. Экспертная оценка качества сложных систем//Материалы Межгосударственной науч.-практич. конф. «Проблемы проектирования и управления экономическими системами: инвестиционный аспект». Ч.1. (Ростов-на-Дону, 23-24 марта 1998г.). – Ростов-на-Дону, 1998, С. 67-83.
2. Прикладная статистика. Классификация и снижение размерности. Справ. изд./Айвазян С.А., Бухштабер В.Б., Енюков И.С., Мешалкин Л.Д.: Под ред. С.А.Айвазяна. – М.: Финансы и статистика, 1989, с.139.
3. Хубаев Г.Н. Математические методы и вычислительная техника в задачах упорядочения объектов и при отборе значимых факторов. – Ростов-на-Дону, 1975. – 99с.
4. Кемени Дж., Снелл Дж. Кибернетическое моделирование. Некоторые приложения. Нью-Йорк, 1963-1970. Пер. с англ. Б.Г. Миркина. Под ред. И.Б. Гутчина. М., 1972
5. Kemeny J.G. Generalized random variables. Pacific Journal of Mathematics, vol. 9, 1959, p. 1179-1189.
6. Хубаев Г.Н. Выделение согласованных групп ответов экспертов при ранжировании объектов// ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК. – 2010. - №5 (44). – С.79-81

Bibliographic list

1. Khubaev G.N. Expert Estimation of Quality of the Complicated System / Materials of the International Research and Practice Conference "Economic Systems Design and Management Problems: Investment Aspect". Part 1. (Rostov-on-Don, March 23-24, 1998). - Rostov-on-Don, 1998, > 67-83.
2. Practical Statistics. Applied Statistics: Classification and Dimension Reduction. / Aivazyan S.A., Buhkshtaber V.B., Enyukov I.S., Meshalkin L.D.: Under the editorship of S.A. Aivazyan. - M., Finance and Statistics, 1989, p. 139.
3. Khubaev G.N. Mathematical Methods and Computer Technologies in Problems

- of Ordering Objects and Significant Factors Selection. - Rostov-on-Don, 1975. - 99 p.
4. J. Kemeny and J. Snell, Cybernetic Modeling. Some Applications, New York, 1963-1970. Translation from English by B.G. Mirkin, under the editorship of I.B. Gutchin. M. 1972.
5. Kemeny J.G. Generalized Random Variables. Pacific Journal of Mathematics, vol. 9, 1959, p. 1179-1189.
6. Khubaev G.N. Selection of Conformal Groups of Expert Answers at Objects Rating// Problems of Economical Sciences. - 2010.- No 5 (44). - P. 79-81.

Д.А. Строкань

**КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ПАРАМЕТРОВ
КЛАСТЕРИЗАЦИИ ЦЕНТРА УПРАВЛЕНИЯ
ИММУННОСТОЙКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ**

Аннотация

Рассматриваются возможные подходы к количественной оценке целесообразности применения кластеризации центров управления системами антивирусной защиты в распределенных информационных системах.

Annotation

The article deals with possible approaches to the quantitative evaluation of the feasibility of antivirus protection control centers clustering in distributed information systems.

Ключевые слова

Распределенные информационные системы, антивирусные системы защиты, кластеризация.

Keywords

Distributed Information Systems, antivirus protection systems, clustering/

Развитие технологии построения многопроцессорных вычислительных систем идет достаточно быстрыми темпами. Повышается производительность, растет надежность и отказоустойчивость.

В настоящее время потребность в вычислительных ресурсах очень высока во многих сферах научной и практиче-

ской деятельности, и для обеспечения этой потребности уже недостаточно ресурсов традиционных суперкомпьютерных систем.

Кластерные системы возникли как более дешевое решение проблемы недостатка вычислительных ресурсов и основываются на использовании в своей архитектуре широко распространенных

и относительно дешевых технологий, аппаратных и программных средств.

Использование массовых технологий в кластерных системах стало возможным благодаря значительному прогрессу в развитии компонентов обычных вычислительных систем таких, как : центральные процессоры, операционные системы, коммуникационные среды. Так как кластерные системы архитектурно являются развитием систем с массовым параллелизмом, то главную роль в их развитии играет прогресс в области сетевых технологий.

В настоящее время применение кластерных систем активно используется при разработке программного обеспечения в клиент-серверных системах, где производительность и отказоустойчивость серверной части являются особо важными характеристиками. Примеры таких систем показывают решения IC и Microsoft SQL Server.

С точки зрения выполняемых функций кластеры делятся на:

- системы высокой производительности;
- отказоустойчивые системы;
- смешанные системы.

В системах высокой производительности основным требованием, предъявляемым к решаемой задаче, является возможность разбиения исходной задачи на подзадачи. Тогда при высоком быстродействии узлов системы и каналов, связывающих эти узлы, достигается необходимая производительность кластера.

Основной целью организации отказоустойчивых систем – максимальная отказоустойчивость, которая достигается дублированием всех важных компонентов.

В системах антивирусной безопасности также может использоваться кластеризация. Система управления ан-

тивирусной защитой может иметь иерархическую структуру, состоящую из нескольких центров управления (ЦУ), каждый из которых является самостоятельной системой, что представляет собой кластер, позволяющий распределять нагрузку главного ЦУ между подчиненными.

Архитектура кластера высокой производительности ЦУ системы антивирусной защиты (САЗ) представлена на рисунке 1 (см. ниже).

Однако в настоящее время не существует программной реализации отказоустойчивых кластеров ЦУ САЗ. Предлагается применять технологию кластеризации при разработке программных решений систем антивирусной защиты на базе существующих технологий и стандартов.

Например, широко распространенным средством для организации межсерверного взаимодействия является библиотека MPI, обеспечивающая возможность обмениваться сообщениями между процессами, выполняющими одну задачу и поддерживающая языки C и Fortran.

Показателем целесообразности применения кластерных систем является вероятность отказоустойчивости.

Архитектура отказоустойчивого кластера ЦУ САЗ представлена на рисунке 2 (см. ниже).

Постановка задачи. Пусть имеется распределенная информационная система (РИС), безопасность которой обеспечивается системой антивирусной защиты. Центр управления системой антивирусной защиты имеет кластерную архитектуру (отказоустойчивый кластер). Также условимся, что узлы кластера получают новый запрос с одной и той же вероятностью. Необходимо найти вероятность безотказной работы ЦУ САЗ.

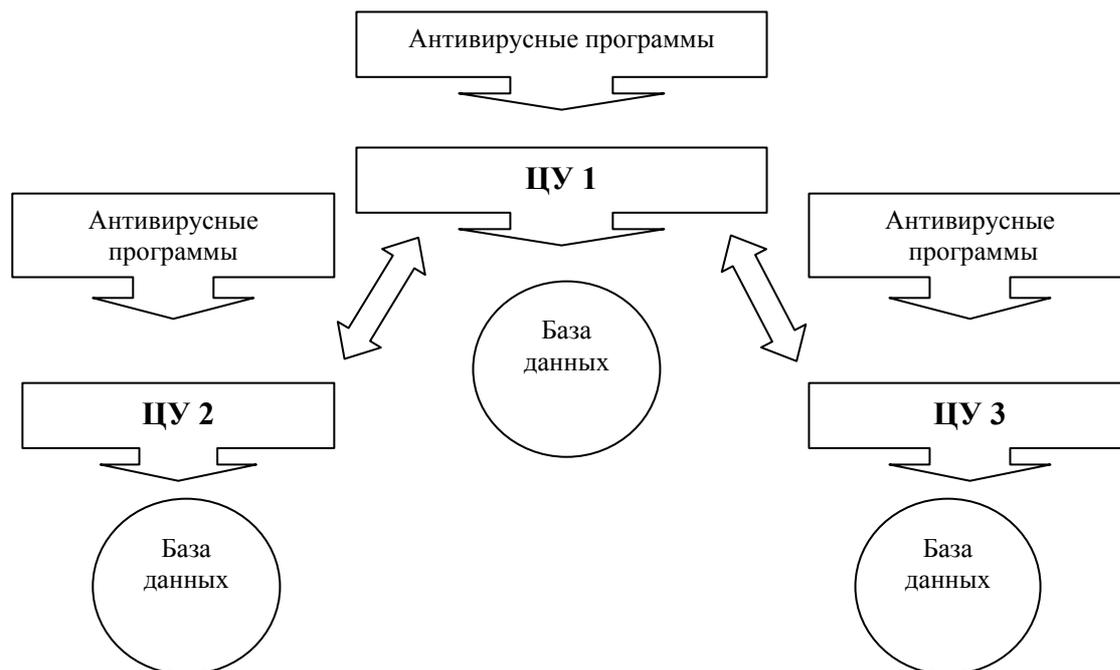


Рис 1. Архитектура кластера высокой производительности ЦУ САЗ

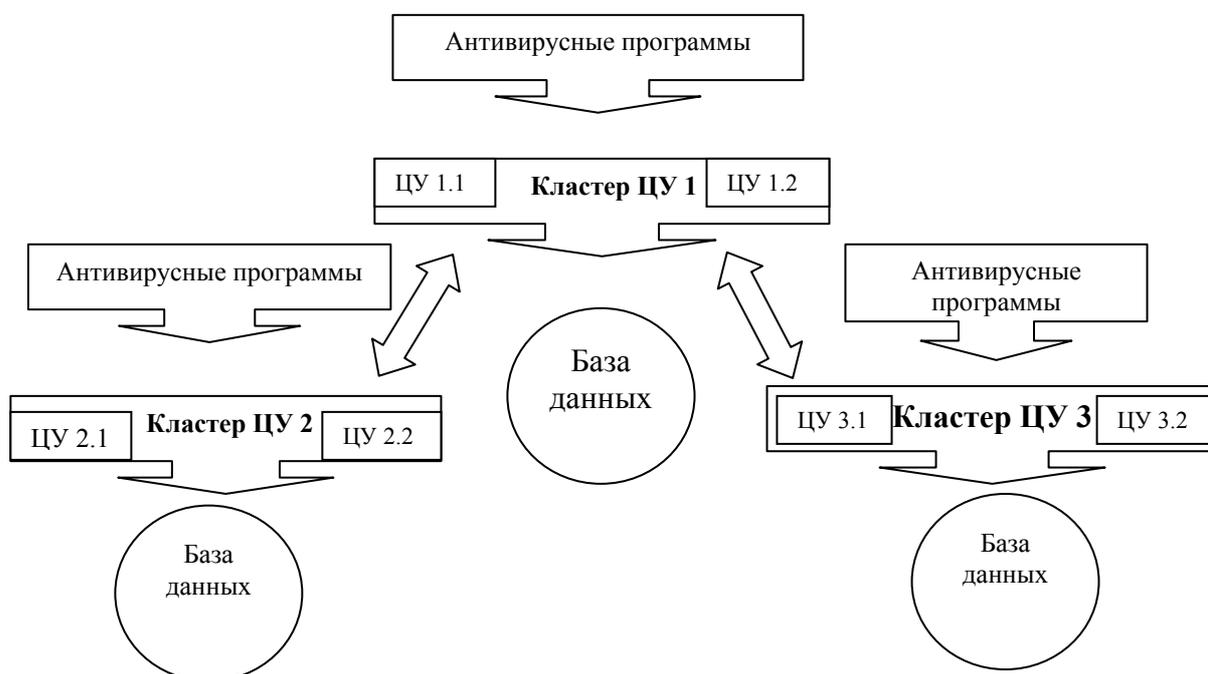


Рис 2. Архитектура отказоустойчивого кластера ЦУ САЗ

Предлагаемый метод решения задачи.

Считая отказы узлов кластера независимыми, получим вероятность от-

каза всего кластера ЦУ САЗ, которая определяется следующим образом:

$$F(t) = f_1(t) \cdot f_2(t) \cdot \dots \cdot f_n(t) = \prod_{i=1}^n f_i(t) = \prod_{i=1}^n (1 - p_i(t))$$

, где $f_i(t)$ – вероятность отказа i -го

узла, $p(t)$ – вероятность безотказной работы i -го узла.

Тогда вероятность безотказной работы можно рассчитать по формуле:

$$P(t) = 1 - Q(t) = 1 - \prod_{i=1}^N (1 - p_i(t)).$$

Или, в случае, когда система состоит из равнонадежных узлов ($p_1(t) = p_2(t) = \dots = p_N(t) = p(t)$), что на практике встречается очень редко: $F(t) = f(t)^N$,

$$P(t) = 1 - (1 - p(t))^N.$$

При экспоненциальном распределении наработки (когда поток отказов является простейшим) выражение $P(t) = 1 - Q(t) = 1 - \prod_{i=1}^N (1 - p_i(t))$ принимает вид:

$P(t) = 1 - (1 - e^{-\lambda t})^N$, где λ – интенсивность потока отказов.

Поскольку $f_i < 1$, то $\prod_{i=1}^N f_i(t)$ всегда меньше любого из сомножителей, то есть вероятность отказа всей системы не может быть выше вероятности отказа самого надежного ее элемента, и даже из сравнительно ненадежных элементов возможно построение вполне надежной системы.

Для того чтобы получить численное значение вероятности безотказной работы, достаточно обратиться к журналу регистрации технических сбоев, которые ведется на каждом предприятии.

Вывод. Приведенная методика позволяет определить целесообразность применения систем кластеризации ЦУ САЗ методом расчета вероятности отказоустойчивости таких систем.

Библиографический список

1. Тищенко Е.Н. Анализ защищенности экономических информационных систем: Монография / РГЭУ «РИНХ». - Ростов н/Д. - 2003.
2. Тищенко Е.Н., Строкачева О.А. Модель аудита информационной безопасности систем электронной коммерции //

Научная мысль Кавказа. Северо-Кавказский научный центр высшей школы, приложение № 14 (98) 2006.

3. Коротаев Н.В. Методы сравнительного анализа программных средств реализации инфраструктуры открытых ключей в экономических информационных системах. Диссертация... кандидата экономических наук. - 2009.

4. Тищенко Е.Н. Инструментальные методы анализа защищенности распределенных экономических информационных систем. Диссертация... доктора экономических наук. - 2003

5. Тищенко Е.Н., Строкачева О.А. Оценка параметров надежности защищенной платежной системы в электронной коммерции // Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ» №2 (22) 2006.

Bibliographic list

1. E. Tishchenko. The analysis of economic information system's protection: Scientific study / RSEU "RINH. - Rostov n / D. - 2003.
2. E. Tishchenko, O. Strokacheva. The audit model of electronic commerce systems' informational security / Scientific thought Caucasus, North Caucasus High School Research Center, Annex № 14 (98) 2006.
3. N. Korotaev. Methods of comparative analysis of software tools for implementing in public key infrastructure of economic information systems. PhD thesis. - 2009.
4. E. Tishchenko. Instrumental methods for analysis of the protection of distributed economic information systems. Doctoral thesis. – 2003.
5. E. Tishchenko, O. Strokacheva. Evaluation of reliability parameters of protected payment system in e-commerce // Bulletin of the Rostov State Economic University (RINH) № 2 (22) 2006.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ от 10 октября 2008 года № 38/54 «О повышении статуса журналов, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям:

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью, а также должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора.

Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник РГЭУ «РИНХ»», в обязательном порядке рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления.

2. а) Текст статьи должен быть отпечатан 14 кеглем (размер шрифта), гарнитурой Times, с одной стороны белого листа бумаги стандартного формата А4 (210x297), черным цветом. На странице рукописи должно быть не более 30 строк, отпечатанных через полтора интервала (это относится к примечаниям и ссылкам на литературу), в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи должны быть: верхнее, правое, левое - 25 мм и нижнее – 30 мм. Размер абзацного отступа 1 см. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа.

б) Таблицы набираются 10 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки). Графики и рисунки в полутонах черно-белого цвета.

Формулы – во встроенном формульном редакторе MS Word.

в) Заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста).

г) В тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте.

д) Ссылки на литературу и подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных.

е) Иностранная литература оформляется по тем же правилам. Нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи.

3. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия (на дискете), сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, домашний адрес), кроме того, необходимо представить краткую аннотацию статьи, пристатейные библиографические списки, ключевые слова, название статьи (на русском и английском языках), выписка из протокола заседания кафедры о рекомендации работы в печать. Статья не должна превышать более 10 страниц.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отправлять авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку

(если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию. Один экземпляр статьи, не принятый к публикации, остается в архиве редакции.

Приглашаем к активному творческому сотрудничеству и надеемся на поддержку.

Главный редактор журнала –
Наливайский Валерий Юрьевич, д.э.н., профессор.

Дни приема: **вторник, четверг, пятница с 13:30 – 16:30, ауд.418**

тел.: 237-02-69

тел.: 261-38-46

Ответственный секретарь журнала - **Смейле Валентина Ефимовна**,
нач. отдела редакции рецензируемых

научных журналов, рекомендованных ВАК.

Дни приема: **понедельник, вторник, четверг, пятница с 10:00 – 17:00, ауд. 653**

тел.: 266-42-34

тел.: 261-38-77

На журнал можно подписаться по каталогу «Пресса России» индекс 82537 в любом почтовом отделении или на сайте www.arpk.org в Интернете.

Адрес редакции журнала:
344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, РГЭУ «РИНХ», ауд.653,
тел.:261-38-77; 266-42-34
e-mail: juliav8@rambler.ru

**ВЕСТНИК
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 3 (35), СЕНТЯБРЬ, 2011.

Научно-практический журнал

Ответственная за выпуск В.Е. Смейле

Редакторы:	О.Н. Шимко Т.А. Грузинская
Корректор	Т.А. Грузинская
Компьютерный набор, верстка и макетирование	Ю.В. Тихонова

Аннотации, ключевые слова и библиографические списки
(на английском языке) – авторские версии

Подписано к печати 25.09.2011.

Объем 22,1 уч.-изд. л. Бумага офсетная. Печать цифровая.

Формат 60x84/8. Гарнитура «Times New Roman».

Заказ №

Тираж 1000 экз.

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, «РГЭУ (РИНХ)», к. 653
Отпечатано в РИЦ «РГЭУ (РИНХ)»